

STYLE

PHONG CÁCH CỦA BẠN



VALENTINE'S LIST

BẠN CÓ THỂ "XẤU" ĐẾN ĐÂU

#FLASHBACK

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



CHINH PHỤC TẤT CẢ

Khám phá trọn vẹn cuộc sống. **Ford EcoSport. Sống năng động!**



**HỆ THỐNG
7 TÚI KHÍ**



**KHOẢNG SÁNG GẦM XE
200mm**



**HỆ THỐNG
SYNC™ THÔNG MINH**



**LỢI NƯỚC
550mm**

88 Iphone 6 và Ipad Mini đang chờ bạn khi đăng ký lái thử xe và mua xe EcoSport

Giá đặc biệt từ

606
triệu đồng*

+ 1 năm Bảo hiểm vật chất

* Áp dụng cho phiên bản Trend. Liên hệ Đại lý gần nhất để biết thêm chi tiết.



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 Thủ Nhân, 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
• **THANH XUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525
• **HAI PHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng. Tel: 0313.668990
• **QUANG NINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hà Long. Tel: 033.3628899
• **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 BINH DINH:** 73 Tây Sơn, Quý Nhơn, Bình Định. Tel: 056.3546555
• **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột. Tel: 0500.3934999

• **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 PHU QUANG:** 104 Phố Quang, Tân Bình, TP. HCM. Tel: 08.38442947
• **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP. HCM. Tel: 08.36776732
• **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
• **BINH DUONG FORD:** Lô C13, Nguyễn Huệ, Khu Liên Hợp, TP. Thủ Dầu Một. Tel: 0650.3801381

☎ ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888

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

KENZO PARIS

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



KENZO PARIS



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



watches

calvinklein.com



Calvin Klein

swiss made

FIND YOUR MOMENT #ckminute

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

HCM City: Saigon Center (3821323) | Vincom Center Saigon (39369770) | Sun Wah Tower (38219279) | Maximark 3/2 (38328991) | PNJ Shops (39959338) | Vincom Center Thu Duc (37223433)

Ha Noi: Vincom Megamall Royal City (62620560) | Vincom Megamall Times City (66599990) | Lotte Center (32676555) | Duy Anh Watch (66566660) | Savico Megamall (62550099) |

Da Nang City: Big C (3666066) | Riverside Towers (38328991) **Nha Trang City:** Nha Trang Center (6516666) **Vinh City:** Big C (3596226)

PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



CALIFORNIA
FITNESS & YOGA

MY CLUB
MY ADDICTION

*Hydr
rto ngoc rto*

STYLE CONTENTS

Jan / Feb - 2015



CREATIVE DIRECTOR: **SAMUEL HOÀNG**
PHOTOGRAPHER: **SAMUEL HOÀNG**
MODEL: **PHAN HÀ PHƯƠNG, THANH BÌNH**
MAKUP & HAIR: **MONICA THẠCH THẢO**
STYLIST: **LUSIA LAN ANH**
PRODUCER: **NGỌC AN**
FASHION: **HERMES**

STYLE TALKS

20. CHUYỆN CỦA NHỮNG NGƯỜI ĐI NGƯỢC
28. BẠN CÓ THỂ "XẤU" ĐẾN ĐÂU?



FASHION

46. KRISTINA BAZAN: NÀNG CÔNG CHÚA CỦA NHỮNG
DÂY NÚI ALPES
52. PICKED FOR HIM: BẠN YÊU ANH ẤY BAO NHIÊU?
76. 2015: NHỮNG TRANG ĐẦU RỰC RỠ



www.brunellocucinelli.com



BRUNELLO CUCINELLI

Nhập khẩu và phân phối độc quyền: Công ty TNHH RITAVÕ
63 Lý Thái Tổ, Hà Nội

STYLE CONTENTS

Jan / Feb - 2015

LIFESTYLE

- 120. NHỮNG MẪU SMARTPHONE CỦA THÁNG
- 124. NHỮNG MẪU XE ĐI CÙNG NĂM THÁNG
- 130. NGÀY XƯA NGÀY XƯA
- 132. CAM ĐỒNG: MÀU CỦA NĂM 2015
- 136. LET'S HAVE A DRINK

BEAUTY

- 108. THAN HOẠT TÍNH: THÀNH PHẦN MỚI CỦA SKINCARE
- 101. BÍ KÍP ĐI SPA
- 114. CHỖM NỖ
- 117. NGHỆ THUẬT MẪU THỬ



ENTERTAINMENT

- 144. UYÊN LINH: NẾU KHÔNG LÀM CA SĨ, TÔI SẼ ĐI BÁN XĂNG!
- 154. BẠN KHÁNH – HƯƠNG FLORA: CÙNG NẮM TAY BƯỚC CHẠM!
- 160. HỘI CHÙNG TIẾC ĐÀN ÔNG
- 164. GRAMMY 2015: DỰ ĐOÁN TRƯỚC GIỜ G
- 168. OSCAR 2015: AI SẼ MANG TƯỢNG VÀNG VỀ NHÀ?





VERTU - TUYỆT TÁC CHO SỰ KHÁC BIỆT



Điện thoại Vertu Aster mới

Mỗi chi tiết của Aster đều được chế tác thủ công với độ chính xác tuyệt đối bởi một nghệ nhân duy nhất. Nung đúc từ titan cho sức mạnh tối ưu, được bảo vệ bởi màn hình bằng đá sapphire, mỗi chiếc điện thoại là sự tích hợp của công nghệ hiện đại cùng dịch vụ đặc quyền Vertu Concierge. Từng tuyệt phẩm Aster được hoàn thiện bằng tay từ nhiều chất liệu đa phong phú, thượng hạng để trở thành một tuyệt tác như chính chủ nhân của nó.

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

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

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

Khách sạn Melia, 44B Lý Thường Kiệt, Hà Nội, 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, Ba Đình, Hà Nội

ĐT: **04.3773 8005** * Fax: **04.3773 8006**

TP.HCM: Tầng 6, 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: BÙI THANH HOA

LIFESTYLE: ANH TRÂM

ENTERTAINMENT: HÀ CHÍ VŨ

GIÁM ĐỐC SÁNG TẠO

SAMUEL HOÀNG

sam.hoang@chaubachmedia.com

THIẾT KẾ MỸ THUẬT

CẨM NHUNG

TRÂM QUỲNH

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, Ba Đình * ĐT: **04.3773 8005**

TP.HCM: Tầng 6, 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 THỂ DỤC THỂ THAO

Số đăng kí kế hoạch xuất bản: 18/QĐ - *XBTDĐT/09-2015/CXB/72-914/DTT

Khổ: 21x28.5cm

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

In xong nộp lưu chiểu tháng 12 năm 2014

ISBN: 978-604-85-0321-5

Giá: 39.500 VNĐ



GIVENCHY

LE SOIN NOIR

TINH CHẤT QUÝ GIÁ TỪ TẢO BIỂN

Độc đáo và quyền rũ - LE SOIN NOIR chăm sóc làn da theo cách riêng. Với công nghệ sáng tạo, chiết xuất tinh túy từ hai loại tảo biển đen và vàng quý giá, có khả năng sinh tồn vô hạn, giúp phục hồi và cải thiện các vấn đề da lão hóa. Hãy hưởng thụ một làn da sáng, đều màu, săn chắc và các nếp nhăn mờ nhạt đi mỗi ngày.

www.givenchy.com



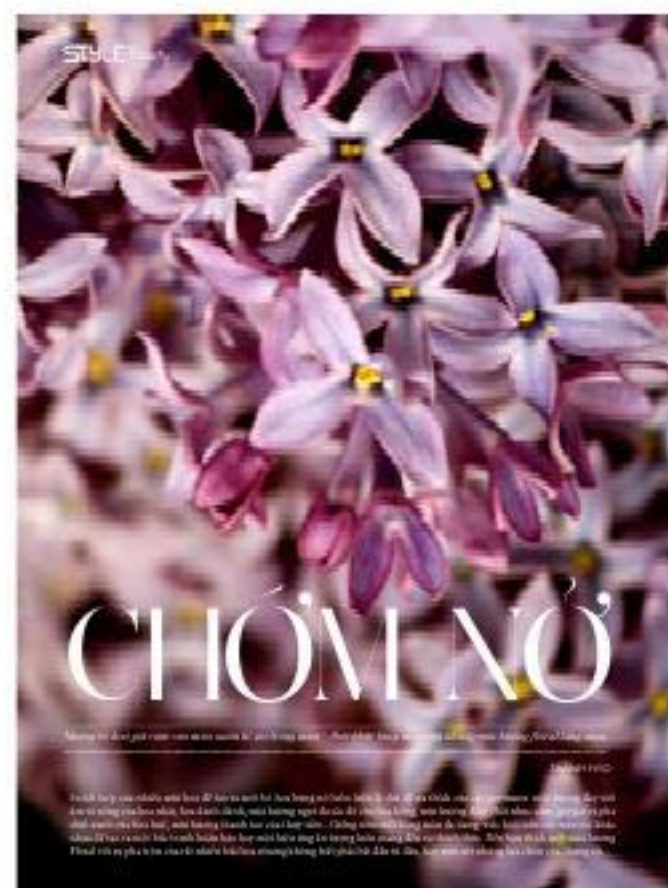
— PHIÊN BẢN MỚI —

TP HCM | PARKSON SAIGONTOURIST |
HÀ NỘI | VINCOM CITY TOWERS | PARKSON LANDMARK KEANGNAM | LOTTE CENTER |

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: 456/14/QCMP-HCM.

STYLE

EDITOR'S NOTE



TẶNG MỘT MÓN QUÀ CÔNG NGHỆ THỦ VỊ VÀO LỄ TÌNH NHÂN?
THÌ SÀO KHÔNG NHÉ?



#FLASHBACK

"THỜI EM DÙNG NÓI HOÀI CHUYỆN CŨ..."

Đường như đem chuyện xưa ra nói không phải sở thích của đàn ông và người trẻ. Mấy chữ "hồi đó", "ngày ấy" đều dễ khiến hai đối tượng trên dị ứng, thỉnh thoảng gây gắt lên. Còn phụ nữ thì thờ dài thườn thượt. Nhưng rồi cuộc quá khứ thì có tội tình gì đâu cơ chứ?

Trong không khí rộn ràng và vội vã chuẩn bị cho Tết âm lịch hàng năm, Style mượn cớ để cùng bạn ngoảnh đầu nhìn lại những chuyện đã qua. Bởi quá khứ không và chưa bao giờ "đáng ghét" đâu cho rằng nơi ấy từng là vinh quang ngọt ngào hay lỗi lầm nước mắt. Ai trong chúng ta cũng có một ngày xưa để giữ gìn, để hồi tưởng và để cả tự răn mình. Ai trong chúng ta cũng có đôi lần nuối tiếc, thầm mong những "giá mà", "ước gì" trong bất lực. Nhưng có sao đâu, ngày hôm qua thì cũng đã qua rồi!

Chúng tôi không đang rủ rê bạn "ôn nghèo kể khổ" hay dằn vặt bị thương. Mà chúng tôi hi vọng trong cuộc sống ồn ã, sầm sập lao đi, có khoảnh khắc nào đó bạn dừng lại, ngoái nhìn để trân trọng hơn hiện tại và cười mở chín chắn với tương lai. Thậm chí bạn có thể đi ngược dòng, sống như "vạn năm cũ" nhưng là để tìm cho bản thân hai chữ "bình yên" chứ không phải phủ nhận những gì phát triển.

Khoảnh khắc thiêng liêng nhất của một năm mới sắp gần kề, chúng tôi, Style team, xin được chúc bạn cùng gia đình một năm mới vuông tròn trọn vẹn!

Chúc mừng năm mới!

PHAN Ý YÊN

GIVENCHY

DAHLIA DIVIN

HƯƠNG THƠM TOẢ SÁNG



ALICIA KEYS

www.givenchybeauty.com

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | PARKSON SAIGONTOURIST | PARKSON HÙNG VƯƠNG |
HÀ NỘI | VINCOM ROYAL CITY | VINCOM CITY TOWERS | PARKSON VIETTOWER | PARKSON LANDMARK KEANGNAM | 23 TRĂNG THÌ | 1 BÀ TRIỆU | LOTTE CENTER |

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: 299/14/QCMP-HCM.

STYLE *Cover story*





C HUYỀN CỬA NHỮNG NGƯỜI ĐI NGƯỢC

BẠN TÔI NÓI THẬT KHÔNG KHÓ ĐỂ TÌM THẤY NHỮNG NGƯỜI ĐI NGƯỢC VỚI DÒNG CHẢY CỦA THỜI GIAN NGAY CẢ KHI HẦU NHƯ THẾ GIỚI ĐỀU ĐANG HƯỚNG TỚI CÔNG NGHỆ SỐ, MẠNG XÃ HỘI, THIẾT BỊ THÔNG MINH. HỌ LÀ NHỮNG NGƯỜI HẠNH PHÚC, CÔ ẤY NGHĨ VẬY. BỞI DÁM MẶC KẼ LẠI NHIỀU QUY CHUẨN, XU HƯỚNG CHẮNG PHẢI LÀ THÀNH THỜI DỪNG CẢM LẮM HAY SAO? NHƯNG MÀ, TÔI THÌ LẠI CHO RẰNG KHÔNG PHẢI CÂU CHUYỆN “KHÁC BIỆT” NÀO CŨNG ĐỀU MANG ĐẬM MÀU LẮNG MẠN HAY TƯƠI SÁNG.

LINH LINH





KARL LAGERFELD

PARFUMS

KARL.COM #KARLPARFUMS

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | PARKSON HÙNG VƯƠNG | HÀ NỘI | 1 BÀ TRIEU | 23 TRĂNG THI |
| VINCOM ROYAL CITY | VINCOM CITY TOWERS | PARKSON VIETTOWER | PARKSON LANDMARK KEANGNAM | LOTTE CENTER |

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.

ĂN MÀY DĨ VĂNG

Đây là một “chức danh” có phần nặng nề mà đa phần chúng ta đều hiểu thường dùng để ám chỉ những “bô lão”, sư huynh, sư ti thành công hoặc nổi tiếng trong quá khứ nhưng nhất định không chịu công nhận sự thay đổi của hiện tại và tương lai. Với họ cái gì “thời chúng tôi” cũng tốt hơn, đẹp hơn, nhân văn hơn, sâu sắc hơn. Họ có cái nhìn kém thiện chí với những gì mà thế hệ sau suy nghĩ và quyết định. Rồi bằng cách này hay cách khác dả kích, phê phán, vu khống. Tuy nhiên, tôi tin đây không phải là số đông trong xã hội và không đến mức phải vì thế mà nhìn nhận tiêu cực hoàn toàn cục diện. Bởi tôi biết còn có một hình thể “ăn mày dĩ vãng” khác chiếm số đông hơn, đặc biệt là trong cánh phụ nữ chúng ta.

Bạn có thấy quen không khi bắt gặp phải một cô nàng hẹn hò với anh B, anh C tan vỡ đau khổ cũng chỉ vì các anh ấy không thể nào so được với bạch mã hoàng tử A đã rời bỏ nàng mà đi? Bạn có thấy có gì giống giống không khi có cô bạn hề gặp thì mặt u sầu, hỏi tại sao nhất định sẽ chống cằm thờ dài thườn thượt “hồi xưa anh ấy hay đưa tao đến chỗ này lắm nè!”, “Hồi đó sáng nào anh cũng qua đón tao đi ăn sáng, mua cà phê thì nhất định đúng Chai Tea Latte pha với sữa đậu nành ít ngọt”, “Ngày ấy anh chiều tao bao nhiêu thì giờ phũ phàng bấy nhiêu, cứ như cửa được rồi thì vứt bỏ vậy!”... Các cô ấy đấy, thật không mấy xa lạ nhỉ? Phụ nữ kì lạ, thường rất thích ngoảnh lại phía sau để nhìn vật hiện tại. Họ tự kỉ ám thị rằng những thứ được đánh dấu là kỉ niệm thì luôn rực rỡ hơn lung linh hơn. Kiểu gì thì kiểu nhất định tuyệt vời. Và rồi sau đó họ tiếp tục suy diễn, quy đổi sang cái thước đo tuổi trẻ để mặc định mình không thể sống hết mình như xưa nên sẽ vĩnh viễn không bao giờ tìm lại được điều ngọt ngào kì diệu. Nhưng phụ nữ quên mất chính vào khoảnh khắc họ ngoái đầu và làm phép so sánh ấy, họ đã tự tay đánh mất cơ hội tạo dựng một kí ức tươi đẹp mới cho tương lai. Tôi hiểu đôi lúc vấp vấp và tổn thương khiến họ sợ hãi, chỉ biết bám víu vào quá khứ để trấn an bản thân. Tuy nhiên nếu như có bất kì một bác sĩ tâm lý nào có thể dành cho bạn lời khuyên, chắc chắn họ đều động viên bạn đối diện thay vì hèn nhát trốn tránh bằng tấm bình phong mang tên “ngày ấy chúng mình”. Con người thay đổi để kiến tạo quá khứ mới tươi đẹp hơn, hi vọng hơn. Và giả dụ như có một sự thay đổi nào đó chệch ra khỏi con đường đi của bạn, nó cũng có lí do chính đáng. Chính là đào thải để phù hợp hơn. Vậy nên, tại sao không tập chấp nhận cho thanh thản?





Van Cleef & Arpels

HAUTE PARFUMERIE



TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | PARKSON HÙNG VƯƠNG |
HÀ NỘI | 1 BÀ TRIỆU | 23 TRĂNG THÌ | VINCOM ROYAL CITY | VINCOM CITY TOWERS | LOTTE CENTER |

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: 424/14/QCMP-HCM.



CON ỐC SÊN GIỮA ĐƯỜNG CAO TỐC

Tôi có một cô bạn không thích sử dụng điện thoại thông minh, đa phần những ghi chép đều dùng bút chì và sổ tay. Cô là giám đốc sáng tạo của một agency quảng cáo có tiếng tại Việt Nam, ngày ngày đối diện không biết bao nhiêu sản phẩm hiện đại, khách hàng tân tiến. Với cương vị ấy, thu nhập hẳn không thể xoàng xĩnh. Ấy vậy mà, cô đi xe Cub cổ, rành rỏi thì sẵn hàng second hand rồi về nghịch ngợm, không thích Dubstep, Hip Hop mà chuộng nhạc xưa kiểu Trịnh, mê đắm các không gian xanh yên tĩnh để vẽ vời, đọc cuốn sách bất chợt nào đó. Tôi hay đùa rằng nhìn cô như cụ già hoài cổ. Tuy nhiên, khi cần tư vấn, xu hướng màu sắc mùa này là gì? Hoa tiết nào đang hot? Tài khoản Instagram thời trang, du lịch nào nên theo dõi, cô đều cho tôi những đáp án hài lòng. Có lần tôi tò mò hỏi: "Ừ mà sống kiểu gì ngược đời vậy?" Bạn tôi bảo ai cũng có cách để thư giãn và hưởng thụ cuộc sống. Với cô, chọn bình yên, đi ngược lại dòng chảy để sống chậm hơn là một cách hữu hiệu. Nhưng không vì thế mà không quan tâm đến hiện tại tương lai. Vẫn phải tiếp nạp có chọn lọc, biết đâu có lúc cần đến.

Bạn tôi không phải là người duy nhất thích đi lùi ngược dòng bằng cách này hay cách khác về quá khứ. Họ ưa chuộng và trân quý nhiều giá trị xưa, mang nó đến cuộc sống hiện tại hàng ngày từ nhiều điều nhỏ bé để khiến hiện tại của mình được cân bằng. Họ không bám víu kí ức, không đổ tội hay bắt vạ bất kì điều gì đã xảy ra mà chỉ đơn giản tìm hiểu, lựa chọn điều thực sự thích hợp với mình. Tôi nghĩ, lý lẽ này đúng không chỉ với những thói quen cá nhân mà còn với cả cách chúng ta ứng xử với các mối quan hệ đã có, thất bại lẫn thành công đã trải qua. Cứ mỗi một phút trôi qua là một cơ hội tạo kỉ niệm mới kết thúc. Bạn hay tôi đều có thể dùng nó để tự vấn, rút kinh nghiệm, nhìn nhận, tìm tòi, trân quý. Tuy nhiên quan trọng cuối cùng vẫn là quyết định sẽ làm gì cho ngày hôm nay để ngày mai khi ngoái đầu nhìn lại, chúng ta có thể mãn nguyện mỉm cười.

Quá khứ luôn là một món quà giá trị. Tuy đã bị bóc vỏ nhưng vĩnh viễn có thể sử dụng được. Nhưng bằng cách nào nhỉ? Chính là để yên nó ở chỗ nó vốn dĩ và biết trân trọng hơn thời điểm mà bạn đang có!

"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

STYLE Tea corner

I



BẠN CÓ THỂ

“XAU”

ĐẾN ĐÂU?

ME



CÓ MỘT CÂU TÔI NGHĨ LÀ BẠN CHẮC ĐÃ TỪNG NGHE THỂ NÀY: “CÁC CÔ GÁI NGOAN THÌ LÊN THIÊN ĐƯỜNG CÒN CÁC CÔ GÁI HƯ SẼ ĐI KHẮP NƠI!” LÊN THIÊN ĐƯỜNG HAY ĐI KHẮP NƠI THEO TÔI ĐỀU CÓ NHỮNG CÁI HAY RIÊNG CỦA NÓ, THẬT KHÓ MÀ CÓ THỂ SO SÁNH THIẾT HƠN. TUY NHIÊN, SẼ CÓ LÚC NGƯỜI NHÊ RA NÊN LÊN THIÊN ĐƯỜNG LẠI CHỈ MUỐN ĐI KHẮP NƠI CÒN NGƯỜI AI CŨNG TƯỞNG LÀ ĐI KHẮP NƠI LẠI CHỈ ƯỚC AO GIÁ MÀ MÌNH CÓ THỂ LÊN THIÊN ĐƯỜNG. AI CHÀ, CÓ VÈ HƠI RỐI RẮM RỒI NHÌ?

HOÀNG NGÂN

GK
HAIR
PROFESSIONAL

FORTIFIED WITH
JUVEXIN



— No.1 —
WORLDWIDE IN
HAIR SMOOTHING

**BỘ SẢN PHẨM CHĂM SÓC PHỤC HỒI DƯỠNG TÓC HOÀN HẢO
GOLD LIMITED EDITION**

Bộ 3 sản phẩm với sự kết hợp tinh tế, dễ sử dụng, tạo nên sức mạnh tổng hợp đáp ứng đầy đủ nhu cầu nuôi dưỡng mái tóc.

* Dầu gội chăm sóc, phục hồi Gold Limited 250ml

* Dầu xả chăm sóc, phục hồi Gold Limited 250ml

* Serum dưỡng phục hồi Gold Limited 30ml

* Với hợp chất Juvexin, một hỗn hợp có chứa Protein và Keratin (bao gồm cả các phần tử lớn, nhỏ) có tác dụng chống lão hóa, làm mịn tóc và khôi phục lại trạng thái trẻ trung, tinh khiết vốn có của mái tóc.

* Dầu gội và Dầu xả cung cấp độ dưỡng ẩm cao và làm sạch nhẹ nhàng với Lô hội và Shea Butter.

* Serum dưỡng tóc, làm mịn và tạo độ bóng quyến rũ, là sản phẩm hoàn hảo dùng để kết thúc cho mọi kiểu tóc.

Bạn có muốn mái tóc khỏe mạnh bằng những thao tác đơn giản không? Hãy sử dụng dòng sản phẩm GKHair để mái tóc của bạn luôn khỏe mạnh, mềm mại và óng ả như lụa.



NHỮNG CÔ GÁI NGOAN

Chẳng ai thích làm “gái ngoan” hết cả! Gái ngoan thì chán phèo. Gái ngoan thì nhạt nhẽo. Gái ngoan thì không “cool”, không hấp dẫn, không có tí ấn tượng gì. Các cô “gái hư” có vẻ thường được hâm mộ ngắm ngắm hơn. “Ôi cô ấy cá tính thế!” ; “Ôi cô ấy tự tin thế!” ; “Ôi cô ấy tính hay thế!” vân vân và vân vân là những gì mà người ta vẫn hay bình luận về các cô gái không/chưa được ngoan. Tuy nhiên, thang điểm đánh giá này dựa vào đâu để phân biệt? Chuẩn mực xã hội ư? Quy tắc đạo đức á? Không đúng, hoàn toàn không đúng! Phụ nữ chỉ cần thấy một người phụ nữ khác sống được như những gì mà họ muốn mà không đủ can đảm thực hiện thì có nghĩa là cô kia “tuy hư nhưng mà hay”.

Chị em luôn nuôi dưỡng ngầm ngầm trong mình những khát khao nổi loạn. Cái này các chuyên gia tâm lý gọi một cách khoa học là “nhu cầu bản năng”, khá tương tự như ở động vật vậy. Tuy nhiên, vì chúng ta đã đi qua thời kì hồng hoang rất lâu rồi nên học được cách chế ngự những mong muốn cá nhân. Sự kìm nén này được ủng hộ bởi khuôn khổ xã hội (hàng xóm không thích; đồng nghiệp chê bai; gia đình phản đối), bởi các quy chuẩn mang giá trị truyền thống lễ nghi đạo đức (tương đối sâu sắc và đôi khi còn trừu tượng và mâu thuẫn). Thêm vào đó, do lực lượng ủng hộ mạnh mẽ và vĩ đại như vậy nên chúng ta sợ nếu đồng dục (hay thậm chí là lí nhí thò thè) nói không một phát thì lập tức bị đẩy ra hoang đảo bốn vạn năm ngay. Nên dần dà chúng ta hoà vào đám đông, sống theo đám đông, cư xử như cách mà đám đông cho là đúng.

Chỉ rất mới gần đây thôi, tôi đọc được một vụ khá âm ỉ thế này: đại loại là chị X có bầu, chống chị X đi ngoại tình với em Y, chị phát hiện ra được nhưng vẫn nhẫn nhịn vì theo chị như thế là vì gia đình và vì những đứa con. Chị nhắn tin cho em Y đầu tiên rất lịch sự khuyên em hãy thôi đi nhưng Y lại cũng chẳng phải tay vừa, đáp trả ngang nhiên. Chị X tức quá quyết bêu em Y ra giữa thiên hạ cho đời em từ nay xuống dốc. Cái status đăng lên mạng xã hội kèm hình ảnh em Y và tuyên bố rằng “chị nhìn thấy em ở đâu với chống chị là chị đánh” được hơn 6000 lượt likes và trên 500 lượt shares (tôi dám cá toàn phụ nữ quan tâm). Sau đó nhiều trang báo mạng cũng hồ hởi trích đăng lại nữa. Tôi không phân tích ai đúng ai sai ở đây vì cái đó chắc trong lòng bạn hẳn đã có câu trả lời. Nhưng hãy thử cùng tôi nhìn nhận “đám đông” này một chút!

Chị X theo tôi đã sống đúng như một cô gái ngoan. Nghĩa là chị làm mẹ, làm vợ, là chị nhẫn nhịn và hi sinh cho tổ ấm, cho gia đình người thân. Đám đông đem lan toả câu chuyện của chị cũng là những cô gái ngoan khi họ tin rằng họ đang bảo vệ cho lẽ phải cho công lý. Rằng một người phụ nữ làm đau một người phụ nữ tốt thì đáng bị xét xử và “cào nát mặt” đến hết đời! Nhưng chao ôi, những cô gái ngoan mỹ miều và dịu dàng ơi! Những người phụ nữ vĩ đại ơi! Các bạn có biết mình đang tự biến bản thân trở thành những chú hề kêu gọi thêm nhiều người khác nữa tới xem để biết lúc phụ nữ nổi cơn thịnh nộ thì họ có thể cư xử bất nhẫn với nhau tới mức nào hay không? Họ giống như một đám linh cầu mất hết lý trí xông vào cắn xé nhau cho hả cơn giận. Tôi hiển nhiên không bênh em Y rồi! Tôi chỉ đang chứng minh cho bạn thấy rằng kể cả khi bạn chọn sống theo một lẽ giáo nhất định, vô tình làm “gái ngoan” thì cũng sẽ có lúc bản năng trần trụi của bạn bộc phát và mất hoàn toàn kiểm soát..

NHỮNG CÔ GÁI HƯ

Tại sao những cô gái hư lại hay bạn có biết không? Hãy thử đặt một cô gái hư vào trường hợp của chị X mà tôi vừa kể trên! Bạn đoán xem cô ta sẽ làm gì? Cô ta sẽ vẫn nổi giận chứ! Sẽ đau khổ và cả tổn thương nữa. Nhưng rồi việc đầu tiên cô ta làm chính là tự nhắc với bản thân rằng: “mình phải yêu mình trước!” Tình yêu đó cũng là tình yêu bản năng đó chứ nhưng nó không nhất định phải làm hại bất kì ai để tồn tại. Tất cả những người hay vật khiến mình không vui đều không nhất định phải ở lại trong cuộc sống. Với cô ta chuyện “thay trời hành đạo” hay “bảo vệ công lý” bằng cách trả thù người đã hại mình chưa chắc sẽ khiến bản thân lấy lại được những gì đã mất. Chỉ bằng khi biết được sự thật rồi, lặng lẽ tẩy sạch các vết nhơ, tìm cho mình một tia sáng mới sau mưa.

Tôi đặc biệt thích cái ý niệm “yêu bản thân nhất” từ các cô gái hư. Có thể họ bị xem là ích kỷ nhưng chẳng phải bản năng con người vốn dĩ là ích kỷ hay sao? Họ yêu chính mình và hành động để chứng minh tình yêu đó. Họ làm việc chăm chỉ để đủ nguồn lực tài chính phục vụ sở thích cá nhân. Họ đi du lịch, khám phá những vùng đất mới, gặp gỡ và lắng nghe những câu chuyện mới. Họ yêu chiều mong muốn của mình và thành thật với nó. Họ mặc đẹp là để tự thấy vui, họ đi spa chăm sóc da và cơ thể là để tự thấy hài lòng. Họ không từ chối cảm xúc, che giấu dục vọng và lo sợ ý kiến nhận xét của bất cứ ai. Họ sống can đảm và nhiệt tình, không trốn tránh thất bại hay vui mình trong quá khứ. Những cô gái hư không che giấu bản năng, không xấu hổ khi đối diện với xã hội. Hơn hết cả, họ luôn chấp nhận được mình, điều mà không dễ dàng gì có được trên suốt cả chặng đường dài trưởng thành của mỗi người.

KẾT:

Rốt cuộc thiên đường là ở đâu? Phải là ở tận đâu khi mà ngay bây giờ ngay lúc này nếu bạn đủ can đảm sống đúng với bản thân, đủ tự tin nuông chiều những phần bản năng sâu kín nhất mà không gây tổn hại đến người khác thì ở đâu cũng có thể hoá thiên đường. Đời sống vốn dĩ ngắn lắm! Chẳng thể đoán được ngày mai ai rồi sẽ đổi thay. Thôi thì hãy đi bất cứ đâu đi vậy để hạnh phúc trở nên gần gũi, trở nên thực tế và không còn phụ thuộc vào bất kì cá thể nào bên ngoài trái tim ta!

FASHION

STYLE

FASHION TRENDS - FASHION ICON - FASHION STORY



STYLE Woman trends - Pre Spring 2015



BRING YOUR SLOUCHY PANTS OUT!

Hãy tưởng tượng một buổi sáng thứ Hai uể oải, bạn quay lại công việc sau một kì nghỉ cuối tuần. Tâm trạng vẫn chỉ đang muốn dính liền vào chiếc giường và bộ pyjama thì slouchy pants là lựa chọn số 1 để ra phố, đến công sở vừa thoải mái mà vẫn đủ nghiêm túc. Tại Pre Spring 2015, các nhà thiết kế đã mang đến một cái nhìn hoàn toàn mới cho slouchy pants!



Viktor & Rolf

Gucci

Elizabeth and James

Cedric Charlier

Max Mara



Alice + Olivia



Alberta Ferretti



Alexander McQueen



Fausto Puglisi



Carven

CHARMING FIT-AND-FLARE

Fit-and-flare là kiểu váy ôm bên trên và xoè bên dưới, vốn luôn được ưa chuộng bởi đa số phụ nữ từ xưa đến nay bởi tính cổ điển, nữ tính, thanh lịch và kiểu dáng mà nó mang lại. Fit-and-flare tùy theo độ dài của chiếc váy mà biến hoá nhanh chóng từ cô nàng tinh nghịch trẻ trung sang quý cô đài các.



Carolina Herrera



Milly



Oscar de la Renta



Elie Saab

STYLE Woman trends - Pre Spring 2015



COOL CUTOUTS

Cutouts là lựa chọn hoàn hảo nếu bạn muốn sexy mà không quá phô trương. Các đường cắt xẻ khéo léo tinh tế mang đến kỹ thuật điêu luyện, sự quyến rũ tinh tế đồng thời khả năng sáng tạo không giới hạn của nhà thiết kế.





Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE


SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

STYLE Woman trends - Pre Spring 2015

Jean Paul Gaultier



Viktor & Rolf



Marni



Max Mara

PEPLUM RUINS THE WORLD!

Áo peplum, váy peplum dường như vẫn chưa hạ nhiệt nếu như không muốn nói là vị trí ngày càng vững chắc và được ưu ái đặc biệt tại Pre Spring 2015 với chất liệu mới, kích cỡ, tầng xếp, chi tiết.



Alexander McQueen



Mulberry



Gucci



Elizabeth and James



Cedric Charlier



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1748
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE


SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

MỜI BẠN ĐÓN ĐỌC HÀNG HIỆU

THÁNG 1-2 / 2015



www.hanghieumagazine.vn

website: www.3nana.vn
ipad | iphone: App Store | Viet Bookstore | Hang Hieu



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE


SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

STYLE Accessories

IT BAG CỦA 2015

NHỮNG CHIẾC TÚI CHƯA BAO GIỜ LÀ NIỀM ĐAM MÊ CÓ GIỚI HẠN ĐỐI VỚI PHỤ NỮ. VÀ IT BAG LÀ DANH XƯNG DÀNH TẶNG CHO CÁC "BÉ YÊU" ĐƯỢC SẴN ĐÓN NHẤT HÀNG NĂM TỪ NHIỀU THƯƠNG HIỆU NỔI TIẾNG. VẬY IT BAG CỦA 2015 LÀ NHỮNG CÁI TÊN NÀO?



Marc Newson for Louis Vuitton



CHLOÉ DREW BAG

Là thiết kế mới nhất của nhà Chloé trong bộ sưu tập Prefall 2014, Drew xuất hiện ở ạt cùng các fashionista và hot blogger nổi tiếng thế giới trên khắp các nẻo đường. Tại sao Drew lại thu hút đến vậy? Chính là nhờ sự pha trộn hoàn hảo giữa chic và street-style. Chiếc túi mang quai xích vàng tương như đậm chất tiệc tùng lại đi cùng phần thân túi thiết kế khá cổ điển như một mẫu crossbody thông dụng. Bên cạnh đó, Chloé cũng mang đến cho Drew sự đa dạng trong màu sắc lẫn chất liệu, làm hài lòng cả người khó tính nhất.

Giá bán: Bắt đầu từ \$1,560.



SAINT LAURENT SAC DE JOUR

Là một thiết kế đánh dấu mạnh mẽ cho cái tên Heidi Slimane khi tiếp quản để chế Yves Saint Laurent. Sự quyến rũ của Sac de jour nằm ở chính thiết kế đơn giản nhưng tiện dụng của nó. Với các kích cỡ khác nhau, Sac de jour vừa có thể đeo vai, đeo chéo hay xách tay đồng thời dễ dàng thích hợp với bất kì kiểu trang phục nào từ casual cho đến sang trọng.

Giá bán: Bắt đầu từ \$1,990.



CÉLINE TIE & BELT BAG

Nếu như nhà Céline đã từng làm mưa làm gió với chiếc túi Luggage hay Trapeze, Phantom thì giờ đây thêm một lần nữa lại khiến các tín đồ thời trang xao xuyến bằng Tie & Belt Bag. Vẫn giữ nguyên ý niệm về sự tối giản, Tie & Belt duyên dáng với các chi tiết nút thắt đan chéo léo trong các gam màu thanh lịch, sang trọng. Giá bán: Bắt đầu từ \$2800.



MANSUR GAVRIEL BUCKET BAG

Một cái tên cực kì mới mẻ với hơn 95% số lượng túi sản xuất cho đơn hàng đợt 1 đã được bán đi trong vòng chưa đến một giờ. Hàng nghìn lời bình luận trên Twitter, Instagram sau đó bày tỏ sự hạnh phúc vì sở hữu Bucket Bag càng khiến cái tên Mansur Gavriel lan toả chóng mặt. Chỉ mới thành lập năm 2013 bởi hai cô gái là Rachel Mansur và Floriana Gavriel nhưng mẫu túi Bucket Bag vừa mang đậm hơi hướng vintage vừa vô cùng hiện đại dựa trên cái chi tiết tối giản cùng màu sắc ấn tượng (cho dù là gam trung tính hay cá tính) đã thực sự khiến người hâm mộ thời trang phát điên.

Giá bán: Bắt đầu từ \$460.



STYLE Hottest newest

The Valentine's List

Tháng Hai thường được mệnh danh là tháng của những người yêu nhau. Vậy trên danh sách quà tặng của họ có những gì?



J BRAND X SIMONE ROCHA

Làn gió lãng mạn từ nước Anh thổi hồn sự ngọt ngào vào thương hiệu denim J Brand với các chi tiết bèo nhún lãng đãng dịu dàng.



MONICA RICH KOSANN

Còn gì lãng mạn hơn một sợi dây chuyền đậm chất cổ điển với các khuôn ảnh kỉ niệm bé xinh được làm bằng kim cương và rose gold 18 chế tác tỉ mỉ?



VERSACE

Các cô gái chỉ thích giày cao gót ư? Xưa rồi!
Bây giờ họ còn thích sneakers hơn!



ESTÉE LAUDER LIMITED EDITION FETIVE COCKTAIL PERFUME COMPACT

Một chai nước hoa mang hình hài một cốc cocktail rực rỡ. Phiên bản giới hạn này chắc hẳn sẽ làm hài lòng bất kì quý cô nào!



DIOR BOIS DE ROSE

Chiếc nhẫn này nằm trong bộ sưu tập "Gỗ hoa hồng" này được làm từ vàng trắng 18k và kim cương, thiết kế tinh xảo mô phỏng theo thân hoa hồng vừa mạnh mẽ vừa quyến rũ.



DOLCE & GABBANA

Phần gọng kính được trang trí bằng pha lê Swarovski tinh tế vừa lạ mắt vừa cuốn hút cá tính.



ALEXANDER MCQUEEN

Thiết kế clutch cầm tay dạng box này của Alexander McQueen không phải là mới xuất hiện nhưng sự thay đổi ở phần thân và khoá chính là nét độc đáo mang đến sự khác biệt.



SALINAS

Thương hiệu nổi tiếng với những bộ bikini hoàn hảo trong kỹ thuật, rực rỡ trong chất liệu mang đậm âm hưởng Brasil.



MANOLO BLAHNIK HANGISI SATIN CRYSTAL

Nếu không có nhẫn kim cương, hãy cầu hôn bằng một đôi giày của Manolo! Chắc hẳn các tín đồ của Sex and the City sẽ đồng ý với điều này!



CHANEL FLAP BAG

Mẫu flap bag cổ điển của Chanel được thể hiện đầy táo bạo và mới mẻ trong chất liệu denim, điểm xuyết phần quai bằng cái chi tiết vải chum ngô nghiêng độc đáo.

KRISTINA BAZAN

NÀNG CÔNG CHÚA CỦA NHỮNG DÂY NÚI ALPES

Mấy mùa trình diễn thời trang gần đây, các tín đồ phát hiện ra một khuôn mặt xuất hiện thường xuyên đều đặn và nổi bật ở hàng ghế đầu. Khi thì trong một bộ jumpsuit với hoạ tiết in tinh tế của nhà Margiela, khi thì ngọt ngào, lãng mạn đầy nữ tính trong sắc đỏ của Louis Vuitton. Tóc vàng dài rực rỡ, mắt xanh thăm thẳm cùng nụ cười ngây thơ không bao giờ lớn, Kristina Bazan, linh hồn của trang web www.kayture.com ngày càng trở thành tiêu điểm tại bất kì sự kiện thời trang đình đám nào.

Sinh ra tại Geneva, Thụy Sĩ, vừa chuyển đến LA định cư nhưng cuộc sống của Kristina đa phần là những chuyến đi dài không dứt, thay đổi từ thành phố này sang thành phố khác, sự kiện này đến tuần lễ thời trang khác. Không trói buộc nhất định ở bất kì phong cách nào, sự biến hoá đầy bất ngờ và hoàn hảo của cô từ nàng công chúa mỹ miều đến cô gái tomboy bụi bặm lúc nào cũng phảng phất lưu giữ được thần thái "forever young" không pha lẫn. Kristina Bazan thực sự đại diện cho thế hệ fashionista mới, hiện đại, trẻ trung và cá tính.





Ellery



Oscar de la Renta



Alexander McQueen



Oscar de la Renta



Suno



Altuzarra



Giuseppe Zanotti



Giuseppe Zanotti

Kristina
picks



LOOK 1

Cô gái nhỏ nhắn Miroslava Duma chưa bao giờ xuất hiện trên phố mà khiến người hâm mộ gu thời trang của cô thất vọng. Sự đơn giản của váy maxi jersey và giày Converse kết hợp cùng áo biker da nâu cổ điển mang đến một tổng thể hoàn hảo không chê vào đâu được nữa!



AROUND THE WORLD



LOOK 2

Erika Boldrin mang đến cái nhìn mới mẻ cho những trang phục hết sức cổ điển là jean và sơ mi. Điểm nhấn của sự chú ý chắc chắn tập trung vào chiếc túi ngộ nghĩnh và những họa tiết thù phá cách trên quần, đồng thời cũng không thể bỏ qua cặp kính mắt mèo tương là đối nghịch nhưng hoá ra vô cùng hoà hợp.

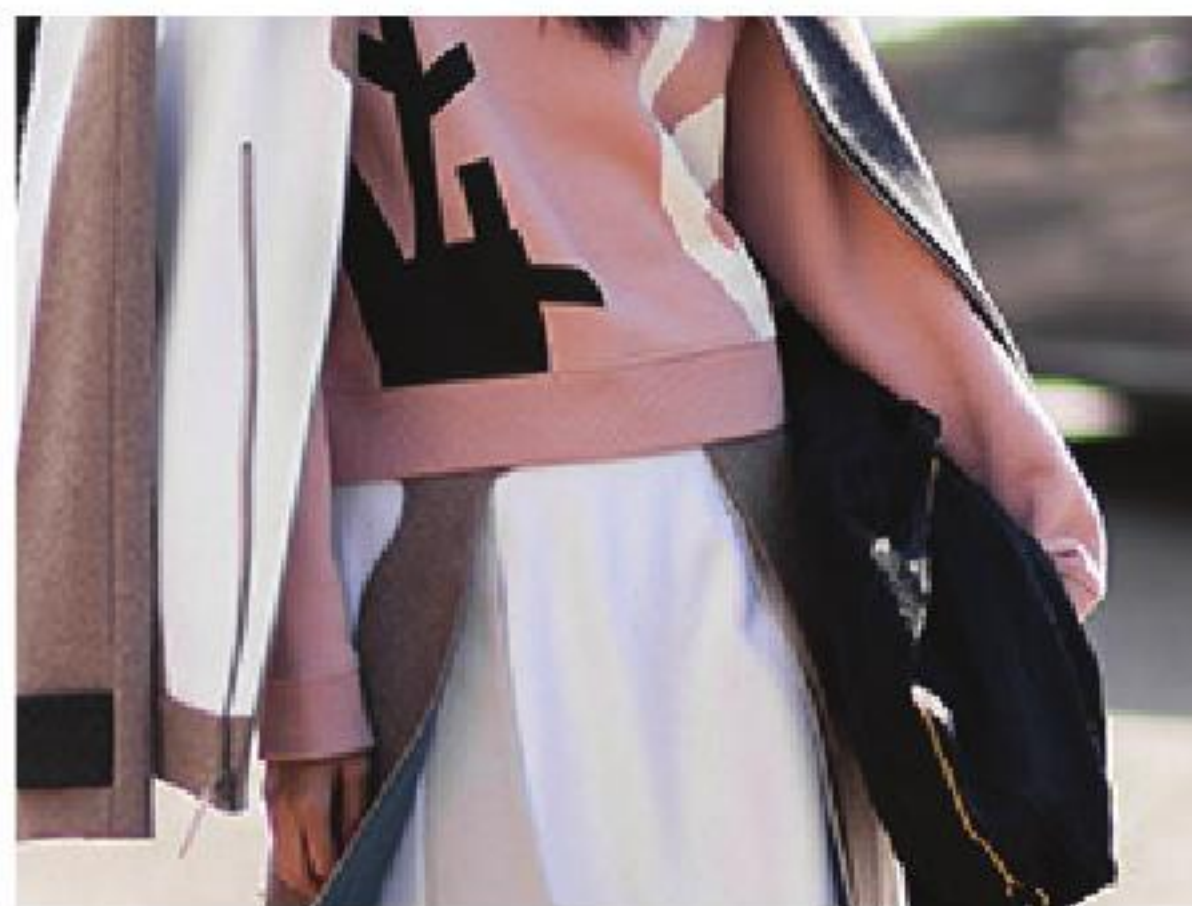
LOOK 3

Sự giản dị nhưng không kém phần thanh lịch này dường như đã thu hút mọi ánh nhìn trong tuần lễ Paris Fashion Week đầu tháng 1 vừa qua.



LOOK 4

Jyhie Park thực sự thành công trong cuộc chơi với các gam màu trung tính như be, hồng nhạt, nâu sữa và tạo điểm chốt cho tổng thể bằng một đôi sneakers metallic bạc hoàn hảo.





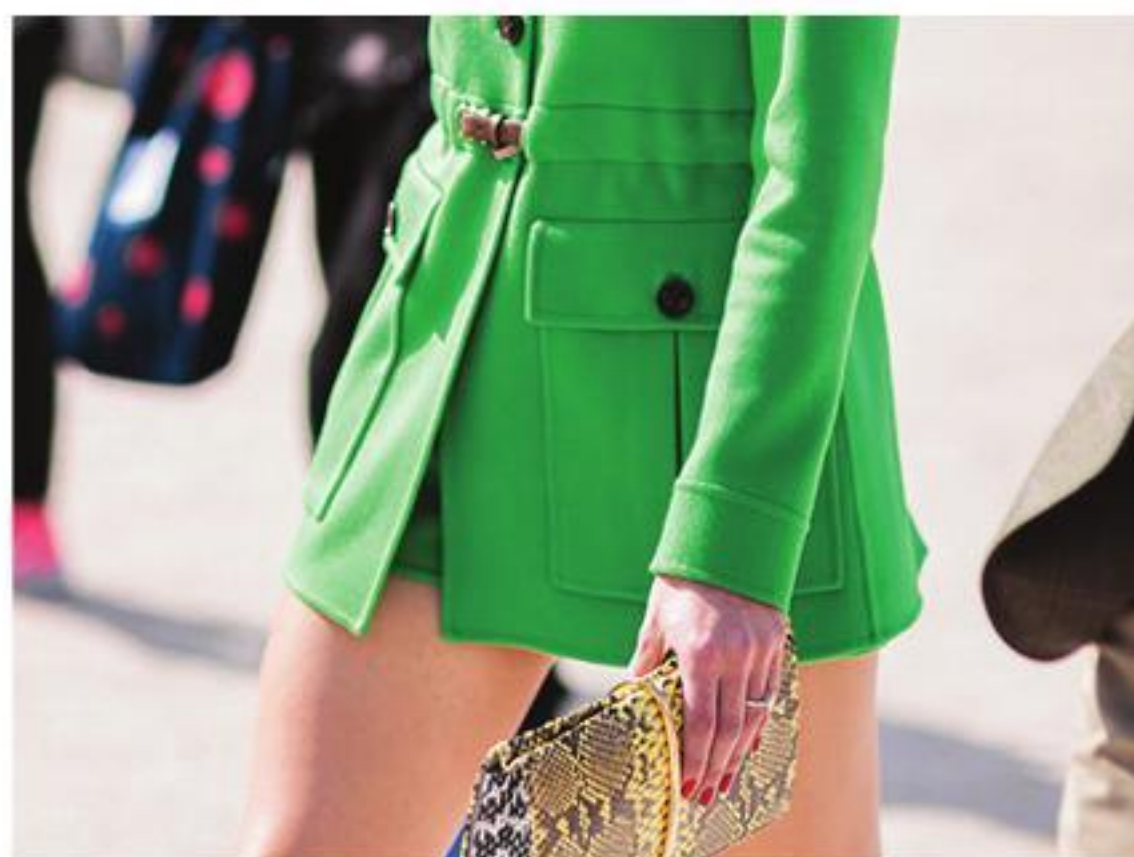
LOOK 5

Ai có thể không ngoái nhìn trăm trố nếu bắt gặp một Giovanna Battaglia trên phố như thế này? Nữ tính, thanh lịch và quyến rũ!



LOOK 6

Olivia Palermo rực rỡ giữa nắng mùa đông với áo dạ “make a statement” trong sắc xanh lá cây tươi tắn. Cũng không thể bỏ qua điểm cộng đắt giá là chiếc clutch da rắn đơn giản nhưng tinh tế.



CarloRino

NỔI BẬT

GIỮA TRỜI XUÂN

GIFTS OF LOVE & HAPPINESS

Những mùa đầu năm là thời điểm mà ai cũng cố gắng tạo cột mốc mới cho bản thân và trau chuốt hơn vào diện mạo của mình, và với những người bạn quan tâm cũng vậy. Chính vì thế, hãy tưởng tượng đến niềm hạnh phúc hiện hữu trên khuôn mặt họ khi khám phá món quà nho nhỏ mà Carlo Rino giúp bạn chuẩn bị. Đặc biệt hơn, bên trong chiếc hộp quà xinh xắn này là những sản phẩm thời trang được ưa chuộng nhất được Carlo Rino ấp ủ dành riêng cho những dịp đặc biệt.



PROFESSIONAL POWER

Chú trọng đề cao sự sang trọng, tuy kích cỡ nhỏ nhắn phù hợp với tay cầm nhưng BST túi Professional Power lại khá rộng rãi trong việc tô điểm sự tinh tế và quý phái cho phái đẹp. Từng đường nét, góc cạnh, cũng như các chi tiết dây kéo đều toát lên sự quyến rũ, thời thượng và cá tính. Tone màu đen đậm và hồng cũng khá tinh tế khi phối với nhiều kiểu đầm nữ tính.



BLING AND SHINE!

Những sự kiện trang trọng còn gì thích hợp hơn những đôi giày cao gót với các chi tiết kim loại trang hoàng lấp lánh. Dây quai ôm chân quyến rũ, kim tuyến nổi bật nhưng không làm mất đi vẻ đẹp quyến rũ. BST này là sự lựa chọn hoàn hảo cho các kiểu đầm dạ hội.

COLOUR ME BOLD

Nếu cô nàng của bạn là người ưa chuộng các kiểu mẫu giản đơn và thoải mái, BST những đôi flat sắc sỡ, sáng màu của Carlo Rino chắc chắn sẽ là món quà yêu thích của cô nàng. Với thiết kế êm nhẹ, đế chống trơn trượt, còn gì hoàn hảo hơn nữa khi diện những đôi flat năng động, trẻ trung trong các hoạt động thường ngày.



STYLE Picked For Him

Special: Valentine's Day BẠN YÊU ANH ẤY BAO NHIÊU?

ATHLETIC- INSPIRED ITEMS

Những thiết kế lấy cảm hứng từ thể thao đang được ưa chuộng nhiều nhất hiện nay trên khắp thế giới. Và nếu như bạn đang tìm cho chàng một món quà liên quan đến trang phục, hãy tham khảo nhé!



**ALEXANDER MCQUEEN HARNESS
DETAILED COTTON**

Thương hiệu đỉnh đám của Anh mang đến cho mẫu áo polo cổ điển một chút khác biệt tươi mới qua các chi tiết khoá hay rập tay đặc biệt trên nền navy không quá phô trương.



**SAINT LAURENT LEATHER TRIMMED WOOL
BLEND VARSITY JACKET**

Varsity jacket luôn mang đến sự trẻ trung. Trên chất liệu wool blend dày dặn ấm áp, phối hợp các màu monochrome đen, trắng mạnh mẽ viên da ở bo và cổ tay cá tính, thiết kế này của Saint Laurent xứng đáng để đầu tư!



**AMI SHEARLING COLLAR WOOL BLEND
BOMBER JACKET**

Phảng phất chút cảm giác vintage ở phần cổ áo bằng len và màu xanh navy cổ điển, thiết kế vẫn giữ được sự khoẻ mạnh và hiện đại ở cấu trúc thân và vai áo. Kết hợp hoàn hảo, dễ dàng cùng t-shirt đơn giản, boots và quần kaki nhả nhận.



**GIVENCHY PERFORATED LEATHER
BASKETBALL TOP**

Bóng rổ chắc hẳn là môn thể thao yêu thích của không ít anh chàng. Thế nên, một chiếc top mang đậm phong cách môn thể thao này là một trong những lựa chọn thú vị.



BALMAIN CHEVRON KNIT COTTON SWEATER

Hiệu ứng graphic đẹp mắt trên hai sắc màu cổ điển đen trắng mang đến cho chiếc sweater len của Balmain cá tính riêng ngoài phom dáng mạnh mẽ và tính năng giữ nhiệt hoàn hảo. Kết hợp cùng jean và giày slip on đơn giản không hoạ tiết.

**NEIL BARRETT
DÉGRADÉ WOOL
BLEND TROUSERS**

Lấy cảm hứng từ những chiếc quần chạy mùa đông với phần bo gấu và chất liệu wool-blend ấm áp, thiết kế này của Neil Barrett còn ấn tượng bởi phần màu loang vô cùng đẹp mắt trên nền tông xám sang trọng.



SMALL TOUCH

Phụ kiện cũng là sự lựa chọn tốt để mang đến cho chàng một món quà ưng ý. Bạn có thể xem Style để cử những gì sau đây nhé!



SHINOLA LEATHER CARE TRAVEL KIT

Đây là một set bảo quản và giữ gìn các sản phẩm da từ giày cho đến túi, ví giản tiện và hiệu quả.



BURBERRY PRORSUM RABBIT FELT HAT

Nếu chàng là một tín đồ thời trang thực thụ thì chiếc mũ lấy cảm hứng từ quý ông Bruce Chatwin trong sắc xanh lá ấn tượng này chắc chắn sẽ khiến chàng mê mẩn.

OFFICINE CREATIVE SUEDE LACE UP BOOTS

Được làm từ da lộn cao cấp mềm mại, bớt lũng vừa nam tính vừa giữ ấm tốt mà vẫn thanh lịch thời trang.



TASCHEN 75 YEARS OF MARVEL COMICS

Cho dù chàng đã bao nhiêu tuổi thì các anh hùng của Marvel vẫn luôn là sự say mê mang đậm dấu ấn tuổi thơ. Và một cuốn sách tổng hợp xuyên suốt các thời kì chắc chắn là sự lựa chọn không tồi.



LANVIN CRACKED LEATHER SLIP ON

Một đôi slip màu sắc nhã nhặn là lựa chọn hợp lý cho nhiều kiểu trang phục đồng thời ưu ái các tín đồ yêu chuộng sự thoải mái.



MIANSAI LEATHER AND GOLD PLATED HOOK BRACELET

Miansai là thương hiệu phụ kiện đình đám dành cho nam giới mà nổi bật nhất với mẫu thiết kế vòng tay đơn giản có phần móc khoá hình móc câu hay mỏ neo mạnh mẽ. Không quá phô trương, không cầu kì là sức hút của mẫu vòng này.

TRIANON GOLD TURQUOISE AND LAPIS CUFLINKS

Sự hài hoà của sắc vàng, xanh turquoise và xanh đại dương trong thiết kế đậm chất Á đông sẽ tô điểm cá tính cho bộ suit và sơ mi thanh lịch của chàng.



DOLCE & GABBANA POLKA DOT COTTON BLEND SOCKS

Đâu chỉ có phụ nữ mới có thể sử dụng chấm bi. Còn nếu sợ bị "hơi quá", hãy sử dụng hoạ tiết này ở các phụ kiện nhỏ như tất chẳng hạn.

STYLE Picked For Him

Special: Valentine's Day

LET'S "BAG" HIM!

Các cô gái Mỹ thường dùng từ "bag" với một nghĩa lãng mạn khác là "cưới". Nhưng một chiếc túi cho chàng, đôi khi không cần phải "nghiêm túc" đến mức ấy phải không?



GIVENCHY LEATHER TRIMMED NEOPRENE NIGHTINGALE TOTE BAG

Có thiết kế đường nét hao hao với mẫu túi cùng tên dành cho nữ nhưng mẫu túi này đặc biệt mạnh mẽ và nam tính hơn nhờ các chi tiết kẻ sọc và viền da đậm chất thể thao. Bên cạnh đó, diện tích bên trong cũng khá lớn, thích hợp với hoạt động tập luyện hoặc ngoại khoá.



LOEWE DUFFLE BAG

Tối giản, thanh lịch, tiện ích cao là những ưu điểm của thiết kế duffle bag cỡ vừa này. Thêm vào đó là sắc da nâu cà phê sữa trẻ trung, năng động. Kết hợp dễ dàng từ suit cho đến trang phục casual gọn gàng khỏe mạnh.



BERLUTI UN JOUR VENEZIA LEATHER BRIEFCASE

Nếu chàng là người hay phải hội họp thì bạn có thể cân nhắc mẫu cặp xách tay màu nâu đỏ sang trọng lịch lãm này của thương hiệu Berluti vốn luôn dành cho các quý ông chuẩn mực.



SAINT LAURENT LEATHER TRIMMED BABYCAT PRINT BACKPACK

Ba lô là sự lựa chọn yêu thích của các anh chàng trẻ tuổi hoặc hay phải di chuyển trong công việc bằng các phương tiện như xe đạp, xe máy. Hoà tiết cá tính cùng các đường viền da chắc chắn mạnh mẽ, thiết kế đáp ứng yêu cầu của bất kì "người ta" nào khó tính nhất.



MARC BY MARC JACOBS STRIPED LEATHER CARDHOLDER

Ở mức giá dễ chịu và nhu cầu đựng không quá nhiều thẻ hay tiền mặt thì cardholder là sự lựa chọn hoàn hảo.



BOTTEGA VENETA INTRECCIATO WASHED LEATHER BILLFOLD WALLET

Signature da đan nong một của Bottega Veneta càng trở nên độc đáo và lạ mắt hơn với sự phối màu hoàn hảo của xám đen, xám khói và trắng.



LANVIN GRAINED LEATHER BILLFOLD

Thiết kế hiện đại cùng sự pha trộn hoà hợp giữa hai gam màu thanh lịch là đen và xanh blue mang đến cho thiết kế ví này không những sự tiện lợi mà còn cả nét khác biệt ấn tượng.



Bata
For every step.

THE EAST OF MY YOUTH...

NHỮNG CHUYẾN TÀU NỐI GIỮA QUÁ KHỨ VÀ HIỆN TẠI, GIỮA TUỔI TRẺ VÀ TƯƠNG LAI, GIỮA NHỮNG NUỐI TIẾC VÀ HI VỌNG....

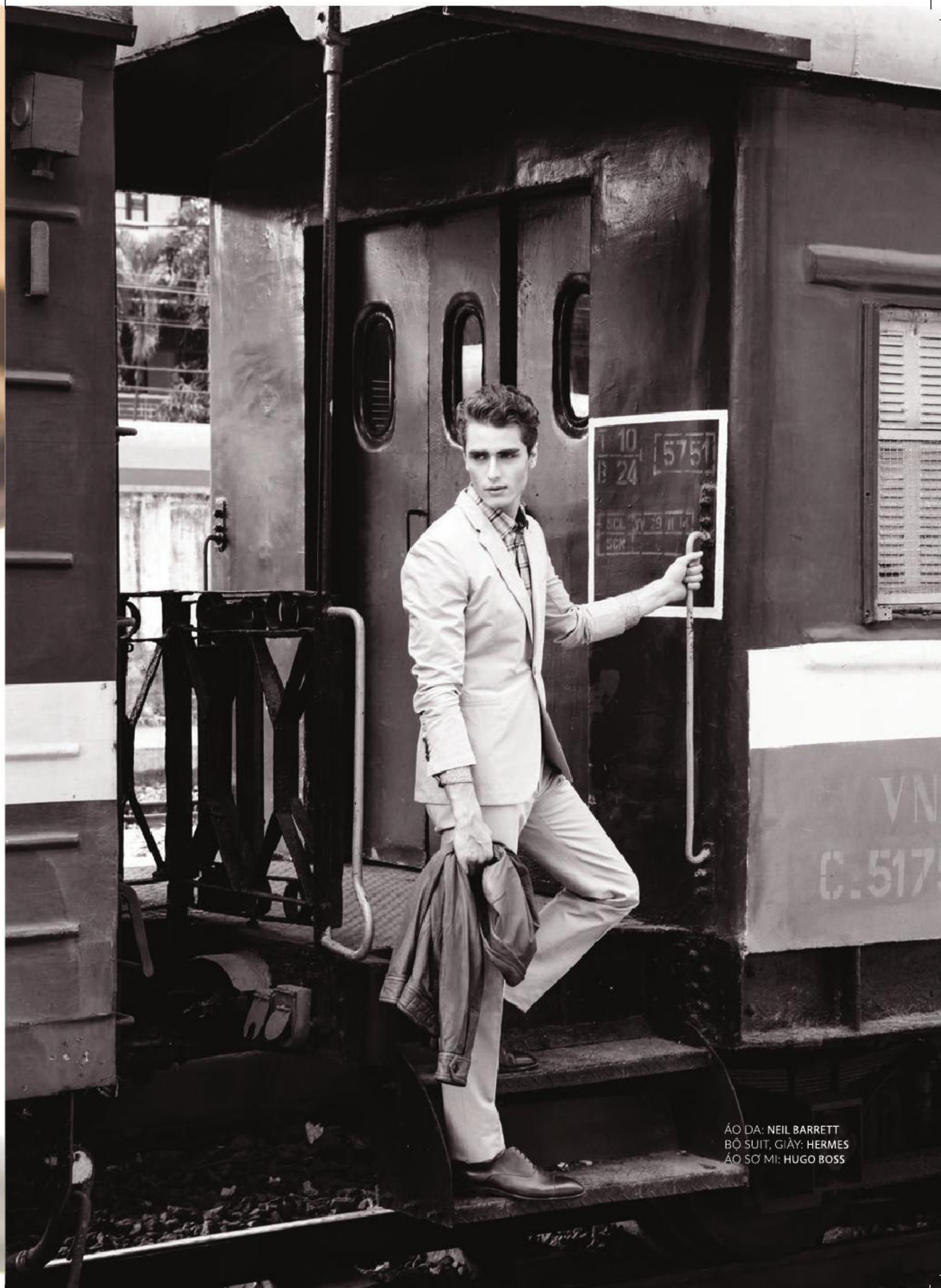
CONCEPT & CREATIVE: **SAMUEL HOÀNG**
PHOTOGRAPHER: **THĂNG PHAN**
PRODUCER: **NGỌC AN**
STYLIST: **LUSIA LAN ANH**
MAKEUP & HAIR: **MONICA THẠCH THẢO**
MODEL: **TIM (TAY MODEL AGENCY)**
ASSISTANT: **DUY ANH**
LOCATION: **GA TÀU HÀ NỘI**
FASHION: **LUALA MILANO, HERMES, HUGO BOSS, PAUL SMITH,
CANALI, DSQUARED2, MISSONI, NEIL BARRETT**



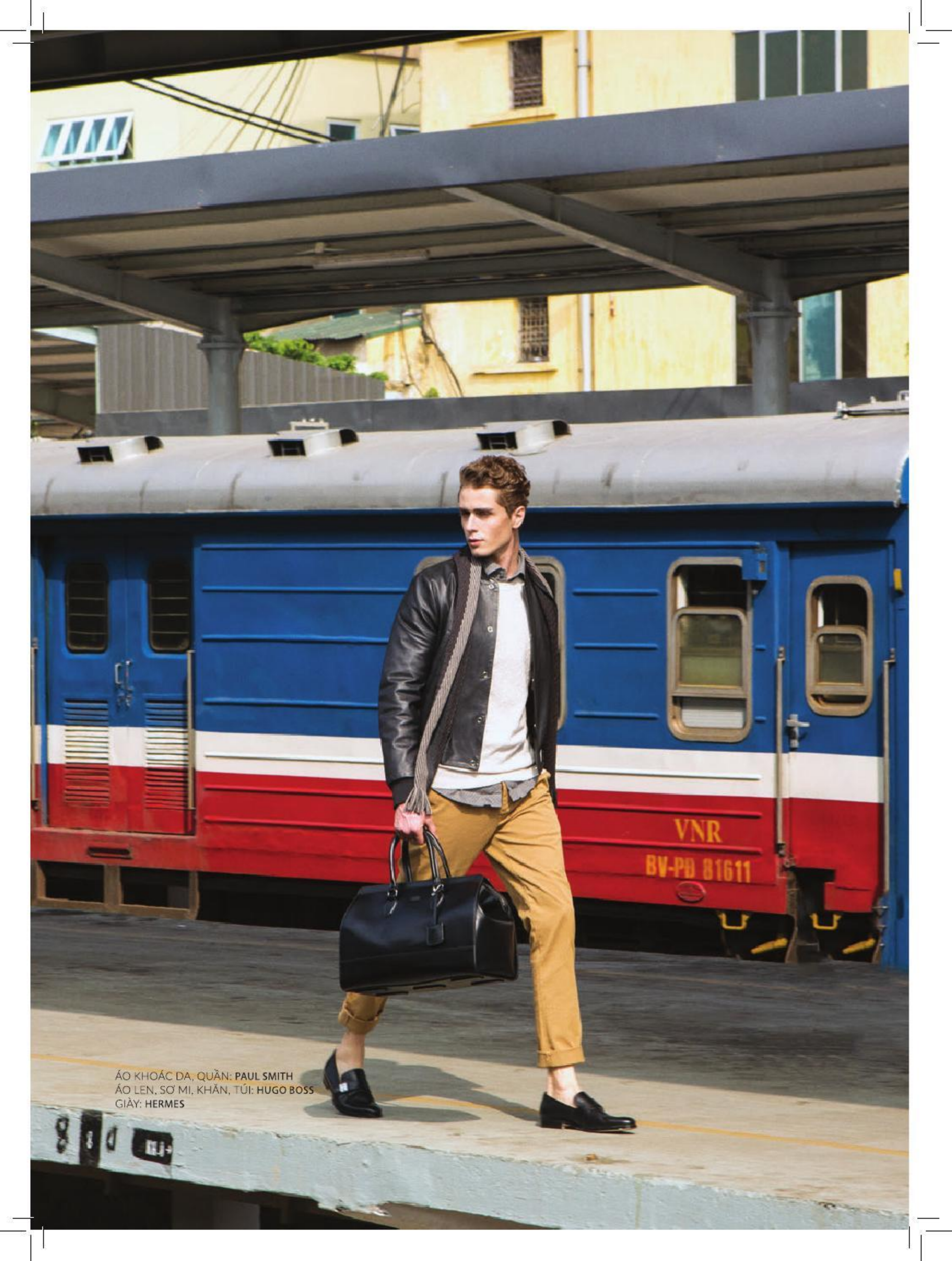
ÁO KHOÁC: PAUL SMITH
ÁO LÊN: MISSONI
KHĂN: HUGO BOSS

ÁO KHOÁC, SƠ MI: HUGO BOSS
ÁO LEN: MISSONI





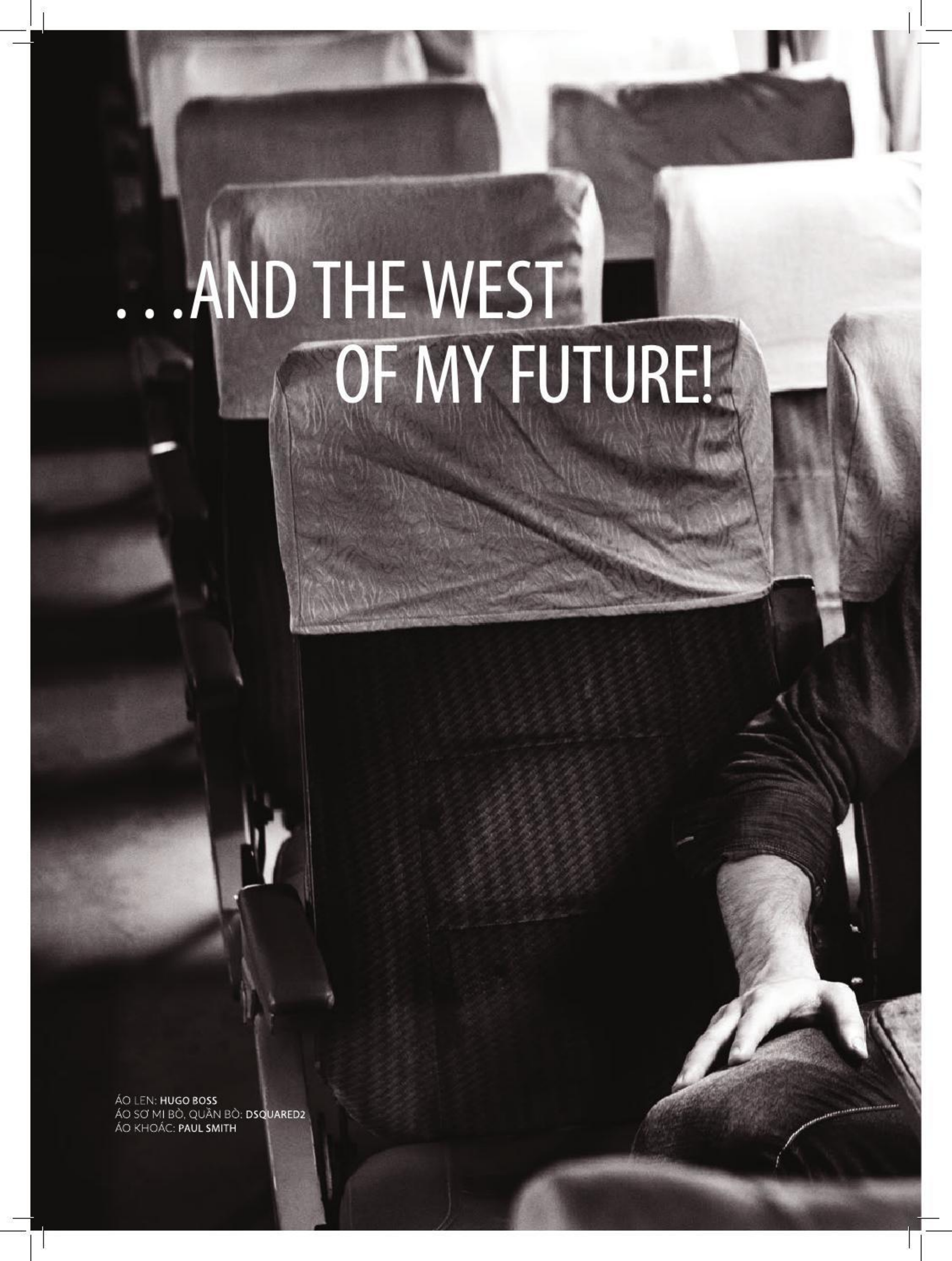
ÁO DA: NEIL BARRETT
BỘ SUIT, GIÀY: HERMES
ÁO SƠ MI: HUGO BOSS

A full-page fashion advertisement featuring a male model walking on a train platform. The model is wearing a black leather bomber jacket over a white t-shirt and a grey scarf, paired with tan-colored trousers and black loafers. He is carrying a black leather briefcase. In the background, a blue and red train with the text 'VNR BV-PD 81611' is visible. The scene is set under a concrete overpass with yellow buildings in the distance.

ÁO KHOÁC DA, QUẦN: PAUL SMITH
ÁO LEN, SƠ MI, KHĂN, TÚI: HUGO BOSS
GIÀY: HERMES

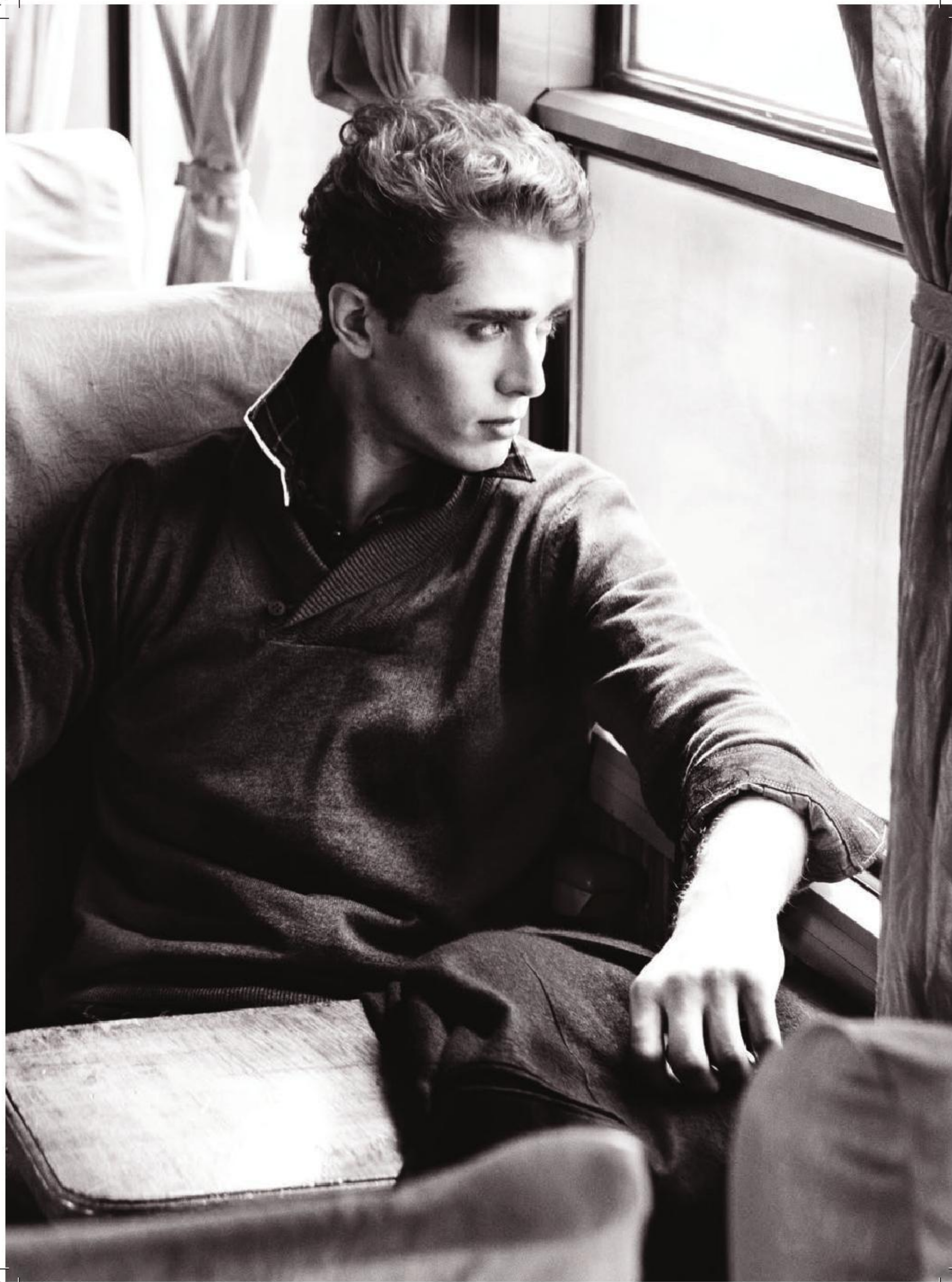


ÁO DA: NEIL BARRETT
ÁO SƠ MI: HUGO BOSS
QUẦN: HERMES



...AND THE WEST
OF MY FUTURE!

ÁO LEN: HUGO BOSS
ÁO SƠ MI BÒ, QUẦN BÒ: DSQUARED2
ÁO KHOÁC: PAUL SMITH





ÁO KHOÁC: PAUL SMITH
BỘ SUIT: CANALI
ÁO SƠ MI: DSQUARED2
TIE, GIÀY: HERMES
KHÀN: HUGO BOSS

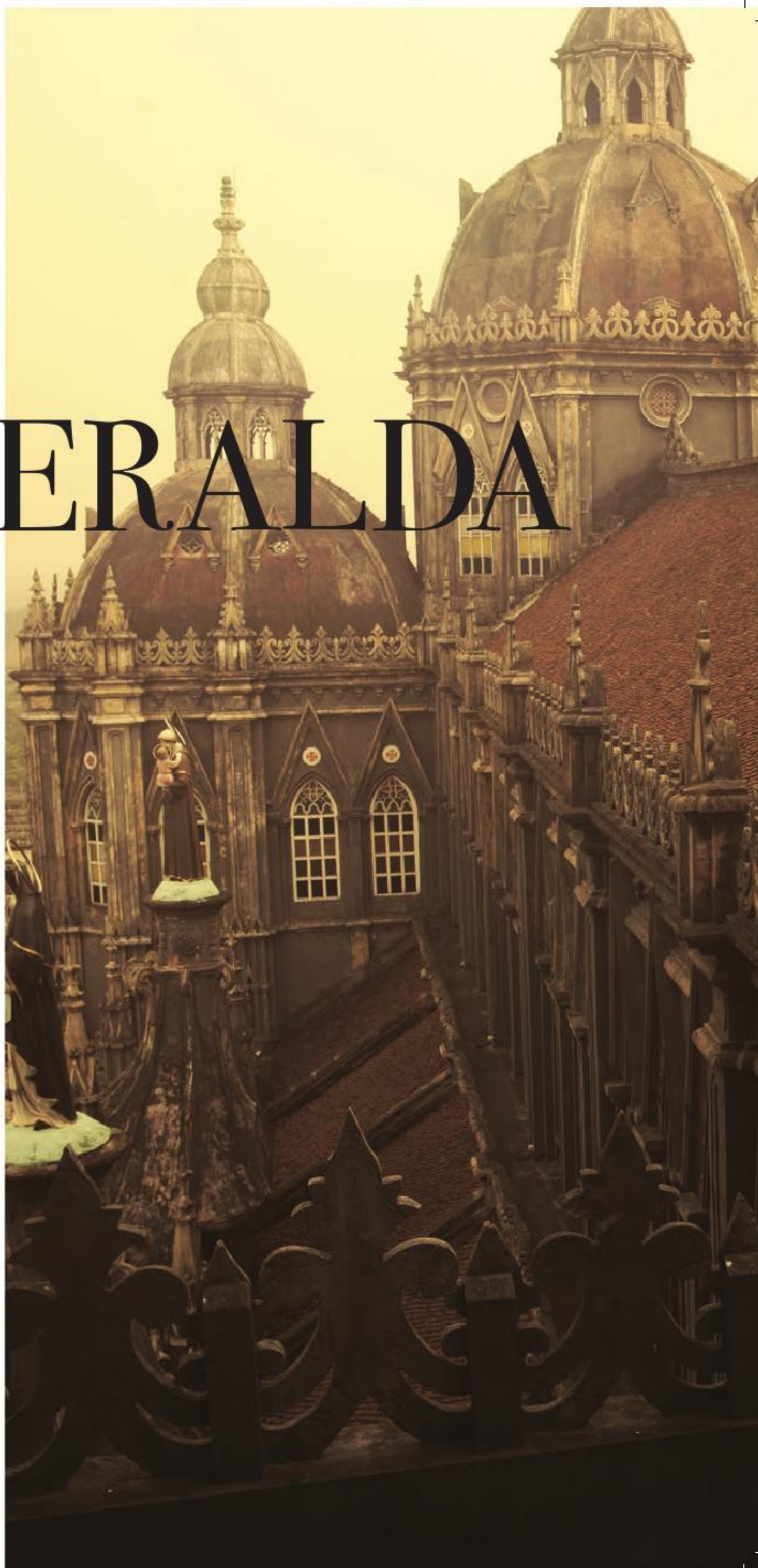


ÁO KHOÁC: PAUL SMITH
ÁO SƠ MI BÒ, QUẦN BÒ: DSQUARED2 S

ESMERALDA

IN RED

PHOTOGRAPHER: MILOR TRAN
MODEL: LÊ THUY
MAKE UP: QUÂN NGUYỄN
HAIR: PU LÊ
FASHION: DO MANH CUONG





















2015 NHỮNG TRANG ĐẦU RỰC RỠ

HOÀNG MINH CHÂU

THỜI TRANG LÀ MỘT NỀN CÔNG NGHIỆP LUÔN BIẾN ĐỔI VÀ ĐẦY TÍNH CẠNH TRANH. ÁP LỰC MÀ CÁC NHÀ THIẾT KẾ PHẢI ĐỐI MẶT LÀ VÔ CÙNG LỚN KHI MỖI MÙA ĐỀU PHẢI TẠO NÊN NHỮNG BỘ SƯU TẬP ẤN TƯỢNG, MỚI MẸ, ĐỒNG THỜI MANG LẠI HIỆU QUẢ THƯƠNG MẠI CAO. ĐẶC BIỆT ĐỐI VỚI CÁC NHÀ THIẾT KẾ LÀM CHỦ THƯƠNG HIỆU CỦA CHÍNH MÌNH, ÁP LỰC VỀ DOANH SỐ VÀ TÀI CHÍNH Càng TRỞ NÊN THÁCH THỨC. BÊN CẠNH ĐÓ, SỰ NỔI TIẾNG THƯỜNG ĐI KÈM VỚI CÁI NHÌN KHẮT KHE CỦA DƯ LUẬN VÀ GIỚI TRUYỀN THÔNG. CHÍNH VÌ VẬY, CŨNG LÀ DỄ HIỂU KHI SỰ NGHIỆP CỦA MỘT NHÀ THIẾT KẾ THỜI TRANG THƯỜNG GẶP PHẢI NHỮNG THẮNG TRẮM HAY RỦI RO BẤT NGỜ. NHƯNG DÙ THẾ NÀO ĐI CHĂNG NỮA THÌ CUỘC SỐNG VẪN LUÔN VẬN ĐỘNG THEO TRIẾT LÝ "SAU CƠN MƯA TRỜI LẠI SÁNG". LỊCH SỬ ĐÃ CHO THẤY NHIỀU SỰ RA ĐI RỒI QUAY TRỞ LẠI CỦA CÁC NHÀ THIẾT KẾ LỪNG DANH, CÁC THƯƠNG HIỆU NỔI TIẾNG. VÍ NHƯ TRƯỜNG HỢP CỦA NHÀ THIẾT KẾ COCO CHANEL, MARC JACOBS, MICHAEL KORS HAY THƯƠNG HIỆU BALMAIN. TRONG NĂM 2014 VỪA RỒI, CHÚNG TA ĐÃ CHỨNG KIẾN SỰ QUAY TRỞ LẠI CỦA NHỮNG TÊN TUỔI NHƯ NHÀ THIẾT KẾ ANDRE WALKER, VICTOR ALFARO, NGƯỜI MẪU AGYNESS DEYN (VỚI VAI TRÒ NHÀ THIẾT KẾ). NĂM 2015 TỚI ĐÂY NHỮNG SỰ TRỞ LẠI NÀO HỨA HẸN SẼ GẶT HÁI ĐƯỢC THÀNH CÔNG VANG DỘI? HÃY CÙNG STYLE ĐIỂM QUA CÁC TRƯỜNG HỢP DƯỚI ĐÂY:



John Galliano

JOHN GALLIANO

Không còn nghi ngờ gì, sự trở lại của John Galliano được cả thế giới thời trang dõi theo và trông đợi suốt gần 4 năm qua. Và đây chắc chắn cũng là sự trở lại tốn nhiều giấy mực nhất của giới truyền thông. Trong vòng hơn 3 năm “thất nghiệp” sau khi bị sa thải khỏi Dior và thương hiệu mang tên chính anh hồi đầu năm 2011 vì những lời xúc phạm đối với người Do Thái, John đã có một khoảng thời gian thực sự khủng hoảng và khó khăn. Thế giới thời trang đã chứng kiến hàng loạt nỗ lực “xoay xở” của John để tìm lại một chỗ đứng cho bản thân. Đối với John, lời mời thiết kế váy cưới từ Kate Moss là một vinh dự mà theo anh “đã cứu vớt tôi, thách thức tôi tìm lại cảm hứng sáng tạo của chính mình”. Đầu năm 2013, John đã có thời gian làm việc một tháng tại studio của Oscar de la Renta và lúc bấy giờ cũng đã tồn tại những tin đồn John sẽ trở thành Giám đốc sáng tạo mới của hãng thời trang này. Nhưng đến giờ thì chúng ta đều biết Peter Copping mới chính là người viết tiếp lịch sử của thương hiệu đầy nữ tính này. Tiếp đó là dự định giảng dạy lớp master class của John tại trường thời trang danh tiếng Parsons The New School for Design. Tuy nhiên dự định này đã không bao giờ trở thành hiện thực khi John và Parsons đã không đi tới được thống nhất chung về một số vấn đề liên quan đến khóa workshop. Gần đây nhất là dự án cộng tác với hãng nước hoa lớn nhất nước Nga L'Etoile hồi tháng 5 vừa rồi. Cuối cùng sau hàng loạt những nỗ lực trở lại không thật sự thành công, John cũng tìm thấy “tia sáng nơi cuối đường hầm”. Tháng 10 năm 2014 vừa rồi, John Galliano chính thức được bổ nhiệm làm Giám đốc sáng tạo của Maison Martin Margiela. Sự kiện này đánh dấu sự kết thúc chuỗi thời gian suốt hơn 3 năm rong “thử sức” với các vai trò khác nhau nhưng không mấy phù hợp với tài năng đích thực của John.

Đầu tháng 12 vừa rồi, lần đầu tiên John Galliano bất ngờ xuất hiện lại trước công chúng tại British Fashion Awards để trao giải thưởng “Thành tựu nổi bật” (“Outstanding Achievement Award”) cho chủ bút đầy quyền lực của tạp chí Vogue Anna Wintour. John đã bày tỏ lời cảm ơn chân thành và đầy cảm động tới Anna, người đã luôn ủng hộ và giúp đỡ anh trong suốt những năm qua, khi thành công cũng như lúc thất bại. Điều này thật sự không dễ có trong thế giới thời trang đôi khi phù du và khắc nghiệt. Chắc hẳn bộ sưu tập couture đầu tiên mà John thiết kế cho Maison Martin Margiela ra mắt tại London trong tháng 1 này sẽ là một trong những sự kiện thời trang được trông đợi nhất năm 2015.



Kit Willow Podgornik

KIT WILLOW PODGORNIK

Còn điều gì cay đắng hơn việc bị mất quyền kiểm soát hoặc tệ hơn, bị sa thải khỏi thương hiệu thời trang mang tên chính mình? Ấy vậy mà chuyện tưởng chừng vô lý đó lại đã xảy ra với không ít các nhà thiết kế lừng danh, trong đó có Roland Mouret, Thierry Mugler, Calvin Klein, John Galliano hay Roy Halston. Điều tương tự xảy ra cách đây hơn một năm với nhà thiết kế rất được yêu thích tại quê nhà Australia, Kit Willow Podgornik. Năm 2011, Apparel Group đã mua lại phần lớn cổ phần của thương hiệu mang tên Willow ra đời năm 2003. Không ai có thể ngờ, hai năm sau, chính CEO của thương hiệu, Daniel Bracken, người đã bổ nhiệm Kit Willow làm Giám đốc sáng tạo, lại là người ra quyết định đuổi việc cô khỏi hãng thời trang do chính mình sáng lập nên đồng thời là một cổ đông lớn. Trong một cuộc phỏng vấn tại thời điểm xảy ra sự việc, Kit đã bày tỏ rất thật “Tôi thấy thực sự bị tổn thương. Tôi có cảm giác những ước mơ và thành công mà tôi đã nỗ lực để có được trong suốt 10 năm qua vừa bị tước đi một cách bất công”. Ngay sau sự việc, Kit đã nhờ tới luật sư để dàn xếp những mâu thuẫn và bất đồng với Apparel Group và cho đến giờ, có thể nói cô đã thành công. Dũng cảm đứng lên từ mất mát này, Kit Willow gần đây đã tuyên bố sẽ trở lại sự nghiệp thiết kế vào năm 2015 và cho ra đời một thương hiệu hoàn toàn mới. Liệu thương hiệu mới này có đạt được những thành công mà thương hiệu Willow đã đạt được trong những năm qua? Hãy cùng chờ xem.



Kimora Lee Simmons



Người mẫu Gemma Ward

ESTEBAN CORTAZAR

Đối với thần đồng thiết kế Esteban Cortazar, 2015 là một năm đặc biệt bởi nó đánh dấu một khởi đầu mới mẻ đầy hứa hẹn sau một quãng đường dài “tìm lại chính mình”. Chúng ta biết tới những Alexander Wang, Zac Posen, Marios Schwab hay Christopher Kane thành lập thương hiệu của riêng mình và gặt hái được thành công rực rỡ khi tuổi đời còn rất trẻ. Ấy thế nhưng, chưa ai trong số họ chính thức bước chân vào làng thời trang thế giới sớm như Esteban Cortazar. Bộ sưu tập đầu tiên của Esteban ra mắt tại Tuần lễ thời trang New York năm 2002 khi anh mới 18 tuổi. Từ đó cho tới nay, chưa một nhà thiết kế trẻ nào làm được điều tương tự. 5 năm sau ở tuổi 23, Esteban chuyển tới Paris khi được bổ nhiệm làm Giám đốc sáng tạo cho thương hiệu danh tiếng Emanuel Ungaro. Esteban từ bỏ vị trí tại Emanuel Ungaro sau 2 năm để tập trung xây dựng thương hiệu của riêng mình tại Paris. Từ năm 2012 đến 2014, Esteban cộng tác với website bán hàng online phổ biến nhất hiện nay Net-a-Porter để cho ra mắt 2 bộ sưu tập nhỏ (capsule collection) Xuân Hè 2012 và Thu Đông 2014. Cuối cùng, sau 5 năm trầm trở suy nghĩ về hướng đi và bản sắc riêng cho thương hiệu của mình, đồng thời cất công tìm kiếm nhà đầu tư và đối tác kinh doanh, Esteban cuối cùng cũng đã sẵn sàng để bắt đầu một hành trình mới. Sự trở lại của thương hiệu Cortazar sẽ mang tới dấu ấn về một hãng thời trang mang đậm di sản văn hóa Latin kết hợp với nét hiện đại nữ tính đầy quyến rũ. Thành công của bộ sưu tập Xuân Hè 2015 tại Tuần lễ thời trang Paris tháng 9 năm ngoái 2014 đánh dấu sự trở lại đầy thuyết phục của Esteban Cortazar. Năm 2015 này hứa hẹn mang lại cho Cortazar nhiều thành công và sự ghi nhận của làng thời trang thế giới.



Esteban Cortazar





Prabal Gurung



Seven Friday



Chloé



Yohji Yamamoto



Moschino



Gucci Makeup



Alexander McQueen

Ô nàng streetstyle, cô nàng thể thao phóng khoáng mạnh mẽ mang chút hơi hướng avant garde nhưng vẫn thực tế và bắt kịp xu hướng với crop top và giày sneakers đơn giản.

Rose Dior Bagatelle' Bracelet



Sachin + Babi



X

anh hoàng gia cùng sắc đỏ tươi nguyên bản là sự kết hợp chuẩn mực của vẻ đẹp cổ điển thanh lịch, của những gì sang trọng và rực rỡ nhất. Một người phụ nữ trong chiếc váy mullet dài tối giản, bước đi uyển chuyển nhẹ nhàng, xuất hiện ở bữa dạ tiệc long lầy, thật giống như khung cảnh cắt ra từ câu chuyện Nàng Lọ Lem nổi tiếng.



Chanel



Prada

Josh Goot



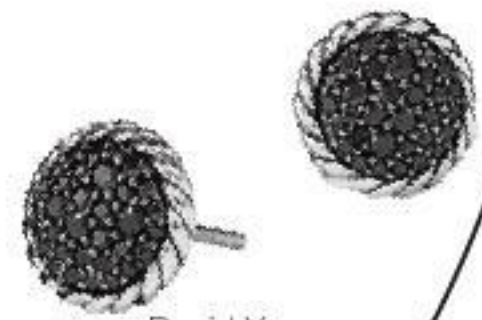
Elie Saab

C

hiếc váy bodycon ôm sát lấy đường cong quyến rũ của người phụ nữ chưa bao giờ “thất sủng” cho dù ở bất kì giai đoạn nào. Và khi thời tiết chỉ còn se se lạnh, khoác lên mình một chiếc áo fur với họa tiết hoa cutout tinh tế là đủ để thu hút mọi ánh nhìn ngưỡng mộ.



Louis Vuitton



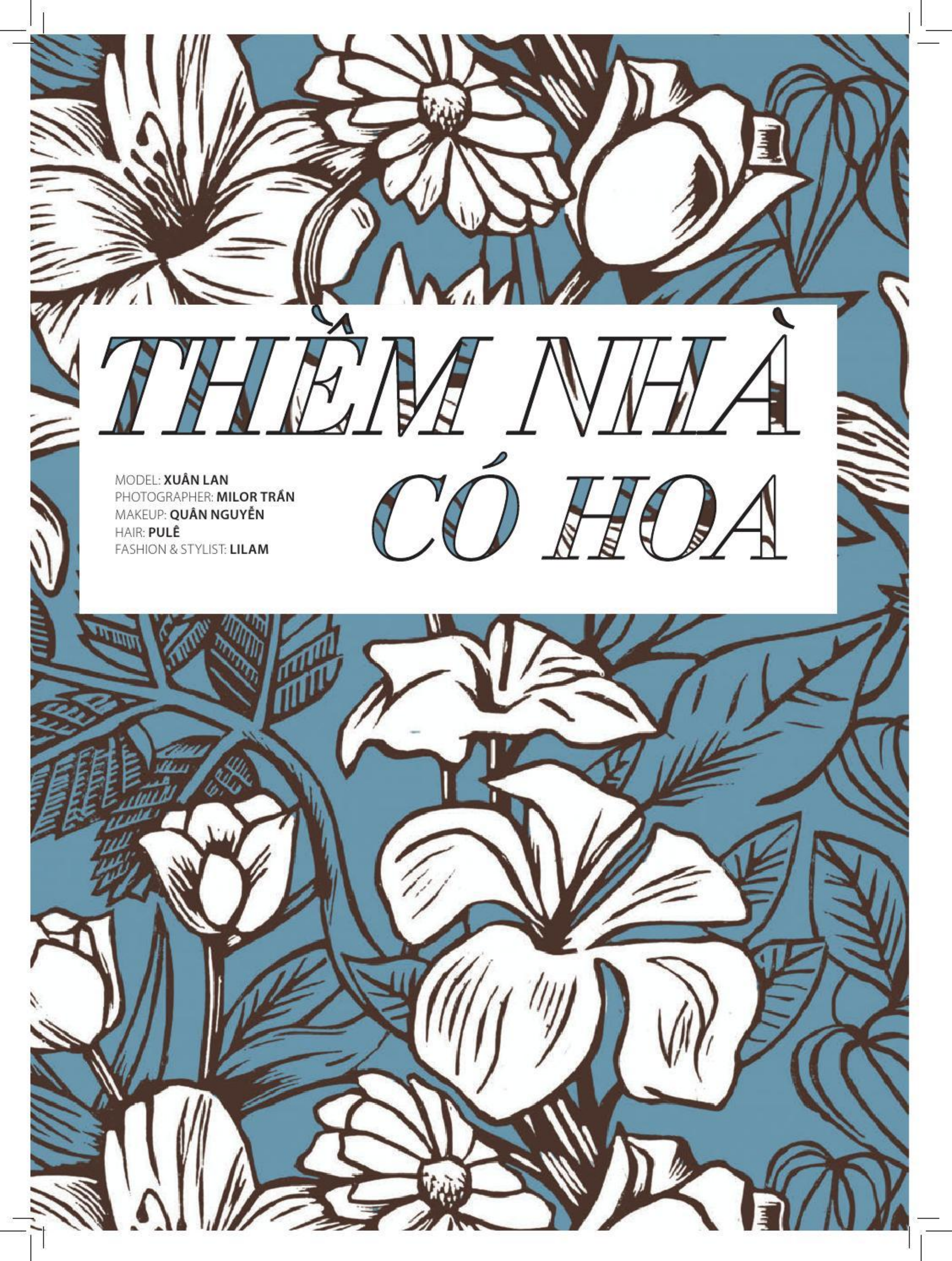
David Yurman



Cartier



Saint Laurent

The background of the entire page is a stylized, high-contrast illustration in blue and white. It features various types of flowers and foliage, including large daisy-like flowers, tulips, and broad leaves, rendered in a graphic, almost woodcut-like style. The flowers are white with blue outlines and centers, while the leaves and stems are blue with white outlines.

THÊM NHÀ CÓ HOA

MODEL: XUÂN LAN
PHOTOGRAPHER: MILOR TRẦN
MAKEUP: QUÂN NGUYỄN
HAIR: PULÊ
FASHION & STYLIST: LILAM





















Maison Margiela

MỘT MAISON MARGIELA KHÔNG MARTIN

Cùng với bộ sưu tập debut gợi cảm, hoàn hảo, quyến rũ, gây chấn động của John Galliano trong vai trò giám đốc sáng tạo, Maison Martin Margiela cũng đã chính thức tuyên bố từ nay tên thương hiệu chỉ còn là Maison Margiela. Sự thay đổi này đánh dấu một trang hoàn toàn mới, một hướng đi khác biệt và táo bạo mà Maison Margiela muốn ghi dấu dưới thời kì Galliano. Việc đổi tên này chúng ta đã từng thấy ở nhà YSL với Heidi Slimane và giờ đây cùng hi vọng những điều tốt đẹp mà Galliano sẽ mang đến cho Margiela!



Prada

PRADA “CHUYỂN NHÀ”

Sau một thời gian và dưới nhiều tin đồn đồn thổi, thương hiệu Prada đã quyết định dời trụ sở chính từ Luxembourg về Ý. Đây là một bước đi vững chắc và khôn ngoan bày tỏ thiện ý của Miuccia Prada cùng chồng trong việc xây dựng thương hiệu Prada trên quê hương, đồng thời dẹp tan những phiền phức không đáng có như Dolce & Gabbana đã từng phải tốn rất nhiều công sức cùng tiền của để giải quyết trong suốt thời gian dài.



Alessandro Michele

CHỦ NHÂN MỚI CỦA NHÀ GUCCI?

Vậy là sau hàng loạt tin đồn (kể cả việc Tom Ford quay trở lại) thì cuối cùng thương hiệu Gucci cũng đã tìm ra người thay thế Frida Gianini lèo lái con thuyền sáng tạo. Cái tên được xướng lên là Alessandro Michele, vốn là giám đốc sáng tạo mảng phụ kiện của Gucci. Đây có thể xem như một lựa chọn an toàn vì với kinh nghiệm làm việc tại Gucci, hơn ai hết Alessandro nắm bắt rõ tinh thần cũng như xu hướng phát triển của thương hiệu. Cùng chờ xem sự ra mắt mới mẻ của Alessandro Michele!

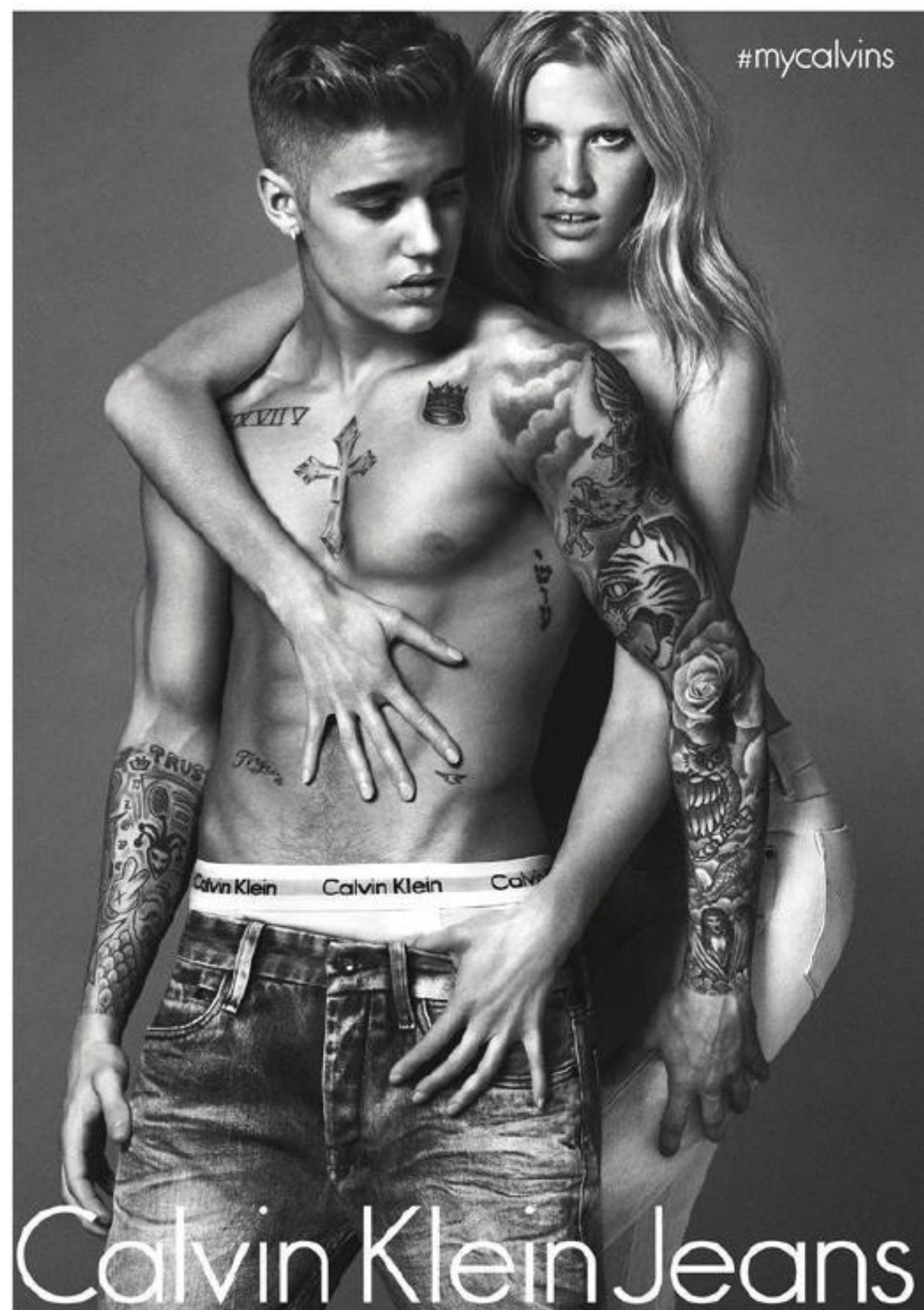


THỜI TRANG PHÁP VÀ “JE SUIS CHARLIE”

Vụ thảm sát kinh hoàng tại tòa soạn Charlie Hebdo vừa qua là một thảm kịch đối với không chỉ nước Pháp mà toàn thế giới. Phong trào “Je suis Charlie” ủng hộ cho tự do ngôn luận lan toả mạnh mẽ ở khắp nơi. Và liên đoàn thời trang Pháp, đứng đầu là Francois Henri Pinault, CEO đồng thời là chủ tịch của tập đoàn Kering cùng đông đảo nhân viên của mình là nhiệt tình hưởng ứng phong trào này với thiện ý thời trang cũng chính là một phần của xã hội.

COACH MUA LẠI STUART WEITZMAN

Thương hiệu phụ kiện nổi tiếng của Mỹ đã quyết định mua lại hãng giày Stuart Weitzman với giá 574 triệu đô. Đây là bước đi được xem như củng cố “lực lượng” chiếm lại thị trường tầm trung mà Coach đã mất không ít thị phần cho các thương hiệu mới nổi đình đám dạo gần đây như Michael Kors hay Tory Burch. Hi vọng rằng trong tương lai không sẽ được nhìn thấy những sản phẩm hấp dẫn hơn nữa từ Coach!



JUSTIN BIEBER VÀ CALVIN KLEIN

Mới đây, thương hiệu Calvin Klein đã thành công trong việc kí hợp đồng mời chàng ca sĩ đình đám và cũng lắm tai tiếng Justin Bieber trở thành gương mặt đại diện cho mình với tuyên ngôn: “Bieber là khuôn mặt cũng nhưng cơ thể Calvin Klein”. Tuy nhiên chỉ không lâu sau khi hình ảnh cơ bắp cuốn cuộn hấp dẫn của Justin được tung ra thì bằng chứng Calvin Klein photoshop quá nhiều cũng được lan tràn Internet và trở thành vũ khí châm biếm chính chàng ca sĩ vốn đã nhiều scandal. Chúng ta cùng chờ xem Calvin Klein sẽ làm gì bước tiếp theo!

STYLE *Just Ask Us*

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!



Nina Ricci



Suno



Tibi



Paul Andrew



Aranaz



Oscar de la Renta



MSGM

Q: Tôi rất thích những chiếc váy xòe (full skirt). Làm thế nào để mặc chúng mà không bị già đi hay “sến”?

A: Full skirt thực ra là một kiểu trang phục không dễ mặc vì chiều dài và độ xòe của nó đòi hỏi một chiều cao nhất định. Thế nên nếu bạn hơi thấp bé thì chỉ nên thử full skirt đến đầu gối và đừng quên đi giày cao gót. Ngoài ra, váy full skirt họa tiết hay một màu đi cùng crop top đồng bộ sẽ giúp bạn ăn gian chiều cao. Còn nếu bạn không muốn quá phá cách, chọn full skirt làm tâm điểm của tổng thể trang phục thì các phần còn lại nên tối giản tối đa.

97^{STYLE}

Q: Tôi nghe đến từ “normcore” dạo gần đây trên nhiều mặt báo lẫn tin tức thời trang. Vậy normcore chính xác là gì?

A: Normcore là một thuật ngữ thời trang mới ra đời thuộc làn sóng “anti-fashion” look được khởi xướng bởi nhiều tín đồ thời trang chuộng phong cách đường phố. Trái với suy nghĩ của nhiều người rằng normcore chính là lối thô luộm thuộm, xu hướng ăn mặc này ưa chuộng sự thoải mái ở mức tuyệt đối, không nhất định phải là hàng hiệu đắt tiền, hạn chế các item “flashy” hoặc rực rỡ, ưu tiên màu đơn sắc và quan trọng nhất chính là thần thái tự tin. Ngoài ra, normcore còn khuyến khích tinh thần unisex phóng khoáng, để cao cái tôi mạnh mẽ khác biệt. Nếu bạn muốn thử phong cách này, bạn có thể chọn bằng đầu bằng cách chơi layers trang phục hoặc oversized.



STYLE *Just Ask Us*

Q: Tôi rất thích quần ống rộng như palazzo hay baggy nhưng chiều cao khiêm tốn. Có cách nào không?

A: Bạn hãy thử nhìn Miroslava Duma, một trong những fashionista nhỏ bé nhất thế giới nhưng chưa bao giờ khiến người hâm mộ thất vọng, ngay cả với baggy hay palazzo. Nguyên tắc rất đơn giản: vũ khí của bạn là giày cao gót và luôn luôn ghi nhớ tỉ lệ nếu bên dưới rộng thì bên trên phải ôm gọn ghẽ, hạn chế phụ kiện quá to bản quá dài; nói không với túi oversize và chào đón clutch hay crossbody nhỏ nhắn.



Tome



Arme de L'Amour



Jil Sander



Givenchy



Jimmy Choo



Michael Kors

Rosie Assoulin

BEAUTY

STYLE

BEAUTY - BEAUTY GUIDE - BEAUTY STORY



Badgley Mischka
Spring 2015

Moroccanoil
đầu dưỡng tóc
Moroccanoil
Treatment

Moroccanoil
Kem tạo kiểu
dưỡng ẩm
Hydrating
Styling Cream

Badgley Mischka
Spring Summer 2015

Badgley Mischka
Spring 2015

SỰ CHUYỂN ĐỘNG CỦA MÀU NHUỘM

Xu hướng sử dụng các màu đơn lẻ để highlight hay ombre trên một vệt tóc lớn đã nhàm chán. Năm nay, một xu hướng rất được ưa chuộng là kết hợp nhiều màu sắc khác nhau ở các lọn tóc nhỏ xen kẽ, hoặc ngay trên cùng một lọn tóc để tạo ra hiệu ứng ấn tượng cũng như một sự chuyển đổi tinh tế. Sử dụng các lọn tóc nhỏ màu pastel trên nền tóc sáng như trong show diễn của Badgley Mischka SS 2015 là một ví dụ cho xu hướng màu sắc này. Bạn có thể sử dụng phấn tạo màu tạm thời cho tóc (hair chalk) để dễ dàng kết hợp các màu sắc ấn tượng cùng một lúc. Một loại phấn tốt có thể giữ màu sau 3-4 lần gội.

BADGLEY MISCHKA SS 2015

Hairstylist: Peter Gray của Moroccanoil

Cảm hứng: nàng Marie Antoinette trong bối cảnh tại Làng Đông – Công chúa của Park Avenue nổi loạn với một phong cách gợi cảm và sôi nổi của thành thị.

Cách tạo ra kiểu tóc này:

- "Thoa Kem tạo kiểu dưỡng ẩm lên tóc ẩm để tạo nếp tóc mềm mại và giữ nếp lâu dài."
- "Sấy tóc với loa sấy và dùng ngón tay để tạo cấu trúc kiểu tóc tơ và hơi xù."
- "Tiếp theo, với máy kẹp xoắn trục lớn (loại 3.75cm hoặc 1.5"), kẹp xoắn các lọn tóc theo những hướng ngược nhau."
- "Xịt tóc với Gôm xịt giữ nếp và chỉnh tóc với đầu ngón tay."
- "Kẹp những lọn tóc nối nhiều màu vào bên dưới tóc ở hai bên phần gáy. Kẹp xoắn lọn tóc này để trộn lẫn vào tóc thật."
- "Hoàn thiện với gôm xịt giữ nếp và xịt bóng cho độ bóng gợi cảm và để giữ nếp lâu dài."



Bobbi Brown giới thiệu Bộ sưu tập Illuminating Nudes Collection, nhấn mạnh các sản phẩm phải có để có được gương mặt tươi trẻ một cách dễ dàng. Mỗi sản phẩm đều rất dễ sử dụng, mang đến màu sắc tinh khiết và được thiết kế để làm sẵn chắc và sáng cho da mặt.

1 Extra Illuminating Moisture Balm:

Kem dưỡng ẩm làm sáng da.

2 CC Cream SPF 35:

CC Cream làm đều màu da và chống nắng. Natural Brow Shaper & Hair Touch Up: công thức kem-gel giúp định hình và làm đầy lông mày một cách dễ dàng.

3 Lip Gloss: son bóng

4 Sparkle Eye Shadow: phấn mắt nhũ tinh tế và lâu trôi.



CÔNG CỤ CHO VÙNG LÔNG MÀY

Một cây chì kẻ lông mày hoặc một lọ kẻ lông mày dạng cream luôn là vật "phải có" dành cho những cô gái thích chăm chút cho vùng mắt.



Giorgio Armani Eye & Brow Maestro

Mô tả: Một hộp kẻ mắt tròn dạng cream khô rất nhanh.

Sử dụng: Nó tạo ra một độ ửng ánh nhẹ bất chước độ bóng của tóc và nhìn rất tự nhiên.



Maybelline New York Brow Drama Mascara

Mô tả: một gel kẻ lông mày chống thấm nước có hình dạng như mascara.

Sử dụng: Tạo màu đậm một cách nhanh chóng và thuận tiện.



L'Oréal Paris Brow Stylist Sculptor

Mô tả: Một cây chì hai đầu, một đầu là màu kẻ, một đầu là sáp trắng để xóa, có gắn bàn chải nhỏ ở phần nắp.

Sử dụng: Kẻ các đường ngăn lên lông mày, chải lại bằng bàn chải để pha trộn màu sắc và dùng sáp để chỉnh lại ở bước cuối cùng với những vết thừa.



The Body Shop SMOKY 2 IN 1 GEL LINER

Mô tả: Một lọ nhỏ dạng gel đặc. Nắp lọ có gắn kèm một cọ nhỏ.

Sử dụng: Gel khô rất nhanh nên cần kẻ một cách thận trọng. Màu đen có thể tạo ra màu sắc rất đậm ngay tức thì.

J.CREW + AROUISTE = PERFUME

Cuộc bắt tay giữa thương hiệu thời trang J.Crew và hãng nước hoa niche Arquiste tiếp tục nhân mạnh mối quan hệ mật thiết giữa thời trang và nước hoa.

Trong khi những khách hàng của J.Crew thì nổi tiếng vì sự mạnh mẽ, quý phái, trí tuệ và có thiên hướng nghệ thuật rõ nét. Đó chính là lý do cho nguồn cảm hứng của loại nước hoa mới: cuộc triển lãm "Exhibition by 31 Women" của Peggy Guggenheim, nhà sưu tập nghệ thuật nổi tiếng vì tài năng và sự phóng túng của làng hội họa Mỹ. Trong cuộc triển lãm này, người xem ngồi trong một không gian bằng gỗ sồi, được mời uống những loại rượu vang, gin, tonic và cocktail có mùi vị ấn tượng. Nước hoa No.31 và No.57, bởi vậy, sẽ có mùi gỗ ấm áp kết hợp với mùi cocktail táo bạo.

Trong khi No. 57 nóng ấm và tinh tế hơn: với sự pha trộn của gỗ-whisky-vanilla tạo ra sự ngọt ngào rõ rệt thì No.31 có phần "sạch" hơn: kết hợp với các thành phần hương hoa chypre cổ điển như hoắc hương và rêu sồi. No. 31 sử dụng hoa hồng Bungari, rượu vermouth đỏ và mật tím để tạo ra một mùi hương hoa quả tươi sáng nhưng thanh lịch đúng chất J.Crew.



Hương đầu: tiêu
Hương giữa: quế
Hương cuối: thuốc lá + xạ hương
Giá: 1.900.000 VND/100ml.

RED MUSK (THE BODY SHOP)

Perfumer: Corinne Cachet (Tôi muốn tạo ra một loại nước hoa không theo mô típ "cô gái nữ tính" kinh điển - Tôi muốn thay đổi các quy tắc của nước hoa. Tôi đã đưa sự say đắm và ám áp của gia vị pha trộn với xạ hương để chạm đến những góc cạnh nữ tính khác nhau).

Năm 1981, The Body Shop tiên phong trong việc dùng xạ hương trắng: loại nước hoa đầu tiên chứa xạ hương nhân tạo. Thương hiệu đã phá vỡ các quy tắc về sử dụng xạ hương tự nhiên được thu thập từ hươu, nai, và tạo ra một cuộc cách mạng trong việc sử dụng xạ hương. Red Musk là mùi hương mới trong năm 2014 của The Body Shop.

Thương hiệu nói: "Sự pha trộn của xạ hương và gia vị, của những nốt hương nóng bỏng từ hạt tiêu, quế và thuốc lá, đặc biệt không có hương hoa như những loại nước hoa dành cho nữ theo mô típ thông thường".

Chúng tôi nói:

- * " Choáng ngợp bởi mùi thuốc lá nóng ấm ngay từ hương đầu. Mùi hương như một cái ôm ấm áp và kéo dài đến ngạc nhiên".
- * " Không có mùi hoa khiến Red Musk tương đối unisex. Mùi thuốc lá mang đến các khía cạnh nam tính nhưng bị lấn át bởi mùi xạ hương ngọt mạnh mẽ"
- * " Mùi xạ quá nồng gắt, ập vào mặt như một cú shock. Mùi hương sẽ chia người dùng nó thành hai phe: hoặc rất thích, hoặc rất ghét".
- * " Tôi thường quen với mùi xạ trắng, ngọt ngào nhưng nhẹ nhõm. Red Musk hoàn toàn đối lập: mùi xạ nóng, gắt và ngọt khủng khiếp".
- * "Hoàn hảo cho những chất liệu mùa đông: áo da, dạ hoặc lông thú. Nhưng không phức tạp lắm. Khá giống với kiểu mùi hương tuyến tính".



Ashlema eau de
parfum 100ml

NHỮNG VIÊN ĐÁ QUÝ CỦA BVLGARI – LE GEMME

Mỗi chai nước hoa trong bộ sưu tập LE GEMME là một tuyệt tác nghệ thuật, có thể miêu tả tinh tế và trọn vẹn tính cách của từng loại đá quý, bằng chính làn hương đặc trưng của sản phẩm.

Thạch anh tím Amethyst = ASHLEMA : mùi hương dựa trên những đoá hoa màu tím như Hoa Iris, Hoa Oải Hương, hoa Violet và hoa Heliotrope.

Giá: 3.360.000 VND/30ml.



EDITOR'S PICKS

1: Shiseido Foundation Brush - 2: Dầu tẩy trang Shu Uemura Anti/Oxi Skin Refining Anti Dullness Cleansing Oil làm sạch sâu với chiết xuất trà xanh. - 3: Bottega Veneta Knot Eau de Parfum - một mùi hương hoa kết hợp cam chanh tinh tế. - 4: Ke mắt Bobbi Brown Long-Wear Gel Eyeliner - 5: Bảng màu Dior Kingdom of Colors Palette, Kingdom of Colors Collection - 6: Tinh chất cô đặc phục hồi da Sulwashoo Herblinic Restorative Ampoules - 7: Phần má hồng Guerlain Météorites Compact Spring Color Collection - 8: Dries Van Noten par Frederic Malle - mùi hương tuyến tính của đàn hương và nhựa peru - 9: Tinh chất chống lão hoá Sisley Paris Black Rose Precious Face Oil chứa chiết xuất hoa hồng đen và hỗn hợp chiết xuất thực vật.

HẤP THẲNG MƯỢT THE BEST

CÁCH THỨC LÀM CHO TÓC BÔNG XÙ TRỞ NÊN THẲNG MƯỢT TRONG VÒNG 5 THÁNG

FORTIFIED WITH
JUVEXIN



Sản phẩm có thành phần với nguồn gốc từ lông cừu trong tự nhiên thân thiện với môi trường, hợp chất Juvexin có trong tất cả những sản phẩm của GK hair trên thế giới, giúp cho tóc được phục hồi từ trong ra ngoài để trả lại vẻ đẹp nguyên bản của mái tóc. Hợp chất Juvexin không thủy phân, chứa Keratin nguyên chất, bao gồm cả các phân tử lớn và nhỏ. Các phân tử nhỏ hơn trong hợp chất Juvexin sẽ xâm nhập vào lõi tóc, cải thiện và phục hồi tóc từ trong ra ngoài, trong khi các phân tử lớn hơn bọc xung quanh lớp biểu bì của tóc, tạo thành một lớp lá chắn bảo vệ, chống lại tác hại từ môi trường bên ngoài như tia UV, ô nhiễm của môi trường.

CÁC BƯỚC THỰC HIỆN

Để liệu trình đạt được hiệu quả tốt nhất cần các bước thực hiện hoàn hảo và chính xác. Hãy thao tác theo hướng dẫn sau đây để có mái tóc đẹp hoàn hảo:

1. Gội đầu với dầu gội pH+

Đưa dầu gội pH+ của Gkhair lên tóc, mát xa nhẹ nhàng tóc và da đầu trong vòng 3 phút, dầu gội pH+ sẽ làm sạch tóc và các sản phẩm tạo kiểu còn bám trên tóc, đồng thời mở lớp biểu bì tóc, chuẩn bị sẵn sàng cho việc thẩm thấu dầu hấp tiếp theo. Tiếp tục gội 2 lần với dầu gội (có thể gội lại lần 3 nếu cần).

2. Sấy khô tóc đạt 80%

3. Sử dụng Hấp thẳng mượt The Best:

Chia tóc làm 4 phần bắt đầu từ gáy. Cho sản phẩm The Best ra bát trộn và dùng chổi để đưa sản phẩm lên tóc theo từng mảng mỏng (khoảng 1cm) bắt đầu từ gáy. Mát xa nhẹ nhàng cho sản phẩm thẩm thấu qua lớp biểu bì tóc. Dùng lược chải hết sản phẩm còn dư thừa trên tóc. Sau khi vào thuốc, chờ thuốc trong vòng từ 10 đến 30 phút.

Lượng thuốc sử dụng phụ thuộc vào độ dài của tóc

4. Sấy khô và Là tóc

Sấy khô tóc và làm mượt tóc hoàn toàn bằng lược tròn. Khi tóc khô 100%, chia tóc thành các phần và tiến hành là bằng máy là tóc Titanium Flat Iron của Gkhair. Dùng kinh nghiệm của bạn để quyết định số lần là (khoảng 4-8 lần) và nhiệt độ của máy là trong khi là tóc dựa vào kết cấu và tình trạng tóc.

5. Gội và sử dụng dầu hấp

Xả sạch sản phẩm The Best trên tóc với nước ấm, dùng dầu hấp mượt kết hợp với 3 giọt Serum cho toàn bộ mái tóc. Để trong vòng từ 5 - 8 phút, sau đó xả sạch và tạo kiểu như mong muốn.

Kết thúc liệu trình mái tóc của bạn sẽ được phục hồi hoàn toàn, vẻ suôn mượt của mái tóc sẽ giữ được khoảng 5 tháng. Khác với những dịch vụ làm mượt thông thường bằng hóa chất, The Best giúp cho mái tóc của bạn thẳng mượt không phải bằng hóa chất mà bằng hoạt chất Keratin độc đáo.

Hệ thống GKhair Taming và hợp chất Juvexin đã thực sự mang lại vẻ đẹp cho tất cả các loại tóc và bạn có thể nhìn và cảm nhận mái tóc khỏe mạnh, bóng mượt, phục hồi ngay lập tức sau khi sử dụng



LỢI ÍCH CHO MÁI TÓC

- › SIÊU THẲNG, SIÊU MƯỢT & SIÊU BÓNG
- › GIẢM THIỂU LỘN XOĂN TỰ NHIÊN
- › GIỮ VẺ TỰ NHIÊN, BỀN VỮNG CHO TÓC



Dior Spring 2015



Dior Make Up Spring 2015

ĐƯỜNG KẼ PASTEL

Show: Fendi, Dior

Nghệ sỹ Peter Philips nổi tiếng với việc tạo ra những chi tiết make up sáng tạo và gây sốt ngay lập tức. Thời còn làm việc cho Chanel, ông từng tạo ra những hình xăm nhỏ tinh tế hay lá vàng óng ánh đậm trên gương mặt của người mẫu. Khi chuyển sang làm việc cho Dior, chất sáng tạo tinh tế đó vẫn không hề thay đổi. Ông tạo ra những mẫu eyeliner laser - cut bằng satin với các màu hồ trăn, vàng bơ, hoa hồng và màu đào. Ý tưởng này có sự "đụng độ" với Fendi, khi thương hiệu này sử dụng một mẫu eyeliner bằng da màu xanh pha tím tuyệt đẹp để dán lên mí mắt của người mẫu, cũng trong mùa xuân này.

Mẫu eyeliner satin đang được Dior bán tại showroom: Dior Pastel Eyes Adhesive Eyeliner.



KEM LÓT MỠI TỪ LANCÔME

Với 70% phụ nữ Nhật Bản sử dụng mỗi ngày và số lượng đang tăng nhanh chóng ở châu Âu và Mỹ, kem lót trở thành dòng sản phẩm được ưa chuộng nhất trong mảng trang điểm 5 năm qua (nguồn: Biotek 2012 Survey).

- Lancôme giới thiệu một quy trình mới dành cho da, hai sản phẩm sáng tạo kết hợp với La Base Pro (giúp làm đều và hiệu chỉnh những khiếm khuyết trong kết cấu da):

- **La Base Pro Pore Eraser** làm mờ lỗ chân lông. **Giá: 950.000 VND**

- **La Base Pro Hydra Glow** Công thức dưỡng ẩm mạnh mẽ với Pro-Xylane™, vitamin E, acid hyaluronic, acid cinnamic, adenosine, dầu nành, hạt lanh và chiết xuất từ trà đen. Chất kem sệt làm sáng, giữ ẩm và khôi phục vẻ rạng rỡ cho làn da.

Giá: 950.000 VND.



CHỈ CÓ THỂ LÀ MÀU ĐỎ

Móng tay sơn đỏ cổ điển vẫn luôn là chiến binh bất khả chiến bại trong tất cả các màu sắc của bảng màu nail, bởi sự lòng lầy mà nó mang lại.

Chúng tôi mang đến cho các bạn những màu đỏ nổi tiếng nhất của các thương hiệu.

1. Dior

Chai sơn móng Rouge 999 mang đến một màu đỏ cổ điển tươi sáng, đứng vững trước các thách thức của thời gian. Có phẳng khiến việc sơn móng vô cùng dễ dàng.

2. Chanel

Chanel có nhiều màu đỏ trong sưu tập Le Vernis, đều rất đáng yêu, như Pirate và Dragon, nhưng màu đỏ cam pha chút nhẹ nhàng của Coromandel quả thực ấn tượng.

3. Tom Ford

Màu "Smoke Red" của Tom Ford là màu đỏ scarlet, có chút ánh trầm sexy nhưng thanh lịch.

4. Revlon

Revlon Red được tạo ra từ những năm 30, nhưng vẫn bán chạy nhất cho đến ngày nay. Một màu đỏ đích thực.

5. The Body Shop

120 Relish The Moment với màu đỏ pha chút ánh trầm chắc chắn là màu sắc cổ điển tuyệt đẹp dành cho Thu Đông. Sơn móng chứa dưỡng chất của dầu marula mượt mà giúp tạo ra sự bóng bẩy đặc biệt.

6. The Face Shop

Màu #01 trong sưu tập sơn móng "EXPERT NAILS REAL DIAMOND" cho màu đỏ cam sáng rực rỡ, chứa bột kim cương giúp màu sơn bóng mịn và bền màu.

Giá: 329.000 VND

7. OPI

OPI Red là màu đỏ pha chút sắc hồng, đặc biệt thích hợp cho màu da mặt ong khỏe khoắn.



MÁY RỬA MẶT, CHỌN LOẠI NÀO?

Đã có rất nhiều loại máy rửa mặt ra mắt trên thị trường sau cơn sốt của Clarisonic, nhưng hầu như chưa sản phẩm nào đánh bại được Clarisonic về độ nóng. Liệu điều này có thể thay đổi khi một đối thủ mạnh như Clinique tham gia vào cuộc chơi?

Mật độ sử dụng Clarisonic là một trong những vấn đề gây tranh cãi nhiều nhất. Trong khi nhà sản xuất cho rằng việc sử dụng hàng ngày không gây ra bất cứ vấn đề nào thì nhiều blogger hoặc chuyên gia thẩm mỹ lại cho rằng sử dụng hàng ngày là quá nhiều và có khuyến cáo nên dùng với tần suất ít hơn.

Giữa năm 2014, một gã khổng lồ nữa đã tham gia vào thị trường này sau những Olay, Shiseido và Philips. Cơ chế chuyển động rung như thường lệ và bàn chải với 35.000 sợi cho phép Clinique bổ sung một thiết bị mới vào hệ thống làm sạch ba bước nổi tiếng trong nhiều thập kỷ của họ: Sonic System Purifying Cleansing Brush. Đầu cọ của chiếc máy này có hai phần màu khác nhau: phần lông màu xanh là cây dành cho khu vực có các lỗ chân lông bị tắc nghẽn, còn phần màu trắng dành cho các phần da còn lại. Mặc dù được bán ra với số lượng không nhiều và chỉ có mặt tại một số khu vực nhất định, nhưng Sonic System Purifying Cleansing Brush nhận được nhiều phản hồi tốt từ khách hàng. Nhiều tạp chí đã bầu chọn sản phẩm này là một trong những sản phẩm làm đẹp mới ấn tượng của năm 2014.

VỚI BẤT CỨ LOẠI MÁY RỬA MẶT NÀO, CẦN LƯU Ý SỬA RỬA MẶT ĐI KÈM. NÊN SỬ DỤNG SỮA RỬA MẶT DÀNH RIÊNG CHO LOẠI MÁY RỬA MẶT ĐÓ, HOẶC NẾU KHÔNG, MỘT LOẠI SỮA RỬA MẶT DỊU NHẸ LÀ CẦN THIẾT. CHẤT TẮY RỬA QUÁ MẠNH KHI KẾT HỢP VỚI CHUYỂN ĐỘNG RUNG CỦA MÁY SẼ KHIẾN DA BỊ CHÀ SÁT MẠNH VÀ DỄ BỊ HƯTỐN. KHÔNG DÙNG SỮA RỬA MẶT DẠNG HẠT KHI KẾT HỢP VỚI MÁY RỬA MẶT.

NẾU ĐÃ DÙNG MÁY RỬA MẶT, VIỆC SỬ DỤNG TẨY DA CHẾT NÊN GIẢM XUỐNG VÌ BẢN THÂN VIỆC RỬA MẶT HÀNG NGÀY VỚI MÁY CŨNG KHIẾN DA MẶT BẠN SẠCH SẼ.



Dolce & Gabbana Spring 2015



Dolce & Gabbana Spring 2015



Giorgio Armani Spring 2015



Giorgio Armani Spring 2015

ĐỘ SỰ QUYẾN RŨ

DOLCE & GABBANA

Môi: Màu son berry được nhấn mạnh để tạo ra một đôi môi đầy đặn, gợi cảm.

Da: Làn da được chăm chút hoàn hảo với độ bóng nhẹ khỏe khoắn.

Mắt: Mắt được định hình và tạo khối với phấn mắt nâu trung tính.

Lông mày: Tỉa kỹ lưỡng và tinh tế.

Tóc: Được búi thấp và trang trí cầu kỳ theo phong cách truyền thống của Dolce & Gabbana với hoa, trang sức lộng lẫy.

GIORGIO ARMANI

Mắt: Được trang điểm với màu nâu, bạc, xám và beige, không mascara.

Tóc: Tóc tết bím, sử dụng các dải màu đậm hoặc nhạt tùy người mẫu.

Da: Trắng sứ, hiệu ứng phấn bột không bóng.

Môi: đỏ cát.

Lông mày: Dày đậm tự nhiên.



SULWHASOO MẶC ÁO MỚI CHO SHINECLASSIC

Dòng sản phẩm make up ShineClassic ra mắt từ 2003 lấy cảm hứng từ những hoa văn, chất liệu, mỹ nghệ truyền thống Hàn Quốc làm đề tài thiết kế và tái hiện vẻ đẹp đậm chất Hàn Quốc ở góc nhìn hiện đại, mới mẻ. Trong năm 2014, chất liệu được lựa chọn cho ShineClassic là Xà cừ, nhằm tạo ra nét đẹp hài hòa giữa truyền thống và hiện đại mà bấy lâu Sulwhasoo vẫn hướng đến.

- **ShineClassic Powder Compact:** Phấn phủ dạng nén cao cấp chiết xuất từ cánh hoa mai với những hạt phấn mịn màng, tinh khiết mang lại làn da trong trẻo và rạng rỡ.

Giá: 3.000.000 VND (kèm 1 lõi thay thế)

- Phấn phủ màu đa năng **ShineClassic Multi Powder Compact** vừa là phấn má hồng, phấn mắt và phấn highlight với những gam màu dịu nhẹ của hoa mai, mang lại sắc da tươi tắn, tự nhiên.

Giá: 3.000.000 VND

NEW



SÓNG XOẪN KIỂU MỚI

Nếu trước đây ta thường thấy những kiểu tóc thẳng tắp hay những sóng xoăn tít và sóng xoăn lớn thì trong năm 2015 sẽ là những đường nét xoăn tự nhiên không theo quy tắc. Sẽ không còn những kiểu tóc thô cứng nữa mà thay vào đó là sự nhẹ nhàng, tinh tế trong sự dịch chuyển của từng sợi tóc. Với những kiểu tóc thẳng cũng có sự bóng bẩy tự nhiên của những sợi tóc được tỉa layer đầy ngụ ý.



Hậu trường BST
của David Koma



DAVINES
Woodland

NÓI LẠI VỀ MỸ PHẨM HỮU CƠ

Mỹ phẩm hữu cơ (organic) là một khái niệm chắc hẳn bạn đã từng nghe đến. Nhưng chính xác thì mỹ phẩm hữu cơ là gì và bạn có thể trông đợi gì vào dòng sản phẩm này?

Làm thế nào để người tiêu dùng phân biệt được đâu là mỹ phẩm hữu cơ thực sự?

Hiện nay, quy chuẩn hữu cơ khắt khe nhất thuộc về quy chuẩn USDA (Bộ nông nghiệp Hoa Kỳ). Có các tiêu chuẩn hữu cơ theo USDA là:

- **"100% organic"**: trừ nước và muối, sản phẩm phải chứa 100% các thành phần hữu cơ và có địa chỉ khai thác chi tiết (Nông trại, nông trường nơi tạo ra nguồn nguyên liệu cũng phải có giấy phép chứng nhận về việc trồng các sản phẩm hữu cơ). Được phép dán nhãn USDA.
- **"Organic"**: trừ nước và muối, các sản phẩm phải chứa 95% các thành phần hữu cơ. Các thành phần còn lại là các nguyên liệu nông nghiệp không phải hữu cơ nhưng được phê duyệt bởi chính phủ. Được phép dán nhãn USDA.
- **"Made with organic ingredients"**: được làm từ nguyên liệu hữu cơ. Sản phẩm có 70% nguyên liệu hữu cơ. Không được dán nhãn USDA nhưng phải hiển thị tên địa chỉ khai thác nguồn nguyên liệu.

Những tổ chức khác được đánh giá là uy tín trong việc cấp giấy xác nhận mỹ phẩm hữu cơ là ECOCERT của Pháp (cấp giấy phép chuẩn hữu cơ cho mỹ phẩm ở 85 quốc gia trên toàn thế giới), Québec Vrai và Certech của Canada (cấp giấy phép chuẩn hữu cơ cho thị trường Bắc Mỹ), ICEA (cấp giấy phép chuẩn hữu cơ cho các nước châu Âu).

Mỹ phẩm hữu cơ chắc chắn sẽ không chứa các thành phần nào?

Nếu không biết đọc nhãn, bạn có thể xem xét ở mục "Thành phần" để phân biệt một sản phẩm nào đó có hữu cơ hay không. Mỹ phẩm hữu cơ chắc chắn sẽ không chứa các thành phần silicone (dimethicone, Cyclopentasiloxane), dầu khoáng, paraffin, sodium laureth sulfate, isododecane, isohexane - cũng như các thành phần có tên kết thúc bằng "eth", ví dụ như laureth-9, paraben (methyl, ethyl-, propyl paraben-) và một số polyme.



NEW

Dầu xả:
318.000 VND/250 ml



Dầu gội:
284.000 VND/250ml

DẦU GỘI "SẠCH"

Những năm gần đây, các hãng mỹ phẩm mà đặc biệt là các hãng tóc dưỡng như quan tâm nhiều hơn đến vấn đề môi trường và nguồn nguyên liệu an toàn. Những thành phần có giá trị ngày càng được quan tâm tăng hiệu quả sản phẩm. Trải qua khoảng thời gian dài chạy theo về bề ngoài, người tiêu dùng ngày càng e dè hơn với những gì tác động lên tóc. Đó là lí do những sản phẩm an toàn ngày càng lên ngôi như dầu gội không chứa sun-fat (Chất tẩy và làm sạch có trong hầu hết các sản phẩm gội giúp làm sạch da đầu và tóc nhưng lại có thể gây khô) và paraben (Chất bảo quản). Bộ dầu gội và xả Davines NOUNOU (dành cho tóc đã qua xử lý hoá chất) không chứa sunfat và paraben.

BÓNG MỜ

Những sản phẩm có độ bóng không chỉ được ưa chuộng trên môi hoặc tóc. Chúng đang được chuộng cả trên da, vùng mắt hay gò má. Một loạt các thương hiệu như Thakoon, Proenza Schouler, Jonathan Saunders, Prada, Missoni, Emilio Pucci, Mami, Balmain, Kenzo, Miu Miu đều đang cho thấy sự thời thượng của bóng mờ.

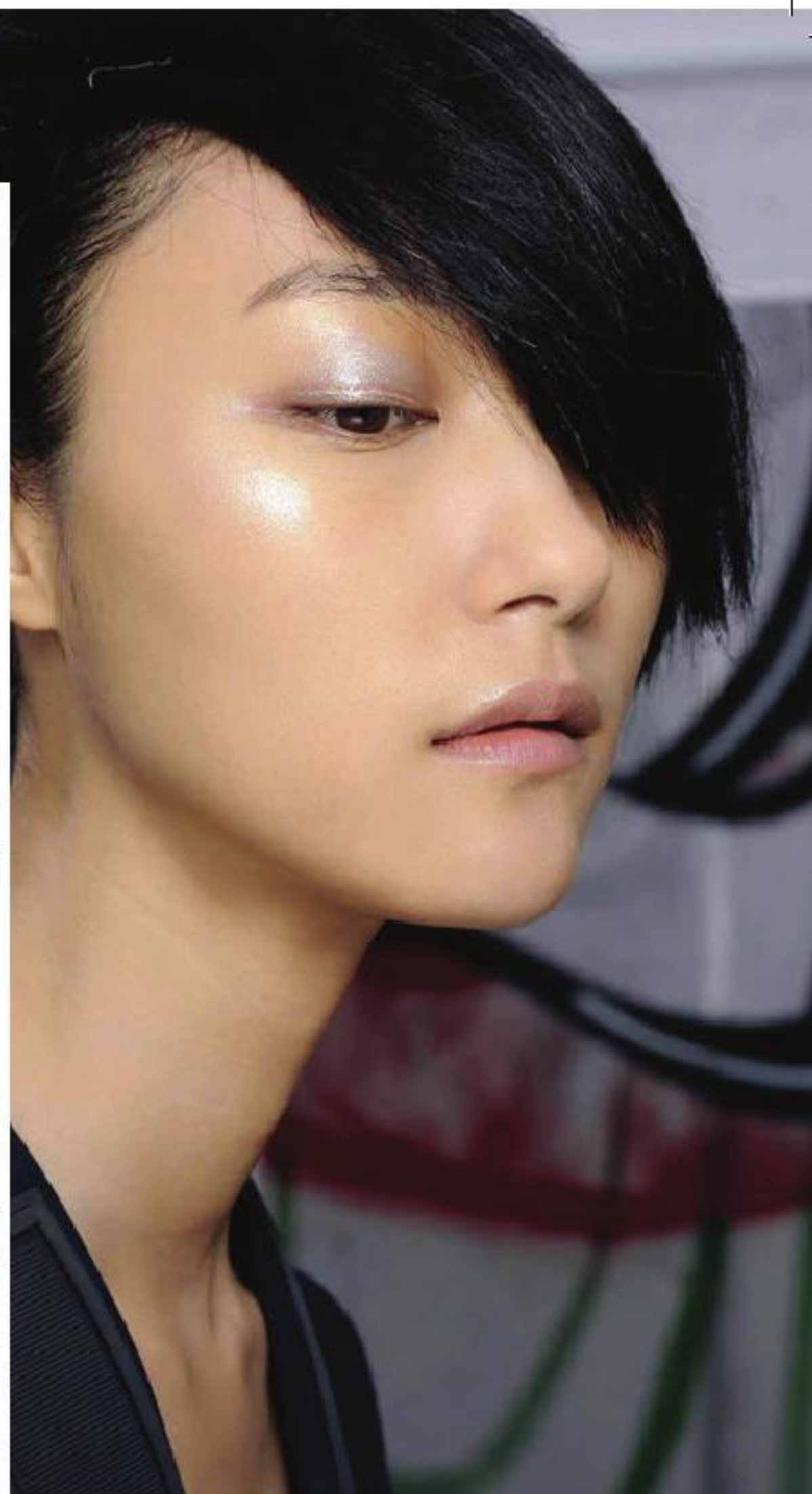
"Đường như các cô gái đang phát sáng trong cái nóng" - Pieroni, chuyên gia trang điểm của Missoni nói. Phần nền mỏng mịn cho hiệu ứng bóng nhẹ như phủ sương, phần mắt dạng cream lỏng hoặc kem lót cho bề mặt bóng mịn đang là những sản phẩm được ưa chuộng. Chúng tạo ra một bề mặt khoẻ khoắn, phát sáng với độ căng đầy vốn rất phổ biến ở các nước châu Á như Hàn Quốc (Đừng quên, sản phẩm bán chạy nhất ở Hàn Quốc trong năm vừa qua là phần Cushion Air - vốn nổi tiếng vì khả năng tạo ra bề mặt mỏng mịn, căng và bóng khoẻ khoắn).



Kem lót Sulwhasoo Evenfair Smoothing Base

Phần Laneige BB Cushion (Pore Control) che phủ lỗ chân lông

Kem lót Lancôme La Base Pro Hydra Glow giúp làm mịn da



NEW

LIỆU PHÁP CHỐNG LÃO HOÁ MỚI



"THE THERAPY" của The Face Shop là một liệu pháp chống lão hoá mới sử dụng những chiết xuất thực vật được ủ trong 1000 giờ với nhiệt độ thấp, sau đó được pha trộn với tỷ lệ vàng để tối ưu hoá hiệu quả của từng chiết xuất. Dòng sản phẩm hướng tới việc cải thiện rõ rệt tình trạng thô ráp, củng cố hàng rào bảo vệ da, duy trì độ ẩm liên tục từ sâu bên trong da, khiến làn da trở nên căng mịn, rạng rỡ.

1. Essential Tonic Treatment: Nước cân bằng với kết cấu dạng gel giúp làm mềm mịn bề mặt da thô sần và kích hoạt khả năng hấp thu dưỡng chất cho làn da.

Giá: 1.059.000 VND

2. Essential Formula Emulsion: Sữa dưỡng chống lão hóa và bổ sung dưỡng chất tối ưu. Giá: 939.000 VND

3. Secret-Made Anti-Aging Cream: Kết cấu kem dạng xốp đặc biệt mang lại khả năng thẩm thấu nhanh và hoàn toàn không gây cảm giác dính rít. Giá: 1.369.000 VND

4. Oil-Drop Anti-Aging Serum: Tinh chất dưỡng da từ hoa cúc, lá nguyệt quế và quả ôliu. Giá: 1.189.000 VND



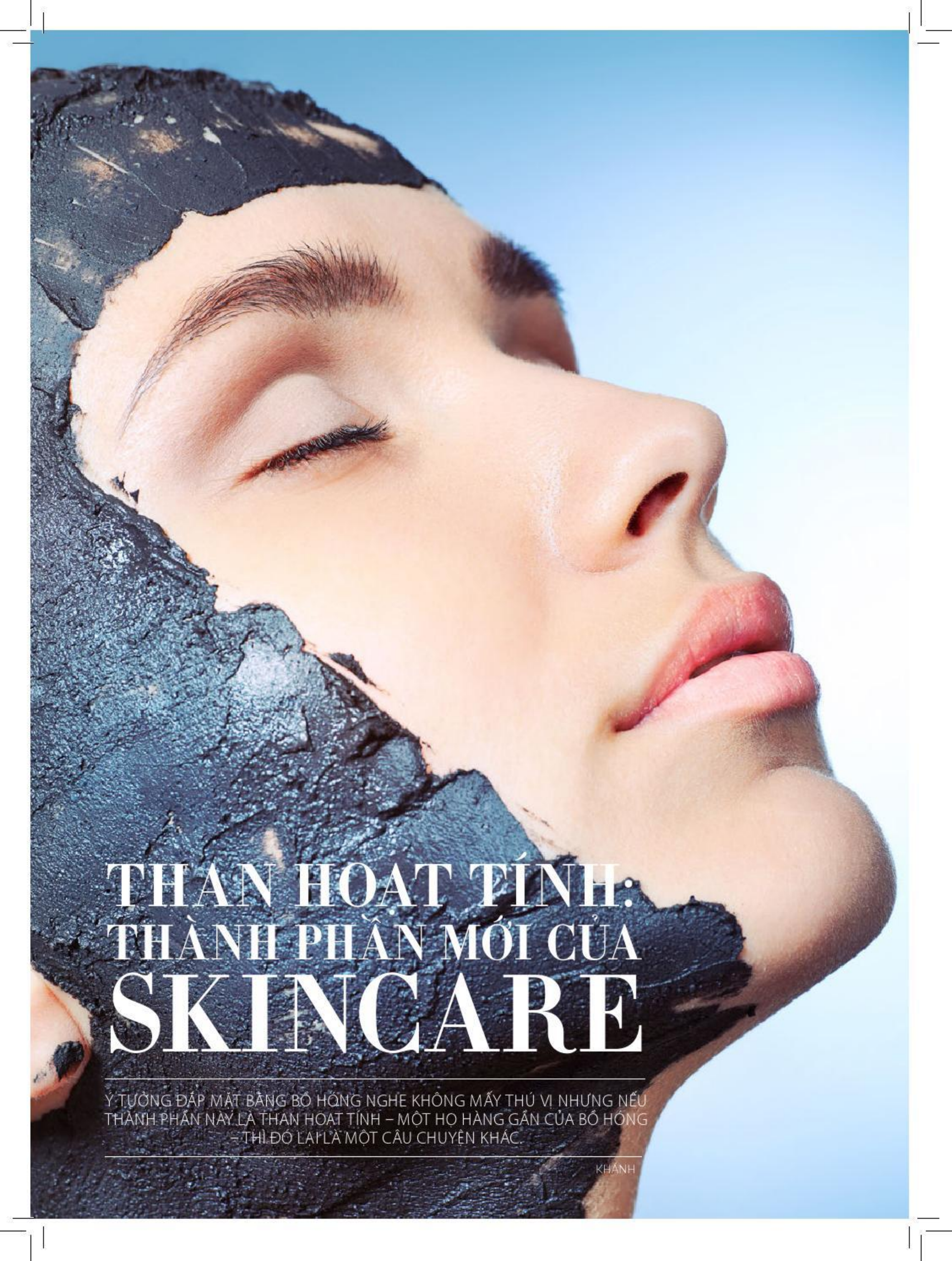
PHỤ KIỆN CHO TÓC

Missoni: tóc búi thấp, quần khăn lụa xung quanh đầu.

Missoni: tóc búi thấp, quần khăn lụa quanh búi tóc và buông lơ lửng đầu khăn.

Fendi: Một chiếc kẹp tóc lạ mắt hình bông sen ở trung tâm và dài đuôi răng của trái dọc sợi tóc.





THAN HOẠT TÍNH: THÀNH PHẦN MỚI CỦA SKINCARE

Ý TƯỞNG ĐÁP MẶT BẰNG BỒ HỒNG NGHE KHÔNG MẤY THÚ VỊ NHƯNG NẾU
THÀNH PHẦN NÀY LÀ THAN HOẠT TÍNH – MỘT HO HÀNG GẮN CỦA BỒ HỒNG
– THÌ ĐÓ LÀ MỘT CÂU CHUYỆN KHÁC.

KHÁNH

Sau đất sét hay dầu dừa, than hoạt tính là thành phần tự nhiên mới nhất gây sốt. Từ những giải pháp làm sạch đơn giản rẻ tiền (như kem đánh răng) cho đến những hộp kem dưỡng da đắt đỏ, than hoạt tính cho thấy sức mạnh đáng ngạc nhiên của nó.

“Than có khả năng hấp thụ một lượng tạp chất có khối lượng gấp 100 đến 200 lần trọng lượng của chính nó – điều này đã biến than thành một nguyên liệu tự nhiên tuyệt vời trong việc làm sạch”, Wendy Brooks, giám đốc phát triển sản phẩm toàn cầu của Origins, một công ty dưỡng da nổi tiếng nằm trong tập đoàn Estee Lauder nói. Cũng theo Wendy, mặt nạ Clear Improvement Active Charcoal Mask chứa than hoạt tính là một trong những sản phẩm bán chạy nhất của Origins. Mỹ phẩm Lush có cả một dòng sản phẩm phong phú từ than hoạt tính. Thương hiệu Anh này không dùng than nhập khẩu mà dùng nguyên liệu địa phương được sản xuất gần trụ sở chính của họ ở Dorset. Gỗ tần bì, sồi và hạt dẻ được đốt thành than theo cách thức truyền thống của nông dân Anh trong 16 giờ, sau đó được nghiền thành bột mịn. Loại bột này có hiệu quả tuyệt vời trong việc tẩy da chết, loại bỏ dầu thừa và bụi bẩn.

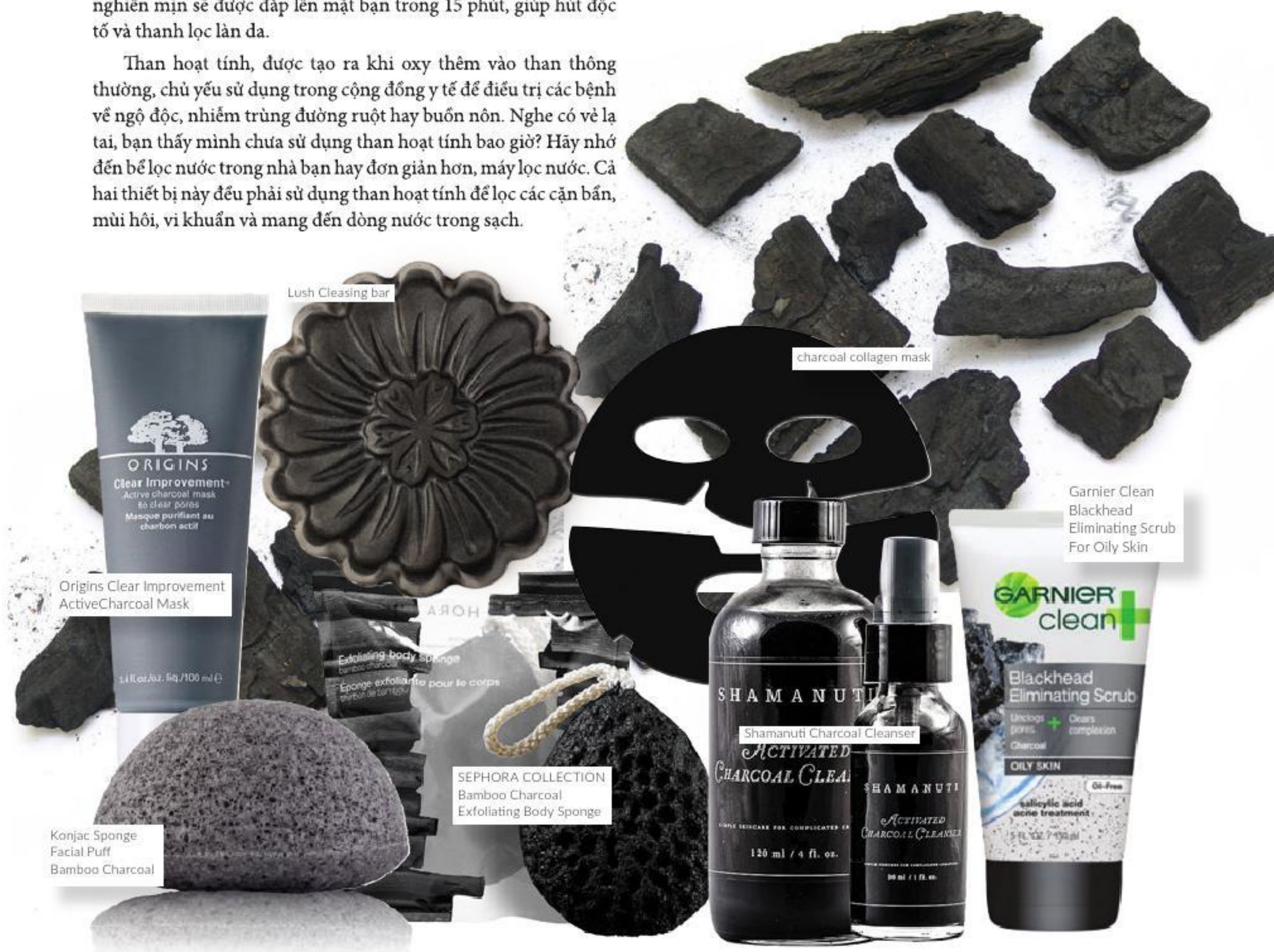
Rất nhiều spa tại Mỹ đang cung cấp những gói trị liệu lấy than hoạt tính làm thành phần chính, ví dụ như Ling Skincare & Spa gần Union Square (New York). Ngay vào thời điểm này, bạn có thể tới Ling và yêu cầu một trị liệu có tên là Charcoal Facial giá 260 USD. Sau các bước làm sạch truyền thống, một mặt nạ than đen nghiền mịn sẽ được đắp lên mặt bạn trong 15 phút, giúp hút độc tố và thanh lọc làn da.

Than hoạt tính, được tạo ra khi oxy thêm vào than thông thường, chủ yếu sử dụng trong cộng đồng y tế để điều trị các bệnh về ngộ độc, nhiễm trùng đường ruột hay buồn nôn. Nghe có vẻ lạ tai, bạn thấy mình chưa sử dụng than hoạt tính bao giờ? Hãy nhớ đến bể lọc nước trong nhà bạn hay đơn giản hơn, máy lọc nước. Cả hai thiết bị này đều phải sử dụng than hoạt tính để lọc các cặn bẩn, mùi hôi, vi khuẩn và mang đến dòng nước trong sạch.

NGUYÊN LÝ NÀY LIỆU CÓ XÂY RA CHÍNH XÁC NHƯ VẬY KHI THAN HOẠT TÍNH ĐƯỢC ÁP DỤNG TRÊN DA?

Bác sĩ da liễu Soheil Simzar, (trung tâm Ava MD của Los Angeles) tỏ ra rất lạc quan: “Than hoạt tính như một miếng mút xốp có hàng triệu lỗ nhỏ li ti. Các lỗ này sẽ thấm hút các chất bẩn, vi khuẩn trên da, làm sạch sâu và không hề làm da bị căng thẳng, khô rát như khi bạn dùng xà phòng. Cấu trúc carbon trong than hoàn toàn không ảnh hưởng đến việc phân bố dầu bình thường trên da”.

Trong khi, nhiều bác sĩ khác không tán đồng với ý kiến này: “Da không giống với nước. Khách quan mà nói thì chưa có nghiên cứu nào làm rõ về khả năng hút độc tố từ da của than”, bác sĩ da liễu Craig Kraffert nhận xét. Giải thích về sự hấp dẫn của than hoạt tính trong các sản phẩm làm đẹp, ông cho rằng chủ yếu là do màu sắc: “Màu sắc đen tuyền của than mang đến một sức hấp dẫn rất khó lý giải. Khi các sản phẩm làm đẹp màu trắng đã quá phổ biến, một loại kem (hoặc bột) màu đen bỗng nhiên trở thành khác biệt. Sự độc đáo về màu sắc và những lời truyền miệng về công dụng của nó đã khiến than hoạt tính trở nên ngày càng phổ biến trong làm đẹp”. Cũng theo Craig Kraffert, nếu bạn sử dụng một sản phẩm mặt nạ chứa than hoạt tính và cảm thấy hiệu quả thì đó có thể là do tác động của những thành phần khác mà thôi.



BÍ KÍP ĐI SPA

Ngày càng nhiều trị liệu mới với những dịch vụ hấp dẫn (tất nhiên, mức giá không hề mềm) được đưa vào bảng “thực đơn” của spa. Nếu không biết chính xác hiệu quả của những dịch vụ này, bạn có thể bị lạc trong một mê cung.

THÀNH HẢO

Điều đầu tiên trước khi đến spa là bạn cần hiểu biết chính xác về tình trạng làn da của mình và nên có ý định rõ ràng về việc thực hiện trị liệu gì hay dùng sản phẩm nào. Tất nhiên, không phải ai cũng làm được điều này. Một số người hoàn toàn dựa vào ý kiến của tư vấn viên để quyết định gói dịch vụ cho mình. Nhưng bạn quên rằng nhiều tư vấn viên có áp lực về việc bán hàng và rất ít người sẽ mời khách một gói chăm sóc thường nếu họ thấy có khả năng bán được gói cao cấp hơn. Chưa kể, tư vấn viên sẽ không thể hiểu được làn da của bạn bằng chính bạn nếu chỉ gặp mặt một vài lần. Có thể tham khảo ý kiến của các tư vấn viên về các gói dịch vụ nhưng quyết định cuối cùng nên là chính bạn.

Da thường: hầu như không có các vấn đề bất thường và chỉ muốn khuôn mặt tươi tắn hơn, bạn nên chọn gói dịch vụ cơ bản. Gói này bao gồm việc làm sạch, xông hơi, lấy mụn đầu đen (nếu có), tẩy da chết vùng mặt và thường kết thúc bằng một loại kem dưỡng ẩm thông thường giúp làm mịn da, cung cấp nước, mang đến hiệu quả trẻ hóa tức thời (nhưng không kéo dài lâu).

Da mụn: gói dịch vụ giúp khử trùng, làm se da, làm dịu da, làm sạch da. Không nên chấp nhận những trị liệu thảo dược hoặc gia truyền không rõ nguồn gốc.

Da thô, xỉn màu, không đều màu (tình trạng thường diễn ra sau mụn): một trị liệu lột tẩy trong 2 tháng có thể là câu trả lời. Trị liệu này sử dụng các chất lột tẩy như AHA, BHA ở các nồng độ nhất định kết hợp với các enzyme khác có khả năng bóc tách lớp da thô bề mặt và thúc đẩy lớp da non tái sinh, mang đến bề mặt da đều màu hơn và mịn hơn.

Da lão hóa: Những sản phẩm đang được quảng cáo ở spa như collagen, mặt nạ vàng, mặt nạ tinh chất nhau thai cừu, oxygen... có rất ít hiệu quả với các triệu chứng lão hóa như nếp nhăn, da chùng nhão, bong mắt. Bạn không nên đến spa để chữa trị các dấu hiệu này. Hãy đến một trung tâm thẩm mỹ và can thiệp bằng các biện pháp phẫu thuật mạnh mẽ hơn.

Da khô: một loại cream dưỡng ẩm cao cấp được massage một cách chuyên nghiệp, kết hợp với các thiết bị điện di giúp cream thẩm thấu mạnh mẽ vào da là điều bạn cần.

GIẢI MÃ KHUÔN MẶT

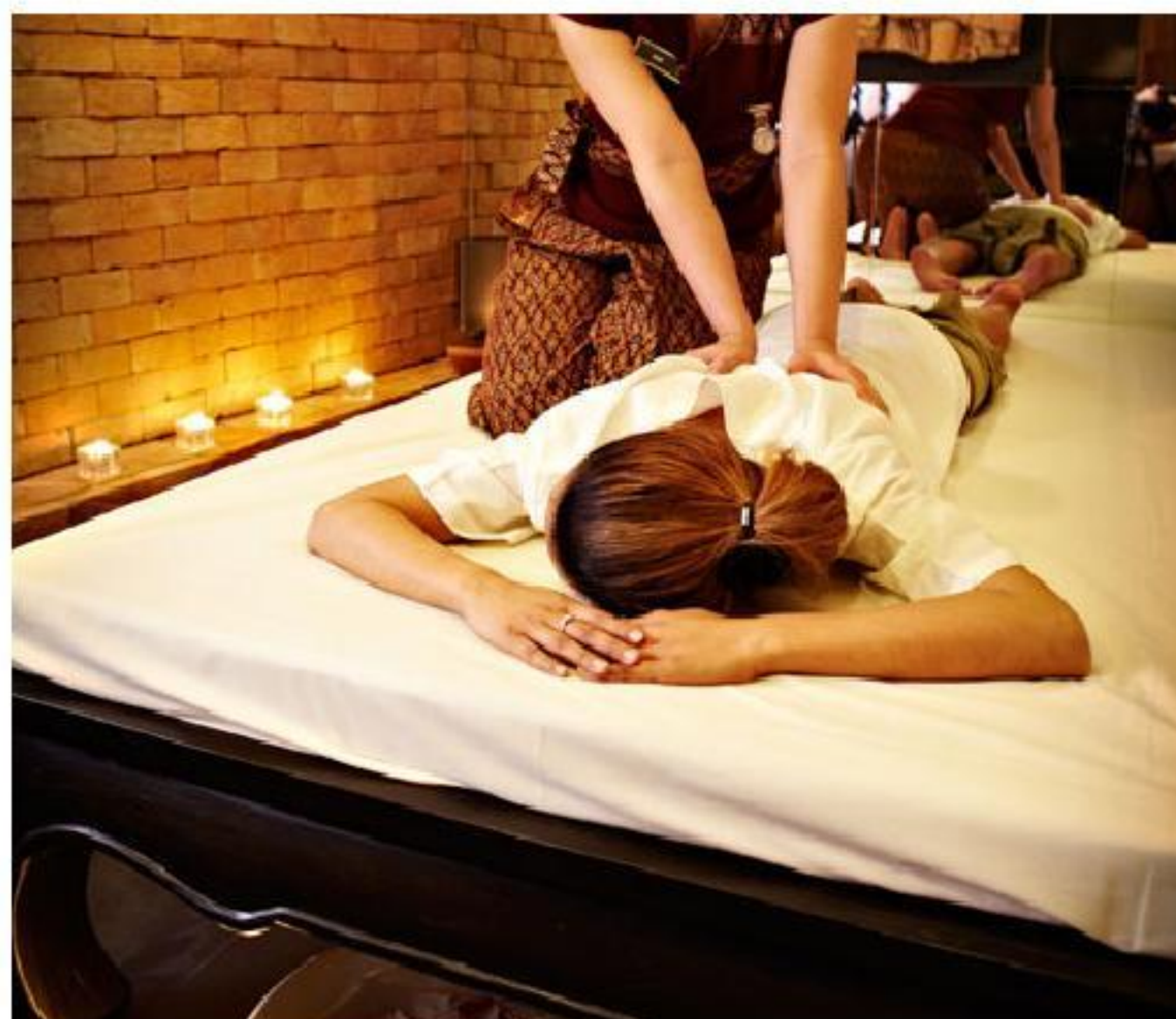


NHỮNG ĐIỀU SPA KHÔNG THỂ LÀM

Chữa khỏi mụn. Mụn, đặc biệt là mụn viêm ở dạng nang, được hình thành do nhiều nguyên nhân. Bất kể spa có quảng cáo như thế nào, không có dịch vụ nào chắc chắn chữa khỏi mụn viêm nặng. Điều họ có thể làm là làm sạch da, lấy nhân mụn đầu đen, khử trùng, giúp mụn không lây lan. Trong trường hợp bị mụn viêm, hãy đến thẳng bệnh viện. Isotretinoin là giải pháp trị mụn duy nhất có hiệu quả cho đến thời điểm hiện tại (với những rủi ro về sức khỏe khác kèm theo nó).

Trẻ hóa da như các phương pháp Botox, Laser, độn da. Việc can thiệp dao kéo là công việc của các bệnh viện thẩm mỹ với các bác sĩ có chứng nhận phẫu thuật, không phải việc của các chuyên viên massage ở spa. Nếu spa đề nghị thực hiện luôn những việc này cho bạn, hãy xem xét bằng cấp chuyên môn của người thực hiện.

Nâng da bị chảy sệ. Như đã nói, dấu hiệu lão hóa này cần được trị liệu ở mức cao hơn.



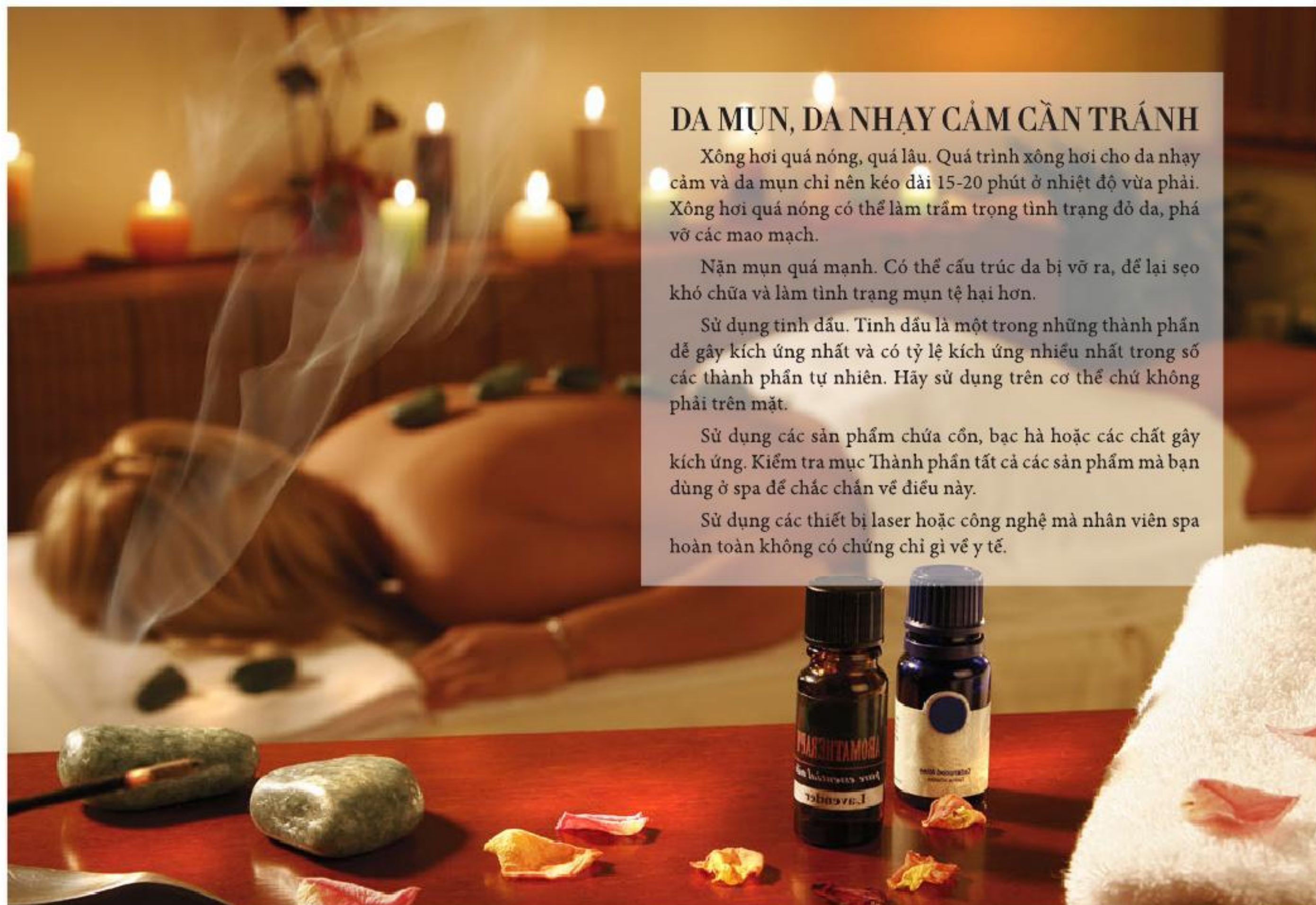


Loại bỏ quầng thâm, bong mắt.

Làm trắng da, trị nám. Mọi gói dịch vụ làm trắng, trị nám ở spa đều dựa trên một công thức tẩy da chết, lột tẩy da cũ, tái sinh da mới và chống nắng nghiêm ngặt. Làn da của bạn thực tế không hề trắng lên mà chỉ là làn da mới không bắt nắng mà thôi. Da sẽ quay về màu sắc như cũ sau một thời gian.

CÓ NÊN ĐẮP MẶT NẠ VÀNG?

Đắp mặt nạ vàng có thể là một trải nghiệm rất xa xỉ, nhưng bạn nên biết không có nghiên cứu nào chứng minh vàng có thể thẩm thấu vào da và chống lão hóa. Chưa kể, với những người dị ứng kim loại, mặt nạ vàng có thể gây kích ứng dữ dội. Tất cả những trị liệu quảng cáo liên quan đến vàng chỉ là chiêu trò câu khách. Ngay cả khi công nghệ nano giúp biến vàng thành keo vàng – những hạt li ti trong một dung dịch lỏng, được quảng cáo là có thể thẩm thấu vào da thì vẫn không có số liệu nào cho thấy tác dụng của nó. Hiệu quả của sản phẩm, nếu có, có thể là do những thành phần khác trộn cùng keo vàng. Nhưng với một mức giá hợp lý hơn, bạn hoàn toàn có được những hiệu quả tương tự mà chẳng cần đến vàng.



DA MỤN, DA NHẠY CẢM CẦN TRÁNH

Xông hơi quá nóng, quá lâu. Quá trình xông hơi cho da nhạy cảm và da mụn chỉ nên kéo dài 15-20 phút ở nhiệt độ vừa phải. Xông hơi quá nóng có thể làm trầm trọng tình trạng đỏ da, phá vỡ các mao mạch.

Nặn mụn quá mạnh. Có thể cấu trúc da bị vỡ ra, để lại sẹo khó chữa và làm tình trạng mụn tệ hại hơn.

Sử dụng tinh dầu. Tinh dầu là một trong những thành phần dễ gây kích ứng nhất và có tỷ lệ kích ứng nhiều nhất trong số các thành phần tự nhiên. Hãy sử dụng trên cơ thể chứ không phải trên mặt.

Sử dụng các sản phẩm chứa cồn, bạc hà hoặc các chất gây kích ứng. Kiểm tra mục Thành phần tất cả các sản phẩm mà bạn dùng ở spa để chắc chắn về điều này.

Sử dụng các thiết bị laser hoặc công nghệ mà nhân viên spa hoàn toàn không có chứng chỉ gì về y tế.

NHỮNG THIẾT BỊ QUEN THUỘC CỦA SPA

Thiết bị điện di

Một thiết bị cầm tay, trong đó có một vi mạch nhạy cảm sẽ phát ra các xung liên tục của dòng điện tiếp xúc vào da qua các đầu dò kim loại. Các chuyên viên thẩm mỹ sẽ chà xát hoặc massage nhẹ thiết bị điện di trên khuôn mặt bằng những thao tác ổn định và thông qua sự tiếp xúc này, các ion âm và dương sẽ chuyển động vào làn da, thâm nhập vào các mô dưới da. Giống như nam châm, các ion này tạo ra các lực hút hoặc lực đẩy, tăng cường hoạt động của mạch máu và bạch huyết, cải thiện chức năng của tế bào. Các chất lỏng hay bụi bẩn bị mắc kẹt dưới da sẽ bị phân tách, giải phóng khỏi da còn các dưỡng chất thì được đẩy mạnh vào sâu trong da.

Ưu: có thể giúp sản phẩm thẩm thấu sâu hơn.

Nhược: có thể gây nguy hiểm nếu cơ thể khách hàng chứa kim loại như răng giả. Ngoài ra, độ thẩm thấu sâu hơn còn chưa có dữ liệu rõ ràng.



Thiết bị mài mòn microdermabrasion

Thiết bị này dùng máy bắn ra những hạt nhỏ li ti (có thể là hạt nhôm oxit, hạt khoáng pha lê cực mịn...) lên bề mặt da hoặc dùng đầu kim cương thao tác trên bề mặt da. Dưới tác dụng của luồng áp suất cao, các hạt nói trên sẽ có nhiệm vụ lột, mài đi lớp da chết, loại bỏ đi lớp da chết bên ngoài (vùng thượng bì). Tác dụng lớn nhất của công nghệ siêu mài mòn này là giúp tẩy đi các tế bào chết bám trên bề mặt da, từ đó kích thích sự sinh sản của các tế bào mới và sợi collagen, góp phần làm da sáng mịn hơn. Tóm lại, đây là phương pháp tẩy da chết mạnh mẽ kiểu cơ học.

Ưu: tinh chỉnh các lỗ chân lông, cải thiện sự xuất hiện của những vết sẹo mụn trứng cá, và giúp đỡ ngay cả ra lốm đốm, dày, da mặt trời bị hư hại.

Nhược: có thể quá khắc nghiệt trên da khi thực hiện thường xuyên, dẫn đến suy giảm collagen. Có thể gây suy giảm hoặc gia tăng sắc tố làm da không đều màu ở các vùng khác nhau nếu mài mòn quá mạnh.



Thiết bị Oxygen

Khi chúng ta già đi, cơ thể chúng ta không dễ dàng đồng hóa oxy trong máu vào da. Điều này dẫn đến sự sụt giảm trong nhiều vấn đề, bao gồm giảm collagen và elastin, dẫn đến các dấu hiệu lão hóa như nếp nhăn. Nếu oxy được truyền vào da như serum, chúng sẽ giải quyết các vấn đề này. Thiết bị Oxygen áp dụng một lượng tập trung oxy bôi lên da mặt thông qua một ống nhỏ nối với một máy oxy. Khuôn mặt của bạn được bao phủ bởi một mái vòm mặt nạ đặc biệt để giữ oxy không thoát ra ngoài. Thiết bị chạy trong khoảng 20 phút.

Nhược: Mặc dù về mặt lý thuyết quy trình này có thể cải thiện lưu thông và thúc đẩy trẻ hóa da, nhưng hầu hết các nhà nghiên cứu cho rằng điều này rất khó xảy ra, đặc biệt là nếu sử dụng trên làn da khỏe mạnh, nguyên vẹn.

Oxy không thể đi qua da trừ khi nó được gửi trong một áp lực đặc biệt cao. Thiết bị có thể mang đến một cảm giác trẻ hóa tạm thời.



STYLE Beauty

CHÓM NỞ

Những bó hoa gọi cảm của mùa xuân hé nở trong mưa – thời khắc lãng mạn của những mùi hương floral lãng mạn.

THÀNH HẢO

Sự kết hợp của nhiều mùi hoa để tạo ra một bó hoa bung nở luôn luôn là chủ đề ưa thích của các perfumer: mùi hương dày ướt ấm và nồng của hoa nhài, hoa dành dành, mùi hương ngọt đa sắc độ của hoa hồng, mùi hương đậm chất nhục cảm, gay gắt và pha chút xanh của hoa huệ, mùi hương thanh tao của thủy tiên... Giống như một bảng màu đa dạng, việc hoà trộn các màu sắc khác nhau để tạo ra một bức tranh hoàn hảo hay một hiệu ứng ẩn tượng luôn mang đến sự thách thức. Nếu bạn thích một mùi hương Floral với sự pha trộn của rất nhiều loài hoa nhưng không biết phải bắt đầu từ đâu, hãy xem xét những lựa chọn của chúng tôi.



Chanel No 22



Jean Patou Joy



Robert Piguet Fracas

ALDEHYDIC FLORALS

Hoặc còn gọi là mùi hương Floral mềm mại với các note sáng, nhẹ nhõm. Hương floral sử dụng thành phần tổng hợp Aldehydic để tạo ra những sắc thái lấp lánh. Một ví dụ tiêu biểu là Chanel No 5. Sự có mặt của aldehydes đã góp phần không nhỏ để tạo nên thành công của bó hoa này. Mặc dù aldehydes về bản chất có mùi mạnh mẽ đến mức khó chịu nhưng ở một dung lượng rất nhỏ, nó tạo ra sự mềm mại mờ ảo của những note mùi như hoa nhài, hoa hoàng lan. Nói đến "Aldehydic florals" là nói đến nhóm mùi hương có sắc thái hoa cỏ mềm mại, như một cái vuốt ve êm ái pha chút lãng mạn vintage. Và đó là những mùi hương như Lanvin Arpège hay Yves Saint Laurent Rive Gauche. Nhưng nếu bạn không ưa mùi bột thơm sắc sảo thì những mùi hương như Chloé Love Chloé hay Summer by Kenzo có thể là những lựa chọn tốt hơn. Donna Karan Cashmere Mist là một gạch nối giữa một mùi aldehydic của hoa nhài và mùi da mềm, tạo ra sự kết hợp giữa mùi hương thu đông ấm áp và hương xuân hè mềm mại rạng rỡ. Một phiên bản hiện đại của nước hoa aldehydic là Lalique Encre Noire Pour Elle, một dàn nhạc của lan Nam Phi với một vệt cỏ hương lau và xạ hương.

PHẢI BIẾT: Chanel No 5, Lanvin Arpège, Yves Saint Laurent Rive Gauche

MỘT BÓ HOA ẤM ÁP SANG TRỌNG

Trong trường hợp những gì bạn yêu cầu là một bó hoa sang trọng, tinh tế, chúng tôi đề nghị bạn đến với những thương hiệu cổ điển như Jean Patou hay Chanel. Những từ như "sang trọng", "floral bouquet", "hương thơm dày và đậm" chắc chắn là sự mô tả của Jean Patou Joy, được pha trộn bởi hoa nhài, hoa hồng và hoàng lan. Hay Chanel No 22, nơi mà hoa hồng, hoa diên vĩ và hoa nhài được làm nổi bật lên với một chút hương resin ấm nóng và hắc. Một phiên bản hiện đại của sự cổ điển là Bvlgari Bvlgari Pour Femme, sở hữu tất cả những gì mà các tín đồ của floral mong muốn. Đó là sự pha trộn phong phú của hoa hồng, hoa mẫu đơn, hoa huệ và các loài hoa tím, trên cái nền của gỗ đàn hương, xạ hương. Annick Goutal Grand Amour, mặt khác, lại tạo ra một dòng nước xanh đầy ắp lực bình, với một liều lượng xa hoa của hổ phách. Nếu đó là một bó hoa tươi sáng, những tác phẩm rạng rỡ như Juicy Couture với hoa huệ và hoa nhài, hay L'Artisan La Chasse aux Papillons (với bồ đào, hoa nhài, hoa huệ và hương thơm thanh lịch của gỗ mềm) sẽ đáp ứng nhu cầu của bạn.

PHẢI BIẾT: Jean Patou Joy (phiên bản EDT cho hiệu ứng hoa nhài pha chút màu xanh lá cây, phiên bản parfum cho mùi hồng và hoa nhài sang trọng, phiên bản EDP cho mùi hồng mạnh mẽ), Robert Piguet Fracas, Chanel No 22.

Chanel No5



Yves Saint Laurent Rive Gauche



Lanvin Arpège



Estée Lauder Aliage



Chanel No 19



Gucci Envy



Balmain Vent Vert



FLORALS XANH

Florals xanh – như cái tên của nó, diễn tả một mùi hương kết hợp giữa hoa và các note mùi của lá nghiền nát, cỏ, rêu hoặc thảo mộc. Nó tạo ra một bó hoa tươi vừa cắt, với phần cuống còn vương nhựa. Balmain Vent Vert với một liều dồi dào của nhựa galbanum đã mở đường cho thể loại mới này. Mặc dù floral xanh không phổ biến bằng các loại hương hoa cỏ khác, nhưng tính cách đặc thù của nó lại tạo ra một cá tính mùi đặc sắc. Chanel No 19 mang đến sự thanh lịch sắc sảo với motif hoa diên vĩ và galbanum xanh. Mềm mại và ấm áp hơn là Annick Goutal Heure Exquise. Hermès Hiris tập trung vào hoa iris, nhưng cũng nhấn mạnh sự phức tạp của lá violet xanh và gỗ tuyết tùng. Gucci Envy là một trong những mùi hương floral xanh gợi nhắc nhiều về người tiên phong Balmain Vent Vert, với sự kịch tính táo bạo ngay cả khi chúng không hề có mùi giống nhau. Balmain về sau còn có một đại diện nữa cho dòng nước hoa này là Ivoire de Balmain, được so sánh như một bó cẩm chương trong rêu và hoắc hương. Các note citrus xanh mát và lá tạo ra sự đối nghịch với chất xa hoa sang trọng của bó hoa trong Ivoire.

PHẢI BIẾT: Balmain Vent Vert, Chanel No 19, Estée Lauder Aliage / Alliage

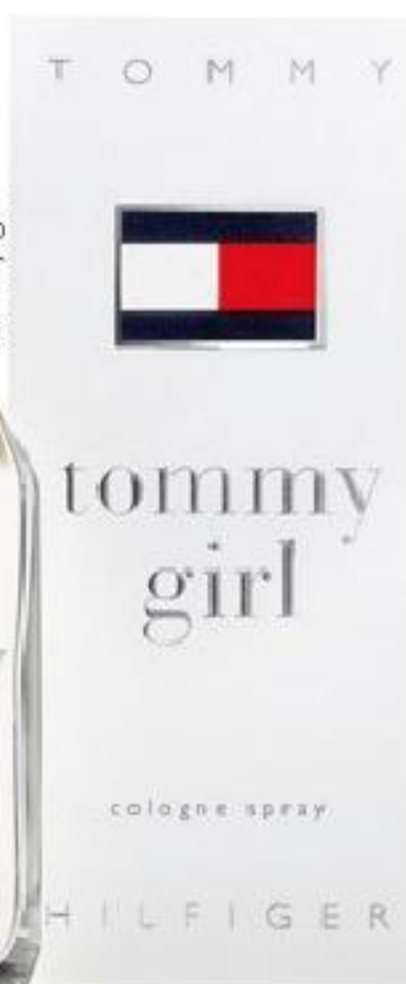
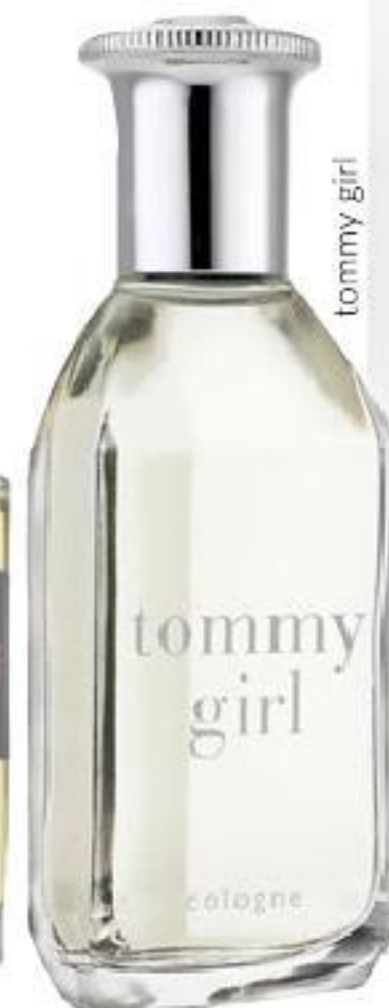
HOA+QUẢ

Mùi hương hoa quả có thể xem là dòng phổ biến nhất trong họ nhà Floral đến mức bị lạm dụng quá đà và dễ tạo ra những mùi hương ngọt hời hợt, nồng nàn hoặc giống nhau đến mức khó lòng phân biệt. Tuy nhiên, ở những mùi hương hoa quả thành công, các note quả mọng đã mang đến cho bó hoa những sắc thái tuyệt vời: mùi quả chín mọng, mùi ngọt ấm, hay mùi chua thanh, hoặc mùi thơm mát của quả xanh mùa hè. Hermès Amazone dệt nên một mùi hương của quả lý chua đen mọng, mùi quýt, đào, quả mâm xôi pha trộn với hoa nhài và rêu. Mùi dưa hấu chín trong Frédéric Malle Le Parfum de Thérèse hay mùi cocktail trái cây trong Clinique Happy. Annick Goutal Quel Amour mang đến cảm hứng của lễ hội với hoa hồng và quả mọng màu đỏ. Donna Karan DKNY Be Delicious là một trong những mùi hương hoa quả phổ biến nhất thế giới, một quả táo nở trong vườn hoa. Estée Lauder Pure White Linen cũng là một mùi hương hoa quả phổ biến với khía cạnh xanh lá cây rõ nét, đơn thuần và thanh lịch.

PHẢI BIẾT: Donna Karan DKNY Be Delicious, Tommy Hilfiger Tommy Girl, Clinique Happy, Frédéric Malle Le Parfum de Thérèse



le parfum de therese 100ml



Ý tưởng về các mẫu sample có lẽ đã có từ lâu, nhưng nếu phải lấy một mốc cụ thể thời hiện đại để ghi nhận sự phát triển của chúng, hẳn đó là những năm 1880 với cái tên **David H. McConnell** - một nhà kinh doanh sách có thói quen kẹp các mẫu sample nước hoa vào sách để bán cho phụ nữ, và nhanh chóng nhận ra rằng, người mua thích các mẫu sample hơn là sách. **David H. McConnell** sau này đã sáng lập nên công ty nước hoa California Perfume Company (tiền thân của Avon) và không quên tặng các sample miễn phí cho khách hàng như một chiến lược marketing. Chiến lược này sau đó được lặp lại bởi François Coty trong năm 1910, bằng cách giới thiệu các mẫu nước hoa ở dung tích nhỏ có giá phải chăng để có thể bán cho nhiều khách hàng hơn. Hơn 20 năm sau, đối thủ của François Coty là Gabrielle Chanel cũng phải học tập ông khi ra mắt một sưu tập các chai nước hoa bỏ túi siêu nhỏ để đối phó với cuộc suy thoái Đại khủng hoảng trước chiến tranh.

Nhưng vẫn rất ít công ty chịu đóng gói các mẫu sample với dung tích nhỏ để tặng miễn phí cho khách hàng như chúng ta thấy ngày nay, vì việc này rất tốn kém. Thay vào đó, họ chuộng các thẻ giấy test hơn. Cùng với các phát minh quan trọng về lưu giữ mùi hương trong mực in (thập niên 40) và sản xuất giấy tinh khiết để thử nước hoa (thập niên 50), các ông chủ nhận ra một cách tiết kiệm hơn để quảng bá mùi hương của mình: họ tẩm mùi hương vào các tạp chí, các mẫu poster, các thư giới thiệu hoặc các thẻ giấy và gửi chúng đi mọi nơi. Năm 1985, Calvin Klein đã gây ra một cú shock truyền thông khi tẩm mùi hương Obsession vào một ad campaign (chiến dịch quảng cáo) in trên hàng triệu tạp chí và gửi đến hàng triệu gia đình: bức hình với ba người đàn ông khoả thân lơ lửng xung quanh một người đàn bà khoả thân. Sự kết hợp giữa thị giác và khứu giác này sau đó được hoan nghênh nhiệt liệt và tạo ra sự phát triển như vũ bão của các dải hương tẩm trên những bức hình lồng lẩy.

Bước vào thế kỷ mới, những nhãn hiệu nước hoa cao cấp không ngại phát triển các mẫu sample dung tích từ 1-5 ml, tặng miễn phí cho các nhà báo, blogger, các khách hàng tiềm năng để cung cấp một trải nghiệm đích thực về mùi hương. Thay vì ngửi nước hoa trên giấy, chúng ta có thể biết được chính xác mùi hương đó sẽ lan toả như thế nào trên làn da trần của mình - điều mà không thẻ giấy nào có thể làm được.

Hành động này đặc biệt được ưa chuộng bởi các thương hiệu nước hoa niche, vốn bán sản phẩm không qua các kênh quảng cáo đại chúng và thường có giá cao hơn nước hoa thương mại nhiều lần. Một mẫu sample nhỏ sẽ cho người mua cái nhìn chính xác về mùi hương và giúp họ quyết định chính xác có nên đầu tư vào dung tích lớn hay không. Nhiều thương hiệu niche thậm chí còn đầu tư vào bao bì để biến các sample thành một món quà nhỏ xinh đẹp sang trọng. Ormonde Jayne - một thương hiệu nước hoa của Anh đã đặt các mùi hương mini trong một hộp nhưng với mô tả chi tiết về từng mùi hương và tạo thành một set quà màu đen lịch sự và tinh tế. Hoặc như INEKE (San Francisco), thương hiệu này đặt các mùi hương mini vào một cuốn sách vintage về mùi hương tạo ra một ấn tượng khó quên. Chanel có một cách tiếp cận thông minh và hào phóng khi giới thiệu bộ sưu tập cao cấp Les Exclusifs: nếu khách hàng mua bất cứ mùi hương nào trong bộ sưu tập này, họ sẽ được tặng miễn phí sample của toàn bộ các mùi hương còn lại (11 mẫu). Chanel tin rằng nếu khách hàng đã bị hấp dẫn bởi 1 mùi hương trong Les Exclusifs thì rất nhiều khả năng họ sẽ bị chinh phục lần nữa, bởi tất cả các mùi hương trong Les Exclusifs đều là những tác phẩm xuất sắc.

NGHỆ THUẬT MẪU THỬ

Những câu chuyện thú vị đằng sau các mẫu sample (mẫu thử) bé nhỏ của nước hoa.

KHANH



INEKE đặt các phiên bản mini vào một cuốn sách vintage





SHISEIDO

Shiseido vừa cho ra đời sản phẩm Bio Performance Glow Revival Serum, được đánh giá là bước đột phá trong công nghệ làm đẹp: có khả năng khôi phục làn da bằng cách tác động vào hệ thống cung cấp dưỡng chất, đánh thức nguồn năng lượng tự nhiên bên trong da, mang đến làn da đều màu, đàn hồi hơn, lỗ chân lông được thu nhỏ lại đáng kể. Làn da không chỉ toả sáng mà còn sở hữu vẻ đẹp toàn diện từ sâu bên trong và từ mọi góc nhìn, mang lại vẻ rạng ngời cho nhan sắc phụ nữ. Sản phẩm sẽ chính thức được bày bán trên toàn bộ hệ thống của hàng Shiseido vào tháng 1 năm 2015.



SHU UEMURA

Năm 2015, Shu Uemura cho ra đời bộ đôi sữa dưỡng da và kem dưỡng da TSUYA skin sẽ mang đến cho phái đẹp giải pháp hoàn thiện cho một làn da tươi trẻ, mịn màng như men sứ. Với sự kết hợp tinh túy của chiết xuất hạt dẻ và sữa ong chúa, bộ đôi sữa dưỡng da và kem dưỡng da tươi trẻ TSUYA skin giúp tăng cường vẻ rạng rỡ và độ đàn hồi cho da, các nếp nhăn giảm đi trông thấy và đồng thời giúp mang lại hiệu quả trang điểm ấn tượng nhất trên làn da mịn mượt hoàn hảo. Giá bán: Kem dưỡng da Tsuya skin 2.100.000 VND/50ml; Sữa dưỡng da Tsuya skin 1.800.000đ/75ml. Cửa hàng: Diamond Plaza (08-38220476); Parkson Lê Thánh Tôn (08-3823797); Parkson Hùng Vương (08-22219960); Trảng Tiễn Plaza (04-38242455); Lotte Center Hà Nội (04-32676047)



ARGAN OIL

Dầu Argan Nguyên Chất là một trong những loại dầu thiên nhiên của Ma rốc quý, hiếm nhất thế giới, mang lại vẻ đẹp hoàn hảo nhất cho sắc đẹp. Dầu Argan là sự pha trộn độc đáo kỳ diệu của các thành phần tự nhiên quý hiếm và quan trọng nhất cho cơ thể con người (Vitamin E, Omega 3, Omega 6, Omega 9...) Argan Oil đang thực hiện chương trình khuyến mãi: mua 2 chai giảm 10%, mua 3 chai giảm 15% (đối với chai 30ml, 100ml). Đối với chai 50 ml, mua 2 chai giảm 13%, mua 3 chai giảm 17%, mua 4 chai giảm 20%. Vận chuyển miễn phí toàn quốc. Địa chỉ: 19K Nguyễn Hữu Cảnh, P.19, Q. Bình Thạnh, Tp.HCM. Hotline: 0913136802. Web: arganoil.vn.

DOVE

Vừa qua, nhãn hàng chăm sóc tóc Dove cùng nghệ sĩ Xuân Huy lần đầu tiên thực hiện thành công chiếc vĩ kéo violin từ tóc thật của những cô gái Việt Nam trong sự kiện "Khi tóc bạn hát". Sau thành công của đêm nhạc Hair Sonata diễn ra vào tháng 09/2014, cây vĩ cầm có dây kéo từ tóc thật đã để lại trong lòng khán giả yêu nhạc nhiều nghi vấn. Để khẳng định rằng mái tóc hoàn toàn có thể đủ chắc khỏe để tạo nên âm nhạc, nghệ sĩ Xuân Huy với sự hỗ trợ của nhãn hàng Dove đã vận động các cô gái Việt gửi tóc về để tạo nên dây vĩ tóc thật. Trong sự kiện "Khi tóc bạn hát", không chỉ tạo nên được chiếc vĩ kéo tóc thật trước sự chứng kiến của đông đảo khán giả, nghệ sĩ Xuân Huy còn chơi đàn liên tục trong bốn giờ đồng hồ. Sự kiện này đã xác lập kỷ lục Guinness cho "Bản giao hưởng được chơi bằng cây vĩ làm từ tóc thật dài nhất Việt Nam".



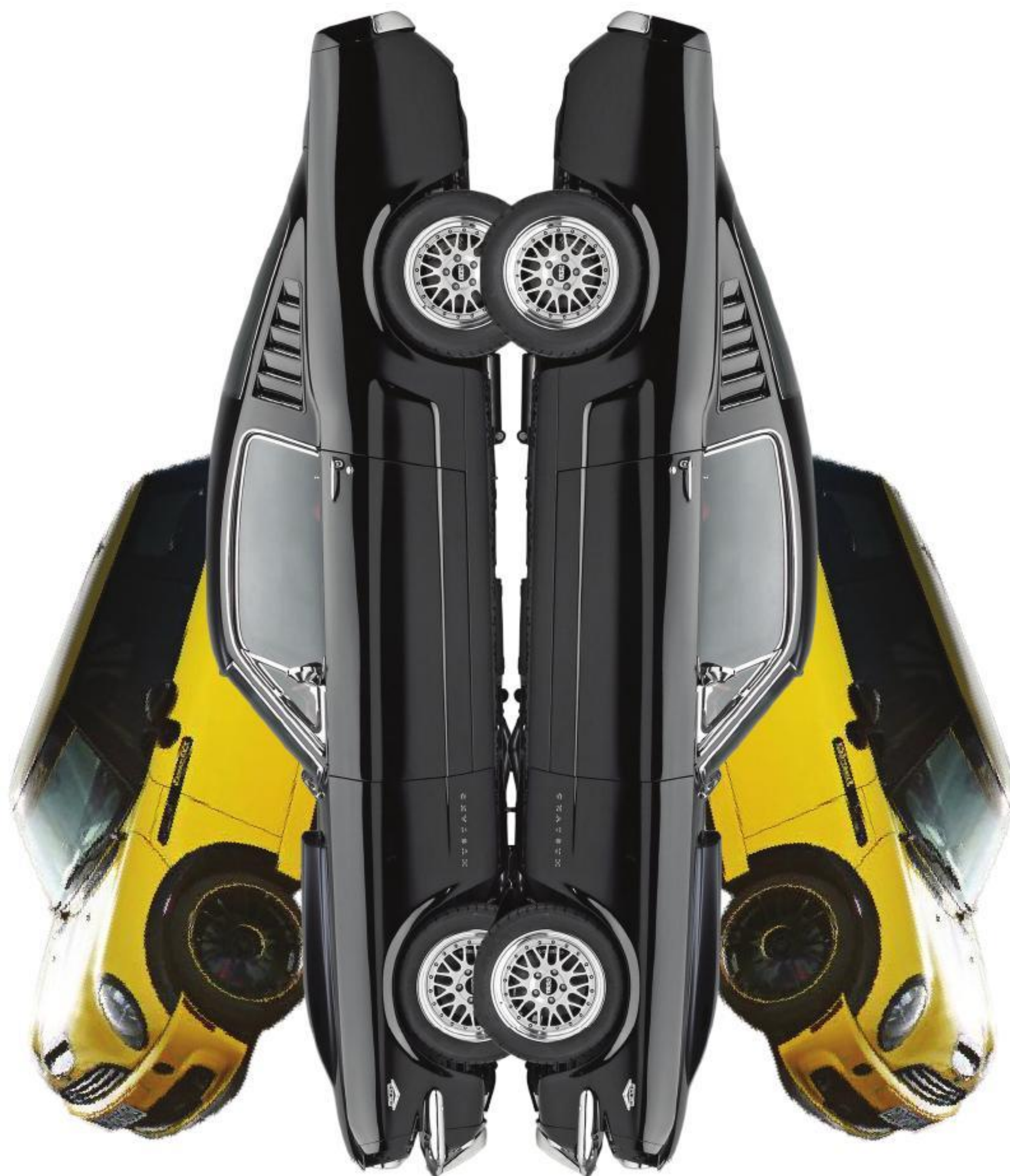
POND'S MEN

Đầu năm 2015, Pond's (thuộc Công ty TNHH Quốc tế Unilever Việt Nam) vừa giới thiệu dòng sản phẩm sữa rửa mặt Pond's Men dành cho nam giới, với chiết xuất hạt cà phê lần đầu tiên xuất hiện tại Việt Nam. Với thành phần độc đáo này, Pond's Men không những giúp mang đến làn da sáng, khỏe khoắn mà còn tạo vẻ ngoài nam tính, tự tin cho nam giới. Phạm Anh Khoa và Phillip Nguyễn được Pond's Men chọn làm 2 gương mặt đại diện cho sản phẩm tại Việt Nam. Bằng phong cách trẻ trung, năng động, Phạm Anh Khoa và Phillip Nguyễn sẽ cùng Pond's Men tham gia những hoạt động thể chất thú vị, từ đó tiên phong truyền tải cảm hứng và thông điệp đến nam giới hiện đại: hãy biết cách chăm sóc bản thân, luôn tràn đầy năng lượng để sống hết mình với đam mê và vươn đến thành công.



LIFESTYLE

HI TECH - AUTO WORLD - DESTINATION



STYLE Hi-Tech

NHỮNG MẪU SMARTPHONE CỦA THÁNG

*HÃY CÙNG STYLE ĐIỂM QUA NHỮNG MẪU SMARTPHONE NỔI BẬT
CỦA THÁNG HAI SẼ RA MẮT TẠI MWC BARCELONA NHÉ!*

SAMSUNG GALAXY S5

Cho tới thời điểm này, chắc chắn Samsung sẽ giới thiệu Galaxy S5 trong khuôn khổ MWC tới đây. Đây cũng là mẫu smartphone thu hút sự chú ý của bậc nhất hiện nay từ giới chuyên môn đến người tiêu dùng. Theo tin đồn, sản phẩm này sẽ dùng thiết kế siêu mỏng nhờ công nghệ màn hình mới, độ phân giải màn hình QHD, khả năng nhận diện mặt người dùng và pin 3.000 mAh. Trong khi đó, camera của máy được dự đoán có độ phân giải 16 hoặc 20 megapixel.





LG G PRO 2

Đúng một năm sau khi ra mắt G Pro, LG sẽ tiếp tục nâng cấp lên mẫu G Pro 2 với những thông số tối tân hơn: máy sẽ được tích hợp chip xử lý Snapdragon 800, RAM 3 GB và tỉ lệ phần hiển thị ở mặt trước lên đến 77,2%. Ngoài ra, sản phẩm này được tin rằng sẽ sở hữu một hệ thống chống rung quang học cải tiến (OIS+) và khả năng quay video 4K.



NOKIA NORMANDY

Theo nhiều nguồn tin chắc chắn, Nokia sẽ trình làng mẫu điện thoại chạy Android đầu tiên tại MWC 2014. Sản phẩm này khi ra mắt sẽ không tích hợp các nội dung, dịch vụ của Google, thay vào đó là sản phẩm do chính Nokia hoặc Microsoft tạo ra. Như vậy, nó sẽ dùng một phiên bản Android 4.1 đóng, giống như cách Amazon thực hiện trên máy tính bảng Kindle Fire. Với những thông số khiêm tốn như màn hình 4 inch, chip lõi kép 1 GHz, RAM 512 MB, camera 3 hoặc 5 megapixel, đây sẽ là một sản phẩm giá rẻ hướng đến các thị trường đang phát triển.

HTC M8

Với những thông tin rò rỉ gần đây thì có vẻ như M8 sẽ không có nhiều thay đổi về thiết kế so với HTC One. Tuy nhiên, điểm dễ nhận thấy nhất của sản phẩm này chính là viền màn hình mỏng hơn, các phím cảm ứng đã được đưa vào bên trong màn hình. Hiện tại, những thông số về cấu hình của M8 vẫn chưa xác định chắc chắn. Trong khi đó, camera của M8 chính là điểm gây tò mò nhất bởi theo hình ảnh rò rỉ, model này sẽ dùng camera kép, vẫn giữ nguyên công nghệ ultrapixel. Do đó, người ta chưa thể biết được, camera này sẽ có những cải tiến gì so với One.



SONY XPERIA SIRIUS

Cũng giống như M8, Sirius khá giống bản nâng cấp đời chut của Xperia Z1 hơn là một sản phẩm sáng tạo hoàn toàn mới. Máy vẫn dùng camera 20.7 megapixel nhưng bổ sung thêm tính năng quay video 4K và Full HD 60 khung hình/giây (trước đó là Full HD 30 khung hình/giây). Trong khi đó, chip xử lý của máy có thể vẫn là dòng Snapdragon 800 4x, màn hình nâng cấp lên 5.2 inch dùng công nghệ Triluminos. So với Z1, Xperia Sirius cũng sẽ sở hữu viền màn hình mỏng hơn.



STYLE Hi-Tech



COOL GADGETS

*TẶNG MỘT MÓN QUÀ CÔNG NGHỆ THÚ VỊ VÀO LỄ TÌNH NHÂN?
TẠI SAO KHÔNG NHỈ?*



SENNHEISER SPORTS HEADPHONES

Tin mừng cho các tín đồ thể thao khi thương hiệu sản xuất tai nghe nổi tiếng vừa giới thiệu một dòng sản phẩm dành riêng cho các hoạt động thể thao bao gồm: MX 686 SPORTS, CX 686 SPORTS, PMX 686 SPORTS and OCX 686 SPORTS. Mỗi thiết kế đều được trau chuốt từ tính năng, sức bền, dẻo dai và cả vệ sinh để đảm bảo hoạt động hoàn hảo và tiện lợi nhất.



SELFIE TOASTER

Hãy tưởng tượng bức ảnh selfie của chính bạn xuất hiện ngay trên cả lát bánh mì nướng buổi sáng thì sao nhỉ? Bất ngờ và lãng mạn? Điều đó hoàn toàn không viễn tưởng nữa với chiếc máy nướng mang tên Selfie Toaster cung cấp tính năng như đúng tên gọi của nó. Tuy nhiên, sản phẩm này yêu cầu bạn phải đặt hàng và gửi kèm bức ảnh selfie có chất lượng tốt nhất về cho hãng để cài đặt vào máy rồi mới gửi cho bạn. Điều đó có nghĩa là bạn nên chuẩn bị chỉ có duy nhất một bức ảnh "bánh mì" ra lò mỗi buổi sáng mà thôi.

THE BEAN AND LEAVES COFFEE OR TEA MAKER

Một chiếc máy xinh xắn dành cho các cô gái mê cà phê và trà. Với hai ngăn riêng biệt, dễ sử dụng, nhỏ gọn và tiện lợi, chỉ cần \$59.90 là bạn đã có thể thoải mái thưởng thức một tách trà hay cà phê thư thái mỗi khi rảnh rỗi rồi!



NAP ANYWHERE PILLOW

Đúng như tên gọi của nó, chiếc gối thông minh này sẽ cho phép bạn tựa đầu và ngủ bất cứ nơi đâu. Với cường độ công việc mệt mỏi căng thẳng, thiếu thời gian thì một chút nghỉ ngơi mà không phải di chuyển đi đâu là nhu cầu của rất nhiều người. Thế nên, với mức giá \$59, NapAnywhere thực sự là một lựa chọn lý tưởng.

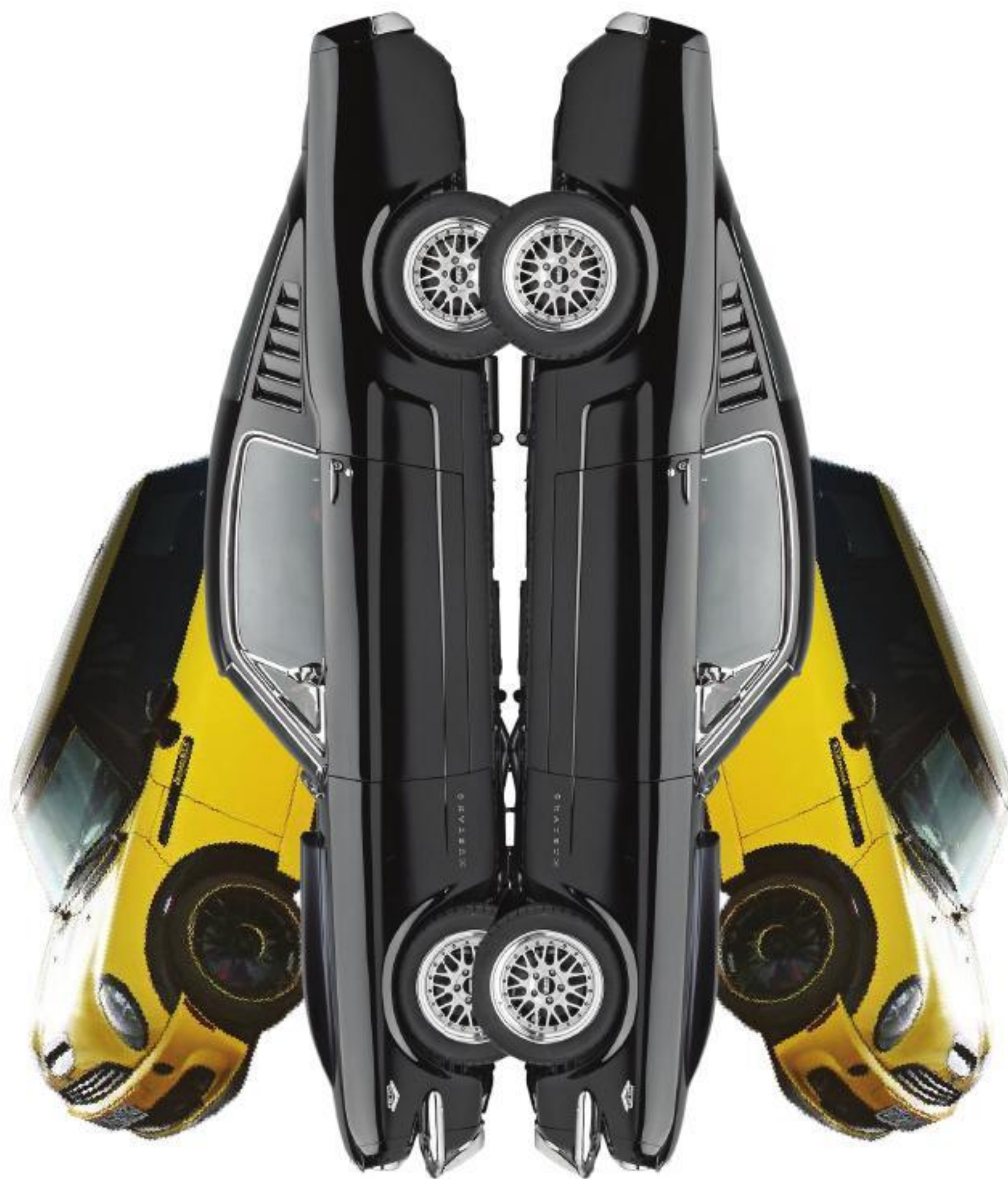


HANDS FREE ELECTRIC SHOE POLISHER

Thật là một món quà tuyệt vời cho các tín đồ của giày. Bất kể lúc nào, khi đang bận nói điện thoại hay làm việc máy tính, chỉ cần đưa giày vào máy với dung lượng chất làm sạch hay đánh bóng vừa đủ và máy sẽ tự động làm công việc thực thụ của mình. Giá bán \$129.95 cũng khá hấp dẫn.



NHỮNG MẪU XE ĐI CÙNG NĂM THÁNG



MỖI MỘT HÃNG Ô TÔ HIỆN NAY HÀNG NĂM ĐỀU CHO XUẤT XỨNG RẤT NHIỀU DÒNG XE CÙNG KIỂU DÁNG MỚI KHÁC NHAU PHỤC VỤ NHU CẦU NGƯỜI TIÊU DÙNG. BÊN CẠNH ĐÓ, CÁC TÊN TUỔI CÀNG LÂU ĐỜI CÀNG SỞ HỮU NHỮNG MẪU XE ĐƯỢC XEM LÀ "SIGNATURE", BẢO CHỨNG CHO LỊCH SỬ PHÁT TRIỂN RỰC RỠ CỦA THƯƠNG HIỆU. CÙNG STYLE ĐIỂM QUA MỘT VÀI THIẾT KẾ NHÉ!

KHAI MINH

FORD MUSTANG

Ford Mustang được sản xuất vào năm 1964, các phiên bản coupe và hatchback vẫn luôn được ca ngợi và là niềm mơ ước của nhiều đam mê rêu cho đến ngày nay. Đặc biệt kể đến là Shelby GT 500, Boss 302 và xe tăng áp Cobra. Thế hệ năm 2012 được tích hợp động cơ V8 dung tích 5.0 lít đem đến khả năng tiêu thụ nhiên liệu ấn tượng 8,4km/l. Nói thật xe hiện đại với các tính năng công nghệ tiên tiến. Ứng dụng điện thoại tùy chọn cho phép khách hàng có thể kết nối với iPhone và điện thoại Android theo yêu cầu. Bên cạnh đó, ngoại thất của Mustang luôn là sự đan xen hài hòa giữa cổ điển và hiện đại, đầy ma lực và hấp dẫn.



TOYOTA CAMRY

Cái tên Camry lần đầu tiên được biết đến vào năm 1980 với Toyota Celica Camry. Dòng sản phẩm Toyota Camry độc lập đầu tiên ra mắt vào năm 1982. Nó là kết cấu của một xe sedan nhưng vào một thời gian khác được sử dụng trong các dòng xe Hatchback 5 cửa, 2 cửa coupé và xe Wagon. Một nhánh của Camry là Toyota Camry Solara gồm các phiên bản Coupé và Convertible. Camry được Toyota hướng đến khách hàng hạng trung. Sau nhiều cải tiến vào các năm 1987, 1992, 1997, 2002, 2006, 2012 và mới đây nhất là thế hệ 2015, Camry vẫn giữ vững vị trí trong danh sách những mẫu xe của Toyota được ưa chuộng và tiêu thụ nhiều nhất, đặc biệt là tại thị trường Mỹ.





VOLKSWAGEN GOLF

Được nghiên cứu sản xuất với mục đích thay thế chiếc Beetle cổ xưa sản xuất từ thế chiến thứ hai, Golf ra đời trên thành quả lao động tỉ mỉ của nhà thiết kế nổi tiếng người Ý Giorgio Giugiaro và kinh nghiệm của tập đoàn Auto Union với Audi bốn bánh trước đó. Xe bắt đầu lăn bánh khỏi dây chuyền lắp ráp từ tháng ba năm 1974. Sau gần 4 thập kỉ, Golf đã trải qua các đời cải tiến từ mẫu Mk1 cho đến Mk7, giữ nguyên tinh thần nhỏ gọn thoải mái, hợp túi tiền mà Volkswagen đã xây dựng cho mẫu xe huyền thoại này.





Ông Shawn Shu - TGD Huawei Consumer BG VN tin tưởng sản phẩm Mate7 sẽ được khách hàng Việt Nam đón nhận vì sản phẩm vừa có kiểu dáng, tính năng ấn đại nhất vừa có giá cả cạnh tranh

ĐANG CẤP SỐNG CHẤT

AMISU PHẠM

Trong xu thế của thời đại mới, nhiều người luôn chọn cho bản thân một phong cách riêng, hoàn toàn khác biệt nhằm khẳng định "cái tôi" không nhầm lẫn với bất kỳ ai. Đó có thể là gout thời trang đầy cá tính, vẻ trang trọng lịch lãm toát lên từ cách trò chuyện, giao tiếp hoặc khéo léo "khoe" sự hợp thời và cá tính thông qua các phụ kiện hi-tech như máy tính, ipad và smartphone. Kỷ nguyên smartphone đã dần dần tạo nên một khái niệm mới về chức năng của điện thoại di động khi giờ đây nó không chỉ đơn thuần là vật để kết nối thông tin liên lạc mà còn là phụ kiện để khẳng định đẳng cấp.

Chính vì thế không ít hãng sản xuất điện thoại trên toàn thế giới đã hao tâm tốn trí vận dụng toàn bộ chất xám để cho ra đời những mẫu smartphone vừa đảm bảo được "smart - thông minh" vừa thể hiện được cá tính của người sử dụng. Cuộc chiến smartphone là một dòng chảy bất tận với sự biến đổi liên tục của kiểu dáng, tính năng và giá cả. Thế nhưng có những thứ không bao giờ thay đổi, đó chính là giá trị cốt lõi mà chiếc smartphone đó đem lại.

Do đó không phải ngẫu nhiên mà người ta nhìn thấy ca sĩ Thùy Tiên say mê "mày mò" chiếc điện thoại Huawei Mate7 trong một sự kiện gần đây. Mate7 với 7 tính năng nổi trội gồm: *Live large - Sống phóng khoáng, Live chic - Sống thanh lịch, Live smart - Sống thông minh, Live power -*

Sống bền, Live instant - Sống nhanh, Live simple - Sống đơn giản, Live me - Sống riêng tư đã hoàn toàn chinh phục "bà mẹ một con" Thùy Tiên.

Ra mắt vào tháng 9/2014, Mate7 đã thu hút sự chú ý của khách hàng và giới truyền thông khi mở ra một kỷ nguyên mới về sự trải nghiệm cảm ứng vân tay và tương tác của người sử dụng với smartphone.

Trong khi đó chàng diễn viên đang cực kì hot Kim Lý thì không giấu được sự phấn khích khi là một trong số rất ít những người được sở hữu chiếc điện thoại P7 Arsenal - chiếc điện thoại phiên bản đặc biệt giới hạn chỉ có 2.000 chiếc tại Việt Nam được thiết kế với logo của câu lạc bộ bóng đá huyền thoại này ở mặt sau. P7 Arsenal kế thừa tất cả những đặc điểm nổi bật của phiên bản cùng loại như thiết kế siêu mỏng, khung kim loại, kính cường lực G gorilla thế hệ 3, giao diện được thiết kế đặc biệt với logo của CLB Arsenal ở mặt lưng máy. Ngoài ra, ảnh nền của Arsenal P7 luôn cập nhật những hình ảnh mới nhất của tạp chí Arsenal.

Không chỉ nổi bật ở kiểu dáng và tính năng, Huawei Mate7 và Huawei P7 Arsenal còn gây chú ý khi được gửi gắm chủ đề "Sống chất" với tinh thần luôn sẵn sàng đối mặt với thử thách, sống hết mình, luôn tin tưởng vào bản thân và có phong cách riêng. Điều này càng khiến cho Mate7 và P7 Arsenal ghi điểm trong

“Không chỉ nổi bật ở kiểu dáng và tính năng, Huawei Mate7 và Huawei P7 Arsenal còn gây chú ý khi được gửi gắm chủ đề “Sống chất” với tinh thần luôn sẵn sàng đối mặt với thử thách, sống hết mình, luôn tin tưởng vào bản thân và có phong cách riêng

mắt các ngôi sao nổi tiếng như: vị giám khảo quyền lực của Vietnam's Next Top Model siêu mẫu Xuân Lan, Á hậu Hoàng My, diễn viên Diễm Mỹ 9x, người mẫu Thùy Trang ...

Có thể một chiếc điện thoại không làm nên con người bạn nhưng ít nhất với Huawei Mate7 và P7 Arsenal bạn hoàn toàn có thể định hình một phong cách của riêng bạn và chỉ mình bạn. Đó là sống hết mình và make it possible!

Trong năm 2014 vừa qua, Huawei là nhà sản xuất điện thoại thông minh lớn thứ ba thế giới. Theo đánh giá của Tổ chức định giá thương hiệu toàn cầu Interbrand, Huawei là một trong 100 thương hiệu giá trị nhất thế giới.



MERCEDES E-CLASS

Với những mẫu xe đầu tiên được ra mắt vào tháng 11 năm 1984, W124-Series là một trong những dòng xe nổi tiếng nhất của Mercedes-Benz. Đến năm 1993, W124 được đổi tên thành E-Class mà chúng ta biết đến ngày nay. Hiện tại, E-Class nổi tiếng với các dòng: E320 với hộp số hoàn hảo, tăng tốc tự tin và ổn định; Mercedes E240 được lắp động cơ V6 2,6 lít, công suất 177 mã lực cùng nội thất tạo cảm giác tiện lợi ấm cúng, các chi tiết được chế tạo cầu kỳ với design mềm mại và tinh tế; E500 sở hữu động cơ 306 mã lực cùng hộp số tay giúp chiếc xe này đạt tốc độ tối đa 300 km/h, đồng thời thiết bị gây ấn tượng nhất trên mẫu xe này là ghế lái với thiết kế Dynamic multicontour.



MINI COOPER

Mini là biểu tượng xe hơi nhỏ của những năm 1960, được sản xuất bởi hãng xe Anh quốc BMC bắt đầu từ năm 1959 và là chiếc xe đầu tiên sở hữu hệ thống truyền động trước. Mini được thiết kế như kết quả của cuộc khủng hoảng kênh đào Suez năm 1956, làm giảm nguồn cung cấp dầu và khiến chính phủ Anh đau đầu trong vấn đề phân bổ nhiên liệu. Đến nay, nó đã trở thành một biểu tượng của thời trang và sự sành điệu trong nền công nghiệp ô tô, đặc biệt sau khi được bán cho BMW, được thừa hưởng yếu tố thể thao, sang trọng từ thương hiệu cao cấp này.

DISCOVER CHRÜTERCHRAFT!*

*Swiss for Ricola's magic herb blend.

Naturally Effective Herbal Cough Lozenges



Kẹo Thảo Mộc Thiên Nhiên Từ Thụy Sĩ Thông cổ - Mát họng - Sảng khoái - Thơm miệng

Tất cả các loại thảo mộc để sản xuất kẹo Ricola hoàn toàn được thu hoạch một cách tự nhiên từ các vùng núi thiên nhiên Thụy Sĩ, đặc biệt không chất tạo màu và hương vị nhân tạo.

Ricola không chỉ đơn thuần là một loại kẹo! Với chiết xuất từ 13 loại thảo mộc thiên nhiên, Ricola tạo cảm giác sảng khoái tuyệt vời, giúp thông cổ, mát họng mà không loại kẹo nào có thể so sánh được. Đặc biệt hiệu quả khi bị cảm lạnh, ho và khàn giọng.

Ricola
The secret is Chrütercraft



RICOLA on facebook

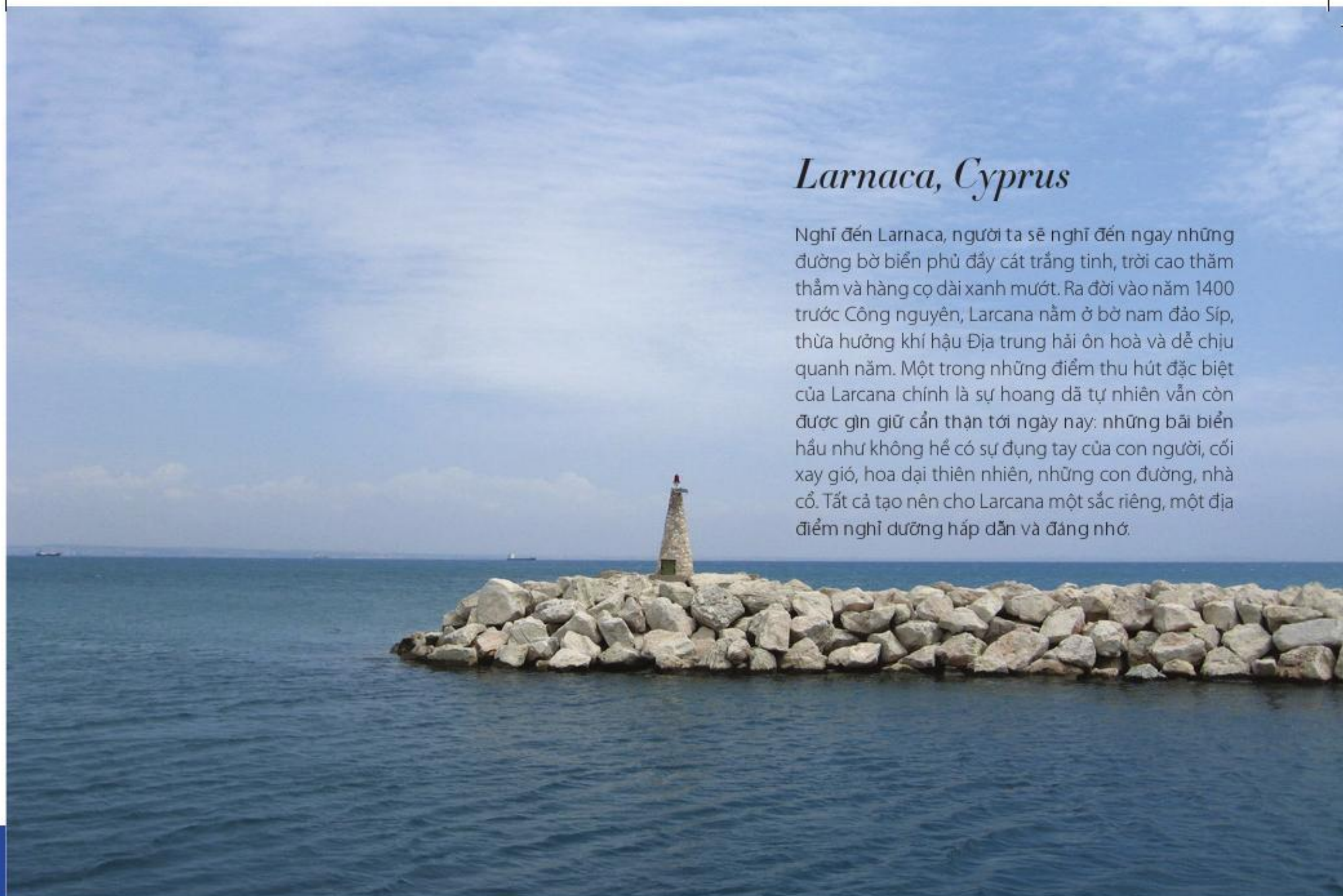
STYLE Destination

Ngày Xưa Ngày Xưa

*CÓ NHỮNG THÀNH PHỐ CỔ ĐƯỢC
KHAI SINH CÁCH ĐÂY HÀNG TRĂM,
THậm CHÍ LÀ NGÀN NĂM NHƯNG
VẪN TỒN TẠI ĐẾN BÂY GIỜ. TRẢI QUA
BIẾT BAO SÓNG GIÓ, CHỨNG KIẾN VẠN
CUỘC ĐỔI THAY TỪ ĐẮM MÁU CHO
TỚI HOÀ BÌNH, CHÚNG LÀ NHỮNG ĐỊA
ĐIỂM MANG TRÊN MÌNH BIẾT BAO
DẤU TÍCH LỊCH SỬ PHI THƯỜNG. NẾU
CÓ DỊP, BẠN HÃY THỬ GHÉ QUA!*

MINH CHÂU





Larnaca, Cyprus

Nghĩ đến Larnaca, người ta sẽ nghĩ đến ngay những đường bờ biển phủ đầy cát trắng tinh, trời cao thăm thẳm và hàng cộ dài xanh mướt. Ra đời vào năm 1400 trước Công nguyên, Larnaca nằm ở bờ nam đảo Síp, thừa hưởng khí hậu Địa trung hải ôn hòa và dễ chịu quanh năm. Một trong những điểm thu hút đặc biệt của Larnaca chính là sự hoang dã tự nhiên vẫn còn được gìn giữ cẩn thận tới ngày nay: những bãi biển hầu như không hề có sự đụng tay của con người, cối xay gió, hoa dại thiên nhiên, những con đường, nhà cổ. Tất cả tạo nên cho Larnaca một sắc riêng, một địa điểm nghỉ dưỡng hấp dẫn và đáng nhớ.



Cádiz, Tây Ban Nha

Là một vùng đất nhỏ, hẹp, xinh xắn nhô ra Đại Tây Dương, Cádiz trở thành hải cảng, "nhà" của thủy thủ và ngư dân Tây Ban Nha bắt đầu từ thế kỷ 18. Thế nhưng, nơi đây ghi dấu những cư dân đầu tiên xuất hiện phải là vào năm 1100 trước Công nguyên. Đi lang thang trên những con đường nhỏ lát gạch ở Cadiz đều sẽ đưa bạn ra bến cảng, nơi buổi sáng nhộn nhịp thanh âm tàu về, mua bán hải sản, buổi chiều thanh bình gió nhẹ cuốn theo mùi biển thanh tao yên ả. Hay bạn có thể quần quanh ở Plaza de Topete, hít thở thật sâu hương hoa diu diu trong bầu không khí trong lành, thưởng thức "La Guapa" (món cá chiên đặc sản). Cádiz không ồn ã, không hiện đại nên thường sẽ chỉ thu hút những du khách thích "đi lạc", thích "biến mất" đôi ngày, tìm lại sự thanh thản an nhiên.

CAM ĐỒNG Màu Của Năm 2015

THEO TRUNG TÂM NGHIÊN CỨU MÀU SẮC & NGHỆ THUẬT TOÀN CẦU CỦA AKZONOBEL (AKZONOBEL GLOBAL AESTHETIC CENTRE), MÀU CAM ĐỒNG SẼ LÀ MÀU CHỦ ĐẠO TRONG THIẾT KẾ VÀ KIẾN TRÚC CỦA NĂM 2015.

Nếu như năm ngoái, màu sắc chủ đạo là màu xanh lá cây (Teal) mang đến cảm giác mát mẻ, sang trọng thì năm nay, các nhà nghiên cứu của AkzoNobel đã chỉ ra rằng, vẻ ấm áp của tông màu hồng, tông màu đỏ và cam đang nổi lên, phản ánh một viễn cảnh toàn cầu tích cực hơn. Màu chủ đạo của năm là sự kết hợp hoàn hảo với màu hồng, các màu trung tính, trắng, các màu cam cũng như màu kim loại, điển hình là màu kim loại vàng. Màu sắc này phản ánh chân thật và tôn vinh tất cả các xu hướng chính được định hình cho năm 2015: đó là thái độ chan tình, luôn quan tâm, chia sẻ. Màu chủ đạo của năm 2015 được lấy cảm hứng từ bảng màu tự nhiên của đất sét, sự rực rỡ của tông màu vàng; tông màu da (phản ánh sự tương tác của con người) và màu nâu đỏ đại diện cho quá khứ. Đây là màu sắc của chiều sâu và sự luân chuyển, một kết hợp tuyệt vời nên có cho mỗi ngày.

Mỗi năm Trung tâm Nghiên cứu màu sắc và nghệ thuật toàn cầu của AkzoNobel tập hợp một nhóm các chuyên gia sáng tạo quốc tế độc lập đến từ nhiều lĩnh vực khác nhau như màu sắc, thiết kế, kiến trúc, hội họa và thời trang để cùng thảo luận và chia sẻ quan điểm về cách thức các xu hướng, bảng màu sẽ phát triển và vận động trong năm sau.

Cam đồng là lựa chọn tuyệt vời cho những bức tường để mang đến một không gian ấm áp mà vẫn sang trọng và thanh lịch. Chúng ta đều biết rằng màu cam là màu của sự hứng khởi nhưng sử dụng màu cam trên một diện tích lớn thật không dễ dàng. Nó có thể gây mất tập trung do hưng phấn hoặc kích thích quá mức. Do đó, cam đồng chính là sự thay thế hoàn hảo cho màu sắc này. Đậm hơn màu lòng tôm nhưng nhạt hơn cam, cam đồng vừa thúc đẩy được tâm trạng và sinh lực vừa giữ nó ở mức cân bằng để bạn có thể tập trung vào các nhiệm vụ nhất định. Theo Willeke Jongejan – chuyên gia thiết kế về màu sắc của một nhãn hiệu sơn tường lớn, màu cam đồng có thể được sơn ở nửa dưới của bức tường, còn nửa trên là màu đất sét sáng – hai màu này có thể sơn kết hợp trên tường theo hiệu ứng loang ombre. Một vài điểm nhấn đặc biệt ở đồ nội thất và phụ kiện với màu hoàng yến sáng – màu sắc tương phản của cam đồng – sẽ khiến khung cảnh trở nên rực rỡ và sống động.

Ở bức ảnh thứ hai, bạn có thể thấy hiệu ứng ombre được tạo nên giữa các màu cam đồng, vàng đất và lòng tôm giữa một không gian toàn sắc trắng. Sự đối lập gay gắt này không dễ “hợp mắt” tất cả mọi người mà thường thích hợp với những gia chủ là nghệ sỹ, dám mạo hiểm và ưa thích sáng tạo.



Một lựa chọn khác: kết hợp các bức tường và đồ nội thất màu trung tính với một bức tường màu cam đồng duy nhất – cách kết hợp này giúp làm dịu các giác quan. Trong khi các màu nâu đất, màu đất sét trắng, màu vàng nude tạo ra sự thanh lịch, dịu dàng và yên tĩnh thì một mảng lớn màu cam đồng ở vị trí chính diện sẽ mang đến sự sống động vừa đủ. Để nhấn mạnh màu cam đồng này, bạn có thể sử dụng các phụ kiện trong các tông màu tương tự: đệm nhung màu kim loại (bạc, cam đồng), bàn ghế gỗ màu nâu vàng và các chân nền đồng. Tăng cường cảm giác ấm cúng cho căn phòng với một chút nhấn nhá hiện đại như tấm thảm trải sàn điểm màu da bò. Sự kết hợp của màu sắc và vật liệu sẽ tạo ra một không gian thư giãn tuyệt vời.



THỜI THƯỢNG NHƯNG KHÔNG TỐN KÉM

Bạn là người yêu thích xu hướng nhưng không muốn vật lộn để sơn lại toàn bộ ngôi nhà hoặc đầu tư vào một bộ giá – kệ tốn kém màu cam đồng? Rất đơn giản, hãy xem xét từ những vật dụng nhỏ bé như gối ôm, chăn ga, khung tranh hoặc rèm cửa. Nếu ngôi nhà của bạn đã có sẵn những bức tường màu trung tính như cream, beige thì không còn gì dễ dàng hơn.

ĐỒ NỘI THẤT BẰNG CHẤT LIỆU GÌ ĐƯỢC KHUYẾN KHÍCH VỚI MÀU CAM ĐỒNG?

Màu cam đồng không chỉ dễ sơn trên tường mà còn dễ áp dụng trên các nội thất có diện tích lớn như tủ bếp, kệ, giá đỡ hoặc bàn ghế. (Trong trường hợp này, nên kết hợp với sơn tường đơn giản như các màu trung tính).

Những vật trang trí nhỏ bằng đồng hoặc gốm sẽ mang đến sự kết nối tuyệt vời cho những chiếc bàn, hoặc kệ đỡ màu cam đồng. Mối liên hệ về màu sắc và chất liệu giữa chúng sẽ tạo ra sự thống nhất cho việc trang trí và cho thấy chủ nhà có gu thẩm mỹ không tệ.

HÃY TIẾT CHẾ MÀU SẮC

Những màu thuộc tông lạnh như màu xanh lá, xanh dương, tím rất khó kết hợp với cam đồng (trừ khi chúng giảm đi vài tông và trở thành màu pastel).

Những màu thuộc tông nóng như đỏ, vàng đất, cam thường dễ kết hợp hơn nhưng luôn cần tiết chế ở mức vừa phải để duy trì sự cân bằng giữa các màu nóng.

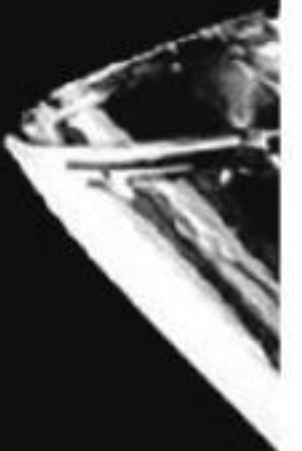
Những màu có thể thoải mái kết hợp với cam đồng là nhóm màu trung tính: beige, cream, nâu nhạt, xám nhạt, trắng.

Những màu tối như màu đen, nâu đen không phải ý tưởng hay khi kết hợp với cam đồng, trừ khi bạn có tài năng thực sự trong thiết kế và không ngại những thử thách mới mẻ.



Let's Have A Drink!

*MỘT CHÚT ÍT MEN NỒNG ĐÚNG THỜI ĐIỂM LUÔN LUÔN KHIẾN KHOẢNH
KHẮC ĐÓ ĐƯỢC NHỚ LÂU HƠN TRONG KÍ ỨC!*







BREAK-UP COCKTAIL

Một trong những liều thuốc giảm đau cho các quý cô sau một mối quan hệ đổ vỡ là chút men cay và sô cô la. Style xin được giới thiệu công thức pha chế cocktail chia tay như một liệu trình giảm đau trong khoảng thời gian đầy cảm xúc này. Vị thơm ngọt của cacao, vị chát đắng của bourbon là sự kết hợp hoàn hảo dành tặng cho những nỗi lòng tan vỡ.

Chuẩn bị:

30 ml Bourbon
15 ml liqueur mùi cacao
30 ml nước cốt chanh
1 lòng trắng trứng

Thực hiện:

Trộn bourbon, liqueur cacao, nước cốt chanh và lòng trắng trứng vào bình lắc (shaker) và lắc đều.
Sau đó thêm đá và lắc lại lần nữa.
Thả đá cục vào ly và đổ hỗn hợp lên trên.
Rắc thêm sô cô la được bào nghiền để trang trí.



JAGER BOMB

Mỗi loại cocktail đều mang một ý nghĩa riêng. Jager Bomb tượng trưng cho hoài niệm về những năm tháng tuổi trẻ. Bộ phim *You are the apple of my eyes* với câu thoại nổi tiếng “Tuổi trẻ giống như một cơn mưa rào, dù bị cảm vẫn muốn quay lại để được ướt thêm một lần nữa” diễn tả chân thực nhất cảm giác của người uống mỗi lần thưởng thức ly Jager Bomb.

Chuẩn bị:

45ml Jagermeister
1/2 lon Red Bull

Thời gian chuẩn bị: 3 phút

Thực hiện:

Rót Jagermeister vào ly.

Rót Redbull vào một cốc thủy tinh cao, hoặc cốc có dung lượng chứa lớn hơn ly chứa Jagermeister.

Thả ly Jagermeister vào cốc redbull và uống ngay lập tức.

STYLE Hangout Corner

CHAM CHARM & BUFFET HẢI SẢN

BẠN ĐÃ TỪNG ĐI ĂN BUFFET TRONG MỘT NHÀ HÀNG NGOÀI KHÁCH SẠN?
TÔI ĐÃ THỬ MỘT LẦN TẠI CHAM CHARM VÀ CẢM THẤY THÚ VỊ.



Ban đầu, tôi ấn tượng với lối kiến trúc cổ mang dáng dấp đến Angkor Wat uy nghi, lộng lẫy, đậm nét phương Đông của nhà hàng Cham Charm. Ấn tượng tốt đẹp của tôi càng tăng sau khi thưởng thức buffet hải sản ở nhà hàng tuyệt đẹp này. Thông thường, tôi hay thưởng thức tiệc buffet tại các nhà hàng trong khách sạn, vì ít các nhà hàng độc lập bên ngoài phục vụ cách ăn này. Vì thế, khi Cham Charm giới thiệu buffet hải sản, tôi liền đến thử.

Tối nào trong tuần Cham Charm cũng có tiệc buffet với 130 món khác nhau được sắp xếp cầu kỳ và đẹp mắt. Tôi bắt đầu từ những món khai vị dễ ăn như gỏi ngó sen, gỏi hải sản, gỏi trái cây... mỗi thử một chút. Nếu bạn thích súp thì có thể chọn súp nghêu, súp tứ vị, súp tam tơ, súp cà chua, súp bí đỏ...

Sau khai vị, tôi chọn các món tại quầy dành cho đồ nóng như cá trứng chiên giòn, bạch tuộc xào lá quế, sườn non nướng mật ong, cà ri bò kiểu Thái... Đặc biệt, nếu là tín đồ của các món

hải sản, chắc chắn bạn sẽ thích độ tươi ngon hấp dẫn của ốc mỡ rang muối, nghêu hấp Thái, hay ốc len xào dừa... Nói chung, bạn sẽ có những món ăn chính hải sản tuyệt ngon.

Chưa hết, nếu bạn đã "hết duyên" với các món nướng, món nóng thì bạn có thể chuyển qua ẩm thực Nhật của Cham Charm Gallery Cuisine. Sushi được biết đến như một món cơm trộn với dấm, khi ăn thường kết hợp với cá sống, trứng cá, hay rau củ và thường được cuốn trong lá rong biển. Sushi tại buffet Cham Charm khá đa dạng, nhưng hấp dẫn nhất là sushi hải sản, làm từ cá ngừ, cá hồi, cua... Ngoài ra, bạn cũng nên thưởng thức những món sashimi ngon lành và hợp khẩu vị được chế biến công phu mang hương vị đặc trưng của ẩm thực Nhật.

Cuối cùng, món tráng miệng, bên cạnh một tháp Sô-cô-la nóng chảy, tôi chọn các loại bánh như: Teramisu, Opera, Passion fruit-coconut cake, Pitachio, Mocha... sau đó thưởng thức món kem tự chế biến ngay trên chảo băng lạnh đến âm 2 độ C.

Endnote: Với tôi, thưởng thức tiệc buffet của Cham Charm vẫn là một trải nghiệm thú vị.



DIPLOMAT LOUNGE

TRÀ CHIỀU VÀ THỜI TRANG



VÀO NHỮNG BUỔI CHIỀU MÙA ĐÔNG HÀ NỘI, TÔI THÍCH ĐƯỢC THƯỞNG THỨC NHỮNG TÁCH TRÀ NÓNG, NHỮNG CHIẾC BÁNH THƠM TRONG KHI XEM TRÌNH DIỄN THỜI TRANG TẠI DIPLOMAT LOUNGE.

Tôi còn nhớ lần đầu đến tiệc trà chiều và thời trang tại Diplomat Lounge là vào khoảng tháng 9 năm ngoái, khi nghe cô bạn thân mở lời: "Chiều nay đi uống trà, ăn bánh và xem trình diễn thời trang nhé, chắc chắn cậu sẽ thích đấy". Vốn là người yêu thích thời trang nên tôi liền đồng ý ngay. Sau lần đó, cứ chiều rảnh, chúng tôi lại đến Diplomat Lounge để thỏa mãn niềm đam mê.



Theo tôi được biết, tiệc trà chiều và thời trang tại Diplomat Lounge được xây dựng nhằm mang đến cho thực khách những trải nghiệm thú vị, khi kết hợp trà chiều cổ điển với thời trang đương đại trong một không gian sang trọng, ấm cúng. Tiệc trà chiều và thời trang này hấp dẫn tôi bởi nó luôn thay đổi chủ đề theo từng tháng. Mỗi tháng sẽ có hai khách mời khác nhau là những nhà thiết kế trẻ có tên tuổi tại Việt Nam. Ở mỗi chủ đề, các nhà thiết kế sẽ mang đến những màn trình diễn thời trang bắt mắt, cùng với những chia sẻ kinh nghiệm và những lời tư vấn hữu ích cho thực khách. Kể từ ngày đầu ra mắt tiệc trà chiều và thời trang đến nay, Diplomat Lounge đã tổ chức thành công bốn sự kiện cùng các nhà thiết kế đến từ thương hiệu Chula Fashion, Rue des Chats, Double Dose và Kilomet 109.



Tiệc trà chiều và thời trang tại Diplomat Lounge còn mang lại cho tôi những trải nghiệm thú vị về một nền văn hóa ẩm thực lâu đời. Mỗi lần đến đây, tôi thường chọn một góc yên tĩnh, rồi nhâm nhi tách trà chiều thượng hạng cùng những chiếc bánh ngọt thơm ngon và chiêm ngưỡng những bộ cánh lộng lẫy của các thương hiệu. Khác với những loại bánh thường thấy ở một số tiệc trà chiều thông thường, các loại bánh ngọt phục vụ tại Diplomat Lounge đều mang hình dáng và màu sắc rực rỡ của những mẫu thiết kế thời trang hiện đại. Một cô bạn tôi khi lần đầu tới đây đã không khỏi bất ngờ trước những chiếc túi và thời son được làm từ sô cô la, những chiếc bánh quy in hình váy dạ hội và giày cao gót sang trọng,...

Ngoài những chiếc bánh ngọt đẹp mắt, Diplomat Lounge còn phục vụ rất nhiều lựa chọn bánh mặn hấp dẫn như bánh sừng bò kẹp phô mai Pháp, bánh su kẹp thịt gà nướng, và bánh kẹp xông khói với phô mai. Tất cả những món bánh trên được phục vụ cùng những loại trà phương tây hảo hạng được tuyển chọn từ những vùng đất danh tiếng, chắc chắn sẽ mang lại cho bạn nhiều trải nghiệm đáng nhớ.

CHANEL



CHANEL vừa có buổi ra mắt bộ sưu tập Ready-to-Wear Xuân Hè 2015 tại Grand Palais. Dưới mái vòm Grand Palais, Karl Lagerfeld đã dựng lên một con phố đầy chất Paris, hoàn chỉnh từ vỉa hè tới những tòa nhà cao 25 mét mang đậm dấu ấn thời Haussmann. Hình ảnh những người phụ nữ đầy tự tin sải bước về phía trước, đầy tự hào và kiên định trong những đôi giày brogue hai tông màu bên cạnh những đôi sandals và giày bốt đế bệt trên Đại lộ CHANEL là hình ảnh Karl Lagerfeld muốn mang đến trong bộ sưu tập Xuân Hè này. Đến dự buổi ra mắt có những tên tuổi đình đám đại diện cho thương hiệu CHANEL: Anna Mouglalis, Astrid Bergé Frisbey, Alice Dellal, đạo diễn người Úc Baz Luhrmann, nữ diễn viên người Pháp Clotilde Hesme, ca sĩ Hàn Quốc G-Dragon, diễn viên Nhật Bản Kiko Mizuhara và đạo diễn người Canada Xavier Dolan.

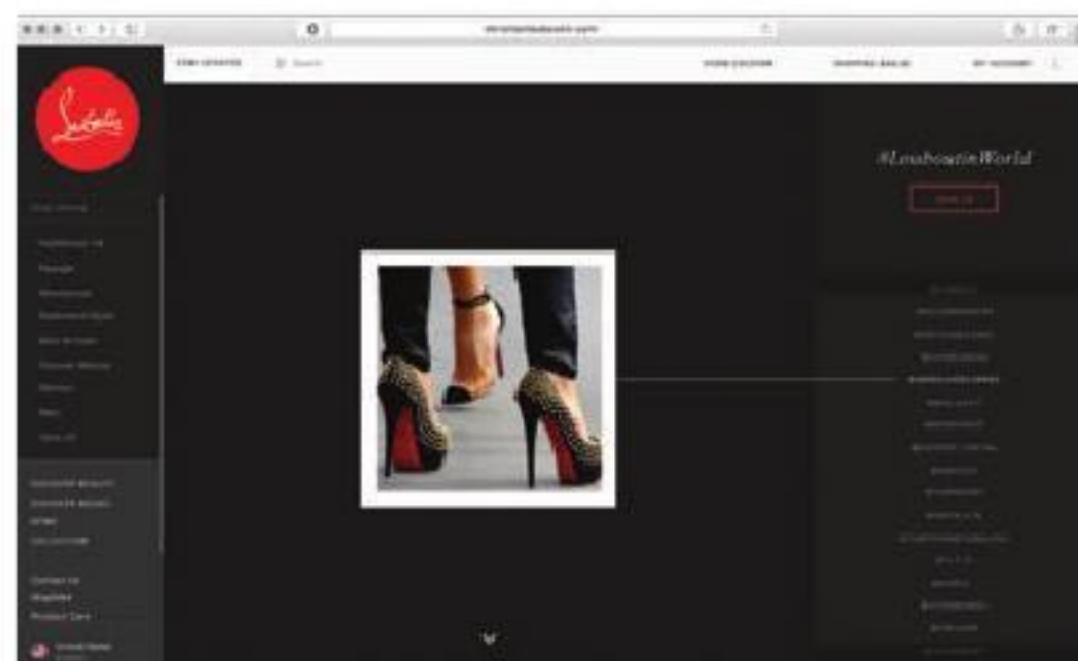


BAR PRIVÉ

Tháng 1 này, tại biệt thự Quách Thái Công, số 20 Tú Xương, quận 3, Tp.HCM đã ra mắt Bar Privé, quầy bar tư gia đầu tiên dành riêng cho các quý ông thành đạt và những thượng khách yêu thích nghệ thuật và sáng tạo. Trong khuôn viên nội thất tinh xảo của biệt thự Quách Thái Công, Bar Privé được ví như một "viên ngọc" tương tác rất độc đáo giữa vẻ đẹp của kính nghệ thuật hiện đại trên nền nội thất đen cổ điển, quý phái. Mang phong cách đặc trưng của một nhãn hàng đồ uống của Pháp rất danh tiếng tại Việt Nam, Bar Privé sẽ mang đến những trải nghiệm riêng tư, khơi gợi những giá trị sâu sắc chứa đựng trong Hennessy X.O vốn ít người biết đến.

CHRISTIAN LOUBOUTIN

Christian Louboutin tự hào ra mắt hashtag #LouboutinWorld đến với khách hàng trên toàn cầu, một thư viện trực tuyến độc đáo với những bức ảnh tuyệt đẹp được chụp và tải lên bởi chính người hâm mộ các thiết kế giày đế đỏ từ Pháp. Bắt đầu từ hôm nay, người dùng Facebook, Twitter và Instagram trên toàn thế giới sẽ có thể tag hình ảnh những sản phẩm giày dép, túi xách, phụ kiện, và sơn móng tay của chính mình với hashtag #LouboutinWorld để có cơ hội được giới thiệu trên trang ChristianLouboutin.com. Sự khởi đầu mới này sẽ kết nối những khách hàng thân thiết cũng như người hâm mộ đến với "thế giới của Louboutin".



CHLOÉ

Dọc theo bờ biển Paradise Cove, California trải đầy cát vàng, những cô gái của Chloé cưỡi ngựa và hòa mình trong nắng hè vàng rực. Vẻ đẹp khỏe khoắn, làn da rám nắng trở thành điểm nhấn trong khoảnh khắc tình bạn rất đời thường, vô tư của họ, là những kỉ niệm quý giá sẽ được mãi lưu giữ. Mái tóc vàng xoăn nhẹ tung bay trong gió biển ấm nóng cùng những chiếc váy lụa pha mousseline và ren – mỗi chất liệu nói lên một câu chuyện khác nhau. Giống như các biểu tượng được tái hiện lại trong đời thực từ trước đó của Chloé, hình ảnh hai chú ngựa oai phong sải bước yên bình với hai người bạn đồng hành phản chiếu qua các chi tiết kim loại thanh lịch của chiếc túi Faye và túi Drew trên bờ vai họ.



STYLE ENTERTAINMENT

CELEBRITY - PERSONALITY - PILLOW TALKS



STYLE *Celebrity*

Uyên Linh

NẾU KHÔNG LÀM CA SĨ, TÔI SẼ ĐI
BÁN XĂNG !

Thông minh, thẳng thắn nhưng không kém phần hóm hỉnh là những gì người ta dễ nhận thấy ở Uyên Linh khi trò chuyện với cô. Hơn 4 năm kể từ khi đăng quang Vietnam Idol, Uyên Linh đang bước rất chậm và chắc trên con đường trở thành một "người hát tình ca".

ANH TRÂM

MUA: NAM TRUNG
Hình nhân vật cung cấp



CHẴNG AI THÍCH VẼ MẶT HỀ!

Sau một thời gian dài im ắng, nửa cuối năm 2014 có thể ví như một sự trở lại của chị: live show, album mới, thành công ở bài hát Việt. chị có kế hoạch trước cho đợt tổng tấn công dồn dập này của mình?

Nói thế nào nhỉ, có những thứ tôi lên kế hoạch nhưng cũng có những thứ đến tự nhiên. Ví dụ như chuyện ra đĩa, tôi và anh Dũng dAlAt đã lên kế hoạch từ trước để đĩa kịp ra mắt như dự tính. Còn những thành công đến từ Bài Hát Việt tôi chắc chắn không thể lên kế hoạch trước được. Tôi nghĩ nó cũng đến đúng thời điểm và cộng hưởng cùng nhau.

Sau thành công của Vietnam Idol, chị đi những bước rất chậm và chắc. Đó là cá tính của chị hay là chủ trương của nhà sản xuất hướng chị phải theo?

Trước tiên, tôi phải nói rằng tính tôi xưa nay là vậy, làm gì cũng chậm chạp thành ra mọi việc đều lâu. Nhưng tôi nghĩ điều đó chẳng ảnh hưởng đến ai và tốt cho tôi. Hơn ai hết, tôi hiểu mỗi sản phẩm tôi đưa ra là để đáp ứng lại sự mong đợi của khán giả. Nhưng, trước khi đến tay khán giả thì tôi phải ý thức được đó còn là bộ mặt, con người tôi. Chẳng ai thích vẽ mặt hề cả, đúng không bạn? (cười). Hiện nay, tôi đang làm độc lập và tự quyết mọi chuyện, tất nhiên có thông qua ý kiến của những cộng sự của tôi.

Hơn 4 năm trôi qua từ khi chị giành ngôi vị quán quân Vietnam Idol, chị thấy mình đã thay đổi như thế nào?

Tôi thấy mình thay đổi nhiều hơn về cách nhìn nhận mọi chuyện. Tôi ý thức được rằng mọi thứ đến đều có lý do của nó. Cho dù là thành công hay thất bại, hay bất cứ chuyện gì khác nữa, đều cho tôi những bài học. Tôi cũng đã sửa soạn cho mình được một tâm thế nhẹ nhàng và bình thản hơn với mọi chuyện "ồn ào" xung quanh mình. Nói chung tôi của ngày hôm nay cần thận và cũng khó tính hơn.

Mọi người nhận xét Uyên Linh không còn hát cảm xúc như những ngày đầu. Chị đang để kỹ thuật lấn át cảm xúc trong những bài hát của mình. Chị nghĩ sao về nhận định ấy?

Tôi tôn trọng nhận xét của mọi người và ghi nhận đó là một lời nhắc nhở rằng vẫn còn rất nhiều người đặt kỳ vọng ở tôi. Thế nhưng theo tôi, cảm xúc là thứ không đong đếm được: với người này là đủ, với người khác là thừa và với người khác nữa lại là thiếu... Vậy nên tôi cố gắng cân bằng cảm xúc của chính mình chứ không chạy theo cảm xúc áp đặt của bất cứ ai.

CHẴNG LẼ TÔI KHÔNG ĐƯỢC PHÉP GIÀ TRƯỚC TUỔI?

Chị có nghĩ rằng mình đang thành công ở các show truyền hình (VN idol, Bài hát Việt) hơn là một ca sĩ phòng thu? Hai album của chị vẫn chưa thực sự thành công như mong đợi?

Tôi không cho rằng hai sản phẩm của mình không thành công. Album đầu tiên của tôi bán được trên mười ngàn bản. Một số ca khúc trong đó được nhiều người yêu thích và biết đến suốt hơn 2 năm qua. Album thứ hai, số lượng đĩa cũng đã gần hết trong chưa đầy 1 tháng kể từ khi ra mắt (tính đến khi tôi trả lời bài phỏng vấn này). Đó thực sự là 1 tín hiệu rất vui khởi đầu năm 2015 của tôi. Quay lại việc bạn đề cập - các show Ca nhạc Truyền hình Thực tế. Mấy năm qua bước chân vào nghề, tôi không tham dự bất kỳ cuộc thi ca nhạc thực tế nào cả: tôi có quan điểm riêng của mình về việc này. Bài Hát Việt (BHV) theo tôi, chủ yếu là cuộc thi của những tác giả và ca khúc. Đó là chương trình cực kỳ uy tín được đảm bảo bởi những tên tuổi như nhạc sĩ Quốc Trung, nhạc sĩ Đức Trí, Việt Anh, Lưu Thiên Hương... Tôi đến với BHV (và 1 chương trình nữa là Những Bài Hát Còn Xanh) không phải để thi thố mà là để tìm kiếm nguồn ca khúc cho mình.

Nói dài như vậy để 1 lần nữa tôi "phản đối" việc bạn nói tôi chỉ thành công ở show truyền hình hơn là ca sĩ phòng thu (cười). Và ca sĩ, không đơn giản là chỉ làm việc trong phòng thu, ai cũng hiểu điều đó.

Tại sao chị lại quyết định trở thành một "người hát tình ca"? Những khúc tình ca có sức hấp dẫn như thế nào với chị?

Như tôi đã chia sẻ trước đây, mỗi ca sĩ đều có định hướng riêng của mình và với tôi, hình ảnh một người hát tình ca có lẽ là phù hợp nhất với nhân dạng, giọng hát lẫn tính cách của tôi. Về cơ bản, tôi nghĩ những khúc tình ca, ở dưới bất kỳ dạng thức hoặc thể loại nhạc nào đi chăng nữa, cũng đều hấp dẫn không chỉ tôi mà rất nhiều khán giả khác nữa.

Chia sẻ với báo chí, chị từng nhiều lần tự nhận mình thẳng thắn, khó gần và già trước tuổi. Chị có nghĩ rằng những cá tính ấy không thực sự phù hợp với một người của công chúng?

Vậy theo bạn thì người của công chúng không được phép già trước tuổi, không được phép thẳng thắn & khó gần? Bạn nghĩ sao nếu đó thực sự là bản tính tự nhiên của một con người? Thế thì thiệt thòi cho những ai phải thể hiện ra ngoài trái với bản tính của mình quá (cười). Tôi nghĩ rằng về cơ bản, người của công chúng cũng được xây dựng trên nền tảng của một người bình thường. Hơn nữa, ca sĩ hay diễn viên cũng chỉ là một nghề, một công việc với nhiều đam mê. Vậy nên tôi càng nghĩ tính cách và công việc luôn có sự tách bạch nhất định. Tất nhiên, những điều như bạn hỏi, tôi cũng đã chỉnh sửa một vài phần để mọi thứ trở nên thân thiện hơn. Nhưng về cơ bản thì không thể biến tôi thành một người khác được. Có chăng là kỹ năng ở một số điểm của tôi sẽ khéo léo hơn hoặc thẳng thắn theo một cách dễ chấp nhận hơn với số đông.

Theo đuổi đam mê ca hát, chị muốn trở thành ai: một ca sĩ, một ngôi sao giải trí hay một thần tượng?

Nói một cách đơn giản, tôi muốn tôi là một ca sĩ Uyên Linh được mọi người yêu quý và đón nhận qua những sản phẩm của tôi càng lâu càng tốt (cười)





MƠ ƯỚC SONG CA VỚI TUẤN NGỌC

Nhìn lại chặng đường hơn 4 năm ca hát của mình, chị nghĩ gì về thị trường âm nhạc Việt Nam? Có nghệ sĩ Việt Nam nào chị rất muốn hợp tác nhưng vẫn chưa có cơ hội?

Tôi thường không có thói quen nhận xét về đồng nghiệp cũng như về “thị trường”- chính nơi mà tôi đang làm việc. Tôi không thích nói xấu về nơi làm & công việc của mình. Trả lời phần sau câu hỏi của bạn, tôi mơ ước được 1 lần song ca với chú Tuấn Ngọc. Tôi mê chú lắm.

Uyên Linh của đời thường sẽ như thế nào nhỉ? Một ngày bình thường của chị như thế nào?

Uyên Linh của đời thường có lẽ cũng giống như đa phần mọi người, đặc biệt là chị em gái cùng tuổi. Vẫn là những thói quen như cà phê cùng bạn bè, mua sắm, xem phim và trang trí nhà cửa mỗi khi lễ tết về. Tất nhiên những gì tôi liệt kê trên đây là những lúc không bận rộn đi biểu diễn.

Nếu không làm ca sĩ, chị sẽ chọn làm nghề gì?

Có lẽ tôi sẽ là một công chức đang ngồi đâu đó làm những công việc văn thư ở một thành phố nào đó. Hoặc cũng có thể tôi sẽ là chủ của một cửa hàng cà phê nhỏ nhỏ chẳng hạn (cười). Đặc biệt, nếu dũng cảm hơn, tôi sẽ mở 1 cây xăng. Thôi cứ tưởng tượng đi vì chẳng nào thì tôi cũng đã là ca sĩ rồi đúng không bạn?

Năm 2015 vừa bắt đầu. Chị có thể bật mí đôi chút về những kế hoạch, dự án âm nhạc của mình trong năm này?

Từ giờ đến cuối năm 2015 tôi có một vài dự án cá nhân liên quan đến những sản phẩm của mình. Đó có thể là một album nữa hoặc cũng có thể là một vài single trước khi chính thức ra album. Bên cạnh đó là những chuyến lưu diễn, tham gia vào các hoạt động xã hội, cộng đồng. Đơn giản vậy thôi, hi vọng mọi chuyện suôn sẻ để năm sau, giờ này chúng ta lại ngồi “bàn luận” về một năm đã qua của Uyên Linh.

MICHEL HERBELIN

“TRÁI TIM THỤY SỸ, LINH HỒN PHÁP”



LIỆU QUYẾT ĐỊNH GIA NHẬP THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM CỦA MICHEL HERBELIN LẦN NÀY CÓ THỰC SỰ ĐÚNG ĐẮN!?

LẠI ĐÌNH TUẤN

Thị trường bán lẻ đang bắt đầu một cuộc chiến khốc liệt với mức độ sát thương cao hơn. Nhiều trung tâm thương mại mọc lên, đồng nghĩa với việc rất nhiều thương hiệu mới sẽ gia nhập thị trường bán lẻ, vốn được cho là tiềm năng này. Khi cuộc chiến giữa các thương hiệu diễn ra, người được hưởng lợi nhiều nhất vẫn là khách hàng. Họ có nhiều lựa chọn hơn, và được mua những thứ họ thích và phù hợp với khả năng tài chính. Thế nhưng, sức mua có giới hạn, để

sống sót qua thời kỳ kinh tế khó khăn này là bài toán khó cho tất cả các thương hiệu.

Trong làn sóng đổ bộ vào thị trường Việt lần này có một thương hiệu đồng hồ Pháp – Michel Herbelin. Họ cũng chọn Việt Nam, và cũng chọn thời điểm khó khăn này để gia nhập. Về đồng hồ, người Việt vẫn luôn thích những tuyên ngôn mang thông điệp “Swiss-made.” Vậy hãy cùng nghe những chia sẻ đến từ ông Christophe – Giám đốc khu vực châu Á Thái Bình Dương của thương hiệu Michel Herbelin.



CHÀO ÔNG, ĐƯỢC BIẾT MICHEL HERBELIN (MH) ĐANG TRỞ THÀNH MỘT HIỆN TƯỢNG TẠI THỊ TRƯỜNG PHÁP VÀ CHÂU ÂU. XIN ÔNG CHO BIẾT NHỮNG YẾU TỐ CỤ THỂ NÀO GIÚP MH CÓ CHỖ ĐỨNG VỮNG NHƯ VẬY?

Tất cả các sản phẩm Michel Herbelin đều mang thiết kế của Pháp và 100% máy móc, linh kiện của Thụy Sĩ. Ở Pháp, thời trang có dòng cao cấp tên Haute Couture thì với đồng hồ, chúng tôi cũng định vị thương hiệu của mình như vậy. Mỗi năm, chúng tôi chỉ sản xuất tổng cộng 90.000 chiếc. Đây là con số cực nhỏ nếu so với Longines chẳng hạn, họ sản xuất hơn triệu chiếc mỗi năm. Là một công ty gia đình truyền thống với quy mô nhỏ vì thế chúng tôi chủ yếu tập trung vào chi tiết. Đó là lý do tại sao chúng tôi sản xuất số lượng nhỏ nhưng chất lượng rất cao. Vì là một nhãn hiệu cao cấp nên chúng tôi đặt trọng tâm vào toàn bộ "philosophy" của sản phẩm. Giá sản phẩm cũng khá hợp lý, trung bình một chiếc Michel Herbelin vào khoảng 500USD – 1.200USD. 90% sản phẩm là quartz, chỉ 10% là tự động.

TÔI THỰC SỰ NGƯỠNG MỘ MH KHI BIẾT RẰNG, TẠI PHÁP CỨ BỐN CHIẾC ĐỒNG HỒ CÙNG NHÓM VỚI MH ĐƯỢC BÁN RA THÌ CÓ MỘT CHIẾC CỦA MH, ĐỒNG NGHĨA VỚI VIỆC MH CHIẾM 25% THỊ PHẦN TRONG PHÂN KHÚC CỦA MÌNH TẠI PHÁP. ĐIỀU NÀY CÓ THỂ HIỂU MH CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT, HAY NGƯỜI PHÁP ỦNG HỘ THƯƠNG HIỆU PHÁP?

Tôi nghĩ là cả hai. Michel Heberlin được thành lập từ năm 1947. Ngay từ đầu, chúng tôi chỉ sản xuất đồng hồ dành cho thị trường Pháp, sau đó chúng tôi mới phân phối sang các quốc gia khác. Người Pháp biết rất rõ về MH, cả về chất lượng, kiểu dáng lẫn uy tín. Con số 25% thực chất chỉ dành cho phân khúc đồng hồ nữ có giá từ 400USD – 1.000USD.

Ngoài chất lượng đạt chuẩn, Michel Herbelin còn sở hữu dịch vụ hậu khuyến mãi rất tốt, nói thật là tốt nhất ở Pháp. Thiết kế của MH không bao giờ lỗi thời, vì nó không như thời trang. Và nếu bạn biết rằng nhiều mẫu chúng tôi sản xuất từ 70 năm trước, đến giờ vẫn còn mới thì bạn sẽ hiểu tại sao Michel Herbelin đang đứng ở vị trí số 1 tại Pháp.

NGƯỜI PHÁP VẪN NỔI TIẾNG CẢ THẾ GIỚI VỀ THIẾT KẾ. VẬY THIẾT KẾ CÓ ĐƯỢC COI LÀ THẾ MẠNH CỦA MH?

Chúng tôi không có nhiều boutique riêng biệt, nên phần lớn Michel Herbelin vẫn phải nằm chung showroom với nhiều thương hiệu đồng hồ khác. Điều đó có nghĩa là, nếu lần đầu biết đến Michel Herbelin, khách chắc chắn sẽ chọn dựa trên kiểu dáng thiết kế. Vì thế, kiểu dáng thiết kế rất quan trọng, và chúng tôi cũng bán được khá nhiều cho những vị khách "đầu tiên" như vậy. Ngoài ra, Michel Herbelin còn có thế mạnh về là chất lượng và dịch vụ hậu mãi.

TRONG NGÀNH ĐỒNG HỒ, NHỮNG SÁNG CHẾ THƯỜNG GIÚP THƯƠNG HIỆU TIẾN XA HƠN, LÀ MỘT THƯƠNG HIỆU TRẺ, MỚI HƠN 60 NĂM, MH ĐÃ CÓ NHỮNG SÁNG CHẾ NỔI BẬT NÀO? ÔNG CÓ THỂ CHIA SẺ.

Michel Herbelin cũng là một nhà sản xuất đồng hồ, nhưng lại không đi sâu vào nghiên cứu để tạo ra những bằng sáng chế như các thương hiệu đồng hồ Thụy Sĩ nổi tiếng khác. Chúng tôi đi sâu vào tính tiện dụng hơn khi khách sử dụng đồng hồ. Chẳng hạn như mẫu này, bạn chỉ mất đúng 05 giây để thay dây. Mỗi năm, bạn có thể thay dây để chiếc đồng hồ luôn thời trang, mới mẻ.



XÉT VỀ LỢI THẾ CẠNH TRANH, ÔNG CÓ THỂ CHIA SẺ VỀ ƯU VÀ NHƯỢC ĐIỂM CỦA MỘT THƯƠNG HIỆU ĐỒNG HỒ MỚI NHƯ MH SO VỚI NHỮNG THƯƠNG HIỆU ĐỒNG HỒ NỔI TIẾNG CỦA THỤY SỸ VỚI THÂM NIÊN GẦN 200 NĂM ĐANG CÓ MẶT TẠI THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM?

Điểm khác biệt đầu tiên, tôi nghĩ đó là xuất xứ, chính là “quốc tịch” Pháp. Ở Pháp hiện tại không có nhiều thương hiệu đồng hồ, ngoại trừ một vài thương hiệu đồng hồ thời trang có nguồn gốc “swiss-made” như Chanel, Louis Vuitton hay Hermès. Thực ra, người Pháp cũng có lịch sử lên tới 100 hay 150 năm nhưng hầu như đến giờ không còn. Michel Herbelin là thương hiệu đồng hồ lớn nhất và trẻ nhất tại Pháp. Điểm khác biệt chính là chất lượng thì chuẩn của Thụy Sĩ, giống như các nhãn nổi tiếng khác, nhưng lại là thương hiệu Pháp.

TẠI SAO CHO ĐẾN THỜI ĐIỂM NÀY, THỜI ĐIỂM KINH TẾ VIỆT NAM VẪN ĐANG TRONG GIAI ĐOẠN KHÓ KHĂN, ÔNG MỚI QUYẾT ĐỊNH ĐƯA MICHEL HERBELIN THAM GIA VÀO THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM? LIỆU ĐÂY CÓ PHẢI LÀ THỜI ĐIỂM TỐT?

Trong kinh doanh, thực ra cũng khó để nhận định về thời điểm tốt hay xấu. Nếu chúng tôi vào một thị trường đang tốt, đồng nghĩa với việc các thương hiệu đối thủ đang rất ổn định ở thị trường đó. Vậy thì điều đó lại không tốt cho MH. Khi bạn vào thị trường có nền kinh tế đang khó khăn, bạn đem đến sự khác biệt. Bạn như một luồng gió mới, và người ta thường thích thứ gì mới lạ. Hơn nữa ở Việt Nam, chúng tôi có một đối tác tốt và đáng tin cậy. Họ có chế độ hậu mãi rất tốt. Vì thế, chúng tôi phải thử. Nếu sản phẩm của chúng tôi ở mức giá từ 20.000USD – 40.000USD, chắc chúng tôi cũng phải cân nhắc. Nhưng giá của chúng tôi ở mức trung bình, nên chúng tôi hoàn toàn tin tưởng vào thị trường này. Và theo tôi biết, nền kinh tế Việt Nam đang phục hồi. Rất nhiều trung tâm thương mại mọc lên.



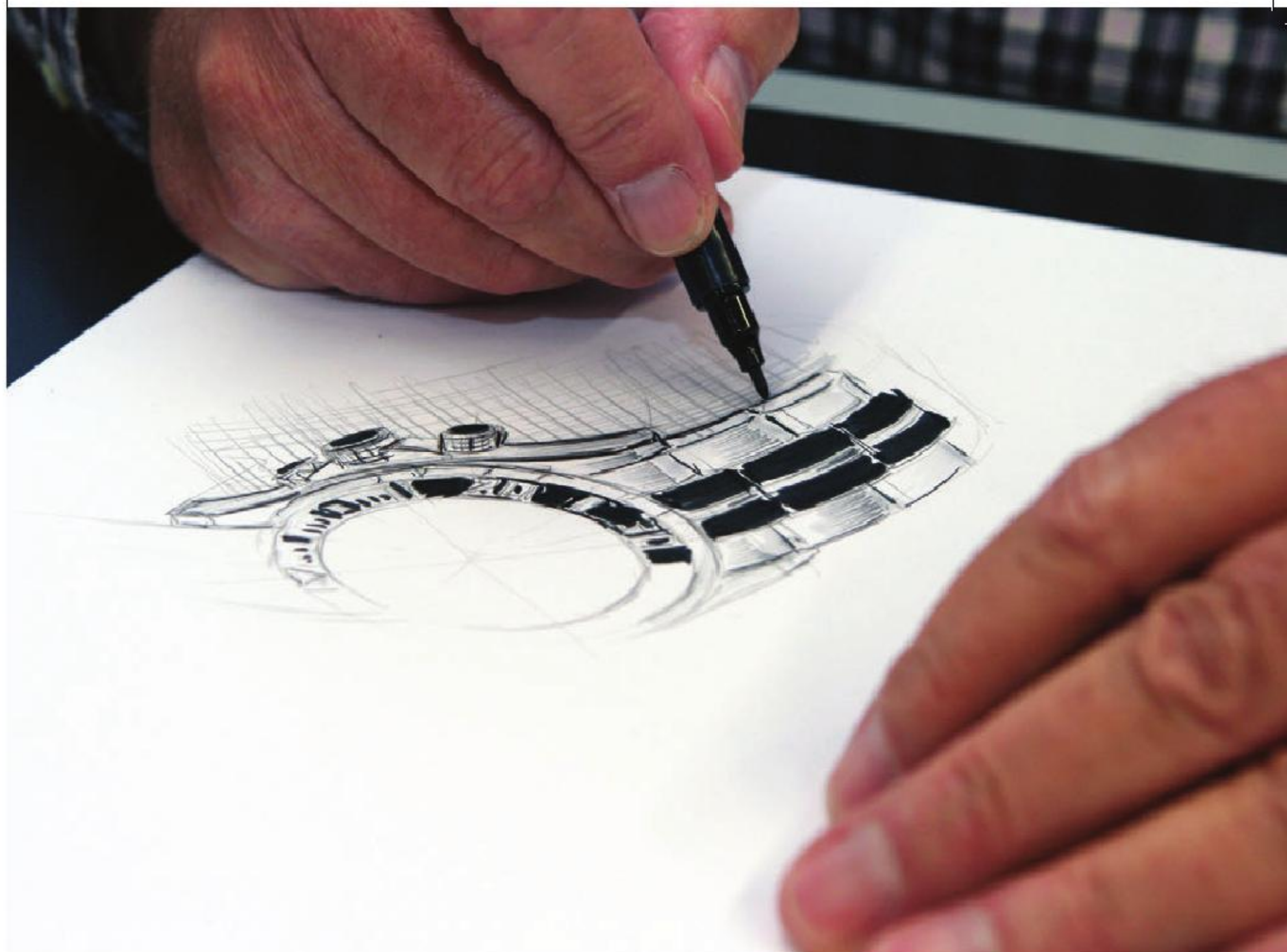
Ông Christophe
Giám đốc khu vực châu Á Thái Bình Dương của Michel Herbelin

VẬY LÀ ÔNG CÓ NGHIÊN CỨU KỸ VỀ THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM!? THEO ÔNG, MICHEL HERBELIN CÓ ƯU ĐIỂM GÌ ĐỂ CHINH PHỤC THỊ TRƯỜNG NÀY?

Người Việt rất mê đồng hồ. Họ rất thích những thương hiệu đồng hồ có chất lượng tốt. Chúng tôi cũng gặp gỡ nhiều khách hàng, cho họ xem những mẫu đồng hồ Michel Herbelin và kết quả rất tốt. Họ thích kiểu dáng. Họ thích chất lượng và cả chính sách giá của sản phẩm. Nói chung, tôi thấy rất khả quan về tiềm năng của thị trường Việt Nam.

NGƯỜI VIỆT NAM THỰC SỰ THÍCH ĐỒNG HỒ THỤY SỸ VỚI XUẤT XỨ “SWISS-MADE”, VỀ ĐIỂM NÀY, MH LẠI KHÔNG PHẢI LÀ THƯƠNG HIỆU ĐƯỢC ƯU TIÊN VÌ MH LÀ “FRENCH-MADE”. ÔNG CÓ TÍNH TRƯỚC ĐIỀU NÀY?

Chúng tôi hiểu chứ, không phải người Việt mà cả thế giới đều thích đồng hồ “swiss-made.” Thế nhưng, thông điệp của chúng tôi dành cho Michel Herbelin là: “Trái tim Thụy Sĩ, linh hồn Pháp.” Có nghĩa là chúng tôi chỉ sử dụng thiết kế của Pháp, còn 100% máy móc đều nhập từ Thụy Sĩ. Vì thế có thể đảm bảo rằng Michel Herbelin có chất lượng “swiss-made.”



NGƯỜI VIỆT NAM THƯỜNG THÍCH NHỮNG MẪU ĐỒNG HỒ MỎNG, NHẸ CÓ PHONG CÁCH CỔ ĐIỂN. LIỆU ĐÂY CÓ PHẢI LÀ MỘT LỢI THẾ CỦA MH?

Michel Herbelin có khá nhiều dòng cổ điển như vậy, chúng chiếm khoảng 25% trong tổng số sản phẩm của chúng tôi. Nói chung, những mẫu như vậy rất dễ đeo vì nhiều mẫu chỉ dày có 5mm thôi.

TRƯỚC ĐÂY, MỘT THƯƠNG HIỆU ĐỒNG HỒ CỦA PHÁP SAINT HONORE ĐÃ TẤN CÔNG THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM ĐÃ LÂU, VÀ ĐẾN GIỜ VẪN LOAY HOAY TÌM CHỖ ĐỨNG. VẬY ÔNG TIN VÀO SỰ THÀNH CÔNG CỦA MH ĐẾN MỨC NÀO?

Thực ra, Michel Herbelin và Saint Honore là "đồng hương" cùng trong một ngôi làng chỉ có 2.000 nhân khẩu nhưng rất nổi tiếng về đồng hồ. Thực ra, tôi cũng không hiểu nhiều về Saint Honore tại thị trường Việt Nam. Mỗi thương hiệu có một thế mạnh riêng, cách đi riêng. Thành công thì lại phụ thuộc vào nhiều yếu tố như kiểu dáng, chất lượng, giá cả, mức độ phù hợp với thị trường và quan trọng hơn là đối tác – nhà nhập khẩu tại thị trường Việt Nam. Hiện tại, chúng tôi đang có đầy đủ các yếu tố đó.

CÂU HỎI CUỐI CÙNG, CHO ĐẾN BÂY GIỜ MH MỚI CHỈ CÓ MẶT TRÊN 50 QUỐC GIA. CON SỐ NÀY DƯỠNG NHƯ CÒN QUÁ NHỎ? ÔNG CÓ THỂ CHIA SẺ VỀ CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN CUNG NHƯ MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG TRÊN TOÀN THẾ GIỚI CỦA MH?

Nói thật, chúng tôi không muốn mở rộng quá nhiều bởi vì chúng tôi không đủ hàng để cung cấp. Chúng tôi chỉ chọn những thị trường có chất lượng, nghĩa là người dân có am hiểu nhất định về đồng hồ. Chẳng hạn, chúng tôi rất tốt tại thị trường đồng hồ ở Nhật Bản. Người Nhật kỹ tính, trung thành với sản phẩm nội địa, và thích chi tiết. Họ thích MH bởi vì người Nhật chỉ tập trung vào thương hiệu dễ nhìn thấy và dễ nhận diện. Tôi nghĩ người Việt cũng như vậy. Họ sẽ nhanh chóng nhận ra sự khác biệt của MH. Và điều quan trọng, ở mỗi thị trường, chúng tôi đều phải chọn đúng đối tác.

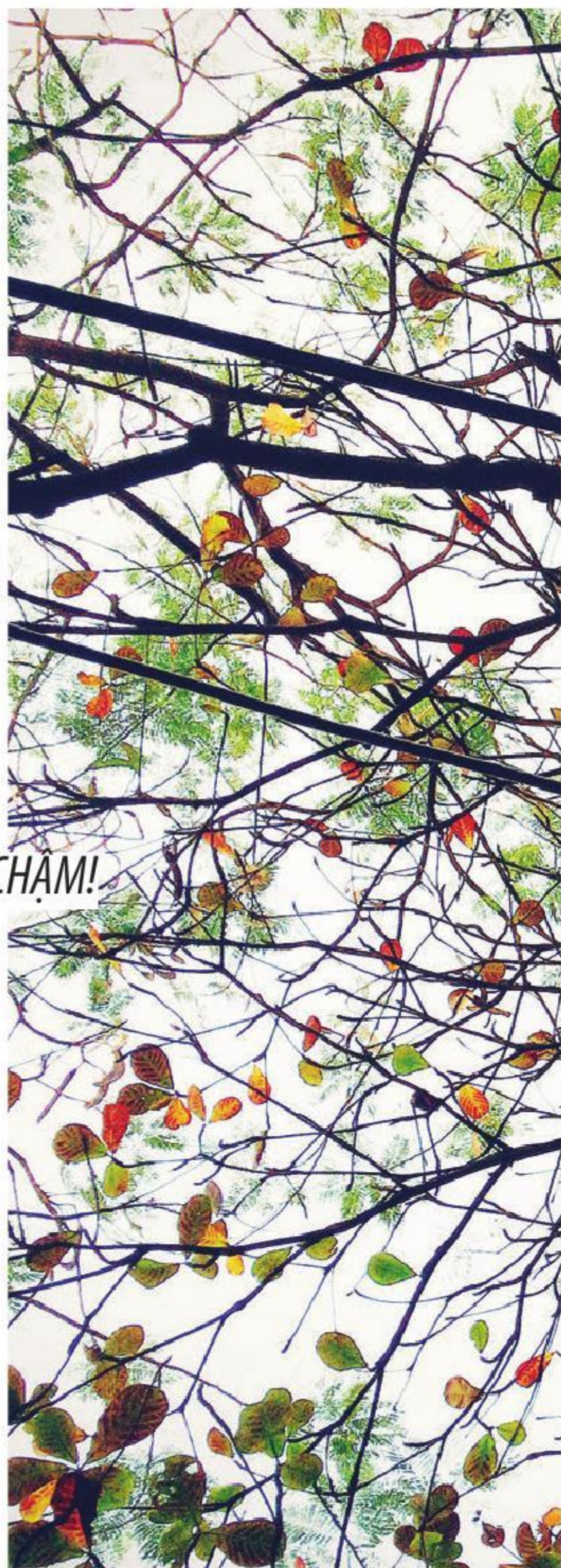
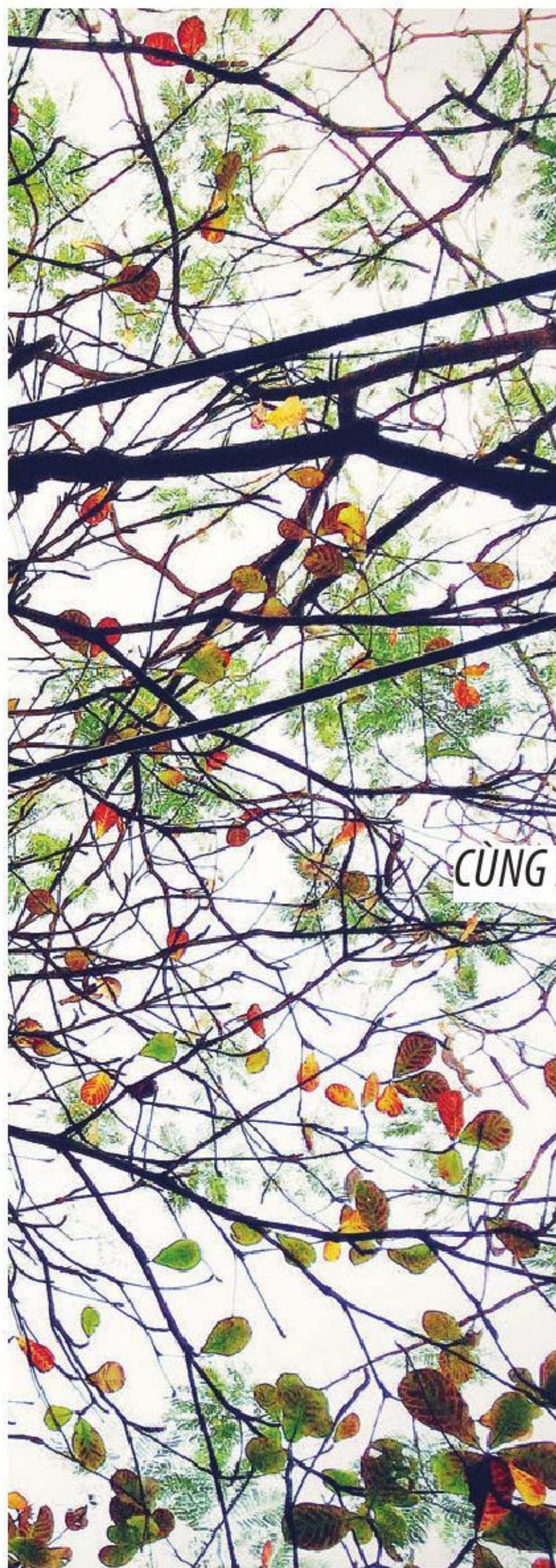
XIN CẢM ƠN VỀ NHỮNG CHIA SẺ CỦA ÔNG. CHÚC MICHEL HERBELIN THÀNH CÔNG TẠI THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM.

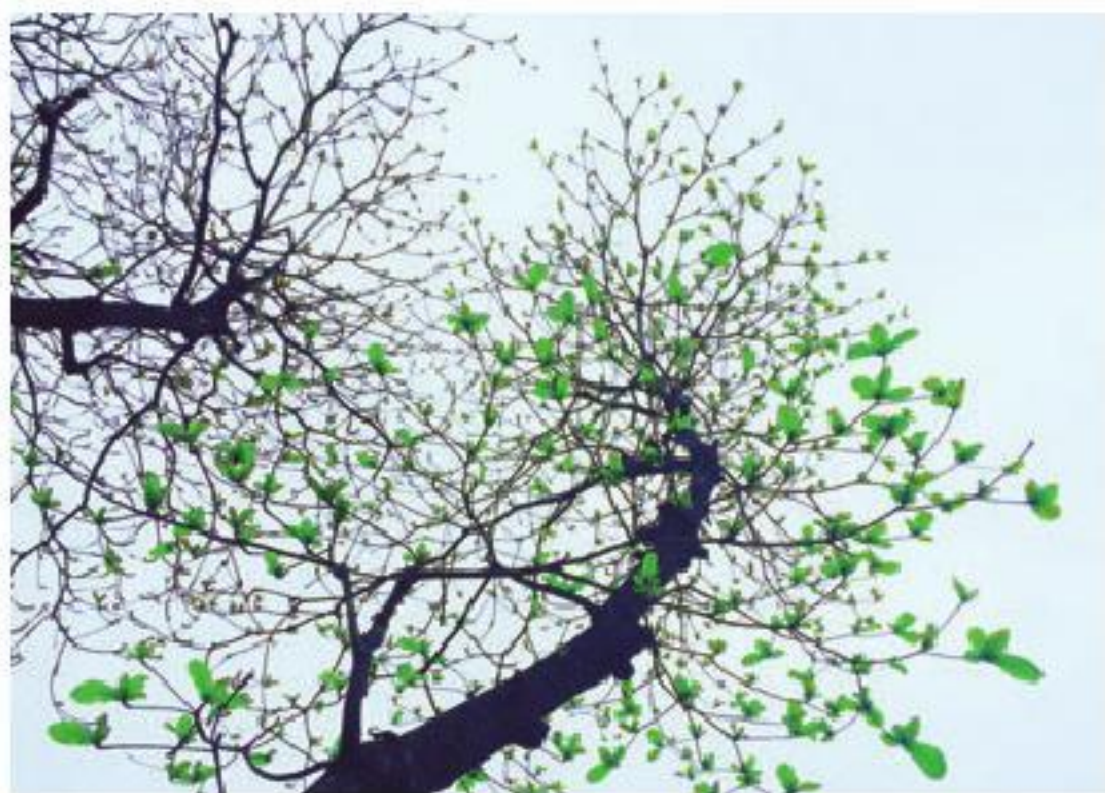
Ban Khánh Hương Flora

CÙNG NẮM TAY BƯỚC CHẠM!

CHỒNG THÍCH
LANG THANG,
BẮT LẤY NHỮNG
KHOẢNG KHẮC
ĐẸP CỦA HÀ NỘI,
VỢ SAY MÊ VỚI
THỂ GIỚI VẢI HOA.
TRONG KHI MỌI
NGƯỜI HỒI HẢ
TIẾN LÊN PHÍA
TRƯỚC, CẶP VỢ
CHỒNG NÀY LẠI
CHỦ TRƯỞNG
SỐNG CHẬM LẠI VÌ
“KHI SỐNG CHẬM,
NGƯỜI TA SẼ CÓ
CƠ HỘI THƯỜNG
THỨC CUỘC SỐNG
TỐT HƠN”.

ANH TRÂM





HÀ NỘI TRONG MẮT KHÁNH

"Bạn Khánh" là một nickname khá quen thuộc trên mạng xã hội. Những tấm ảnh chụp Hà Nội bằng iphone của anh được rất nhiều người trầm trồ khen ngợi. Không phải hồ Gươm, tháp Rùa, hay Nhà hát lớn,... Hà Nội trong những tấm ảnh của anh rất đời thường, dung dị. Đó là những cầu thang cũ kỹ, những lọ dưa muối, những hoa nắng trong nhà, những vệt nước mưa trên con đường lầy lội. Đặc biệt, anh chụp rất nhiều ảnh về những tán bàng. Bàng đầu đông, đỏ rực như lửa, qua Tết, lá rụng hết chỉ còn những cành khô khẳng khiu. Đến cuối Xuân, lộc non nhú lên như những ngọn lửa xanh, để sang hè trở thành những tán bàng sung mãn, lá xanh mướt, mỡ màng. Chỉ cần nhìn tán cây, người xem như thấy cả bốn mùa đang đi qua.

Khánh tự nhận mình là một "city boy" chính hiệu. Anh sinh ra ở Hoàng Mai, gần chợ Mơ và lớn lên ở phố Huế. Ông bà và cha mẹ anh đều sinh sống ở đây. Hà Nội gắn bó với anh bằng những câu chuyện của người đi trước. Anh thích lang thang, thích quan sát, thích ngồi trà đá vỉa hè hóng chuyện dân gian. Anh bảo, đó là cả một xã hội thu nhỏ mà ở đó ta có thể thấy muôn màu cuộc sống. Thường những gì anh nghe được không phải là những gì to tát mà ta có thể đọc được trên mặt báo. Đó đều là những chuyện vui, buồn của đời thật, giản dị, gần gũi và không màu mè hay phô trương.

Hà Nội đang thay đổi dần. Những tòa nhà mới mọc lên thay cho những ngôi nhà cũ. Điều đó đôi khi làm Khánh buồn. Anh cố gắng thích nghi với sự biến đổi của Hà Nội và cố gắng nhìn ra những chi tiết để thấy rằng Hà Nội thực ra vẫn quanh quẩn đâu đây. Một ngôi nhà cấp bốn, mái ngói rêu phong nép sát bên khách sạn sang trọng mới xây lên chẳng hạn. Hà Nội cũ chưa bao giờ biến mất hẳn. Luôn có những dấu vết để lại cho những tâm hồn hoài cổ như Khánh.

Hà Nội trong những tấm ảnh của anh trẻ trung, hồn hậu, cũ mới đan xen nhưng vẫn không bớt đi vẻ gợi cảm. Anh thích chụp ảnh bằng iphone vì đó là một thứ đi theo người, tiện dụng, lúc nào cần là có. Bản thân iphone giới hạn đối tượng chụp rất nhiều: nó không bắt được những chuyển động nhanh, không mô tả được những vùng tương phản sáng tối. Vì thế, anh thường dùng iphone để chụp tĩnh vật. Ngắm ảnh của anh, người ta thường bắt gặp một Hà Nội lặng lẽ, bình yên và ngập trong nắng.



VƯỜN HOA KHÔNG MÙA CỦA HƯƠNG FLORA

Khách du lịch đến thăm Nhà thờ Lớn Hà Nội, trong khi lang thang khám phá con phố nhỏ Ấu Triệu kế bên, thường ngạc nhiên thú vị khi phát hiện một cửa hàng xinh xắn chuyên bán đồ vải hoa mang tên Flora Boutique. Đằng sau lớp cửa kính trong suốt là một thế giới ấm áp, dịu dàng và rất phụ nữ. Nép ở một góc là những chồng gối bí sắc sỡ sắc màu, treo trên tường là những chiếc chăn bằng vải ghép độc đáo. Ở đây, khách còn tìm thấy cơ man nào là những chiếc túi đủ kiểu dáng xinh xắn; những quyển sổ bọc vải hoa; những chiếc ví cầm tay gọn gàng; những chiếc khăn mềm mại như mang cả khu vườn mùa xuân ra phố. Flora Boutique, ngay cả trong những ngày mùa đông mưa phùn rét buốt nhất, lúc nào cũng ngập tràn trong hoa.

Thanh Hương, nữ chủ nhân của shop hiện đang là giảng viên Thiết kế đồ họa tại trường Đại học Kiến trúc Hà Nội. Hỏi còn du học ở Paris, chị thường bán những tấm chăn lụa chăn bông của Việt Nam cho dân bản xứ để có thêm thu nhập. Những lần dạo chơi ở vùng thôn quê Pháp, chị thường bắt gặp những người phụ nữ hiền hậu ngồi khâu những tấm chăn được ghép bằng hàng trăm miếng vải hoa xinh xắn. Chị chợt nghĩ: sao không thử kết hợp chăn lụa của mình và cách ghép vải của họ? Nghĩ là làm, chị mày mò học cách làm những tấm chăn: mặt trên ghép vải hoa, mặt dưới kết hợp vải lụa và trăn tay. Thử một vài cái thì kết quả đẹp ngoài mong đợi. Không chỉ dừng lại ở chăn ghép, Thanh Hương còn tiếp tục cho ra đời những sản phẩm khác: khăn, túi, váy, áo... Tất cả đều sắc sỡ sắc hoa để phục vụ nhu cầu cho phái đẹp.

Flora Boutique ra đời được hơn 4 năm vẫn chỉ dừng lại ở một cửa hàng nhỏ trên phố Ấu Triệu. Thanh Hương chia sẻ chị không có nhu cầu phát triển thương hiệu hay mở thêm một vài cửa hàng khác nữa. Chị muốn Flora lúc nào cũng chỉ thế: nhỏ nhắn, gần gũi, một chỗ để chơi, để thử nghiệm những cái chị thực sự thích. Những người phụ nữ có thể tìm đến nơi đây như một chốn để nghỉ, không phải bon chen, không phải suy nghĩ. Chỉ có cảm giác bình yên và an tâm khi được bao bọc bởi chăn ấm, đệm êm. Mọi lo lắng, phiền muộn của cuộc sống thường nhật cũng dừng chân ngoài cửa kính, không có chỗ trong không gian của Flora.

157^{STYLE}

CUỘC SỐNG KHÔNG CÓ THỨ 7, CHỦ NHẬT

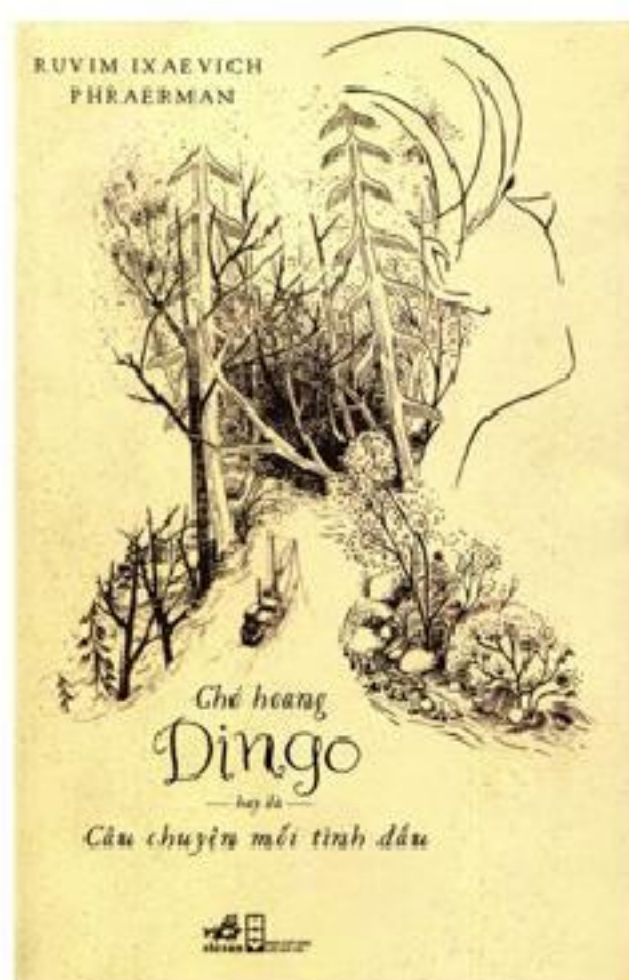
Bởi đơn giản, với Khánh và Thanh Hương, ngày nào cũng là ngày nghỉ. Chồng thích lang thang và say mê chụp ảnh. Vợ có cả một vườn hoa không mùa, luôn rực rỡ bất kể mọi thời tiết. Cả anh và chị đều theo đuổi những sở thích riêng nhưng họ vẫn đi song song bên nhau. Tính đến nay đã hơn 3 năm có lẽ, họ chọn nhau làm bạn đồng hành.

Flora Boutique có thể không đem lại cho Hương sự rùng rình về tài chính (đó là do chị chọn: chủ động đứng ngoài vòng xoay tiền bạc), nhưng nó đem đến cho chị những phút giây thư giãn, được là mình và quan trọng hơn: một anh chồng. Họ gặp nhau chính tại cửa hàng Flora này khi anh Khánh đến để mua hàng. Họ yêu nhau, anh Khánh tặng chị một con mèo và họ trở thành bạn đời sống chung dưới một mái nhà.

Cả hai chia sẻ với nhau rất nhiều sở thích: thích chơi với mèo, thích xem phim, nghe nhạc, thích ở nhà, ngại cuộc sống bon chen. Anh quan niệm: "mình không làm phiền gì đến ai và cũng đừng ai làm phiền gì đến mình". Cả chị và anh đều có thời gian dài đi làm việc hành chính: 8h sáng đến cơ quan, 5h chiều cấp cấp về. Họ cảm thấy không hợp, cảm thấy cứ sống như thế mãi thì thật phí thời gian. Cả hai chọn cuộc sống như bây giờ: vẫn có thể làm việc, cống hiến, vẫn có thời gian cho mình, cho gia đình và cho bạn bè.

Một ngày bình thường của hai vợ chồng bắt đầu bằng những tách cà phê buổi sáng. Họ cùng trò chuyện, nghe nhạc, làm việc riêng, sau đó 11 giờ bắt đầu lên phố để tránh giờ tắc đường. Họ ăn trưa cùng bè bạn, sau đó chị ghé shop, còn anh lại lang thang với chiếc iphone cố gắng bắt lại những khoảnh khắc đẹp của Hà Nội. Chị Hương đùa: "Hai đứa, nói chung, tài sản không có gì, chỉ có mỗi thời gian". Không bao giờ mơ mộng trở thành ông nọ bà kia, không tự gây áp lực phải làm điều này hay điều khác, họ là những kẻ đi thong thả và hài lòng với cuộc sống hiện tại.





CHÓ HOANG DINGO, HAY CÂU CHUYỆN MỖI TÌNH ĐẦU

Tác giả :
RUVIM IXAEVICH PHRAERMAN

Ở một thành phương Bắc xa xôi của nước Nga, Tanhia sống cùng mẹ. Em đang lớn lên. Và những cậu bé cũng lớn lên. Lúc nào bên cạnh Tanhia cũng có Phinca, người bạn ấu thơ trung hậu, dũng cảm và vô cùng ngưỡng mộ cô. Một ngày kia bố Tanhia trở về, cùng người vợ mới và cậu con trai nuôi - mọi kịch tính của câu chuyện bắt đầu âm ỉ từ đây, để cuối cùng cháy bùng thành ngọn lửa của tình yêu đầu tiên êm đềm, dữ dội...

Như bông tuyết đầu mùa dịu nhẹ sớm tan, để lại giọt nước trong vạt trên lòng bàn tay, những cảm xúc thuần khiết, lẫn lộn buồn vui của tuổi 15 dần qua đi, nhưng vĩnh viễn còn đó trong tâm hồn nổi băng khuâng như có làn gió buốt trong lành vừa bay đến từ một vùng biển xa khắc nghiệt và tuyệt đẹp.

Giản dị và nên thơ, Chó hoang Dingo, hay là Câu chuyện mỗi tình đầu của Ruvim Phraerman từ lâu đã trở thành một tuyệt tác kinh điển của văn học thiếu nhi Nga, làm lay động bao trái tim bạn đọc, những ai đã, đang và sẽ bước qua khúc quanh của cuộc đời, khi tuổi thơ từ già họ.



5 CENTIMET TRÊN GIẤY

Tác giả : SHINKAI MAKOTO

5cm/s không chỉ là vận tốc của những cánh anh đào rơi, mà còn là vận tốc khi chúng ta lặng lẽ bước qua đời nhau, đánh mất bao cảm xúc thiết tha nhất của tình yêu.

5 centimet trên giấy mang đến những khắc họa mới về tâm hồn và khả năng tồn tại của cảm xúc, bắt đầu từ tình yêu trong sáng, ngọt ngào của một cô bé và cậu bé. Ba giai đoạn, ba mảnh ghép, ba ngôi kể chuyện khác nhau nhưng đều xoay quanh nhân vật nam chính, người luôn bị ám ảnh bởi kỉ ức và những điều đã qua...

Khác với những câu chuyện cuốn bạn chạy một mạch, truyện này khó mà đọc nhanh. Ngón tay bạn hẳn sẽ ngừng lại cả trăm lần trên mỗi trang sách. Chỉ vì một cử động rất khẽ, một câu thoại, hay một xúc cảm bất chợt có thể sẽ đánh thức những điều tưởng chừng đã ngủ quên trong tiềm thức, như ngọn đèn vừa được bật sáng trong tâm trí bạn. Và rồi có lúc nó vượt quá giới hạn chịu đựng, bạn quyết định gấp cuốn sách lại chỉ để tận hưởng chút ánh sáng từ ngọn đèn, hay đơn giản là để vết thương trong lòng mình có thời gian tự tìm xoa dịu.



ĐÊM ĐỊNH MỆNH

Tác giả : LINDA HOWARD

Đêm định mệnh – người mẹ hư hỏng của Faith bỏ đi cùng một người đàn ông giàu có, anh em cô bị tống cổ ra khỏi nhà, chính thức trở thành những đứa trẻ vô gia cư cạnh người bố nghiện ngập.

Đêm định mệnh – người cha đáng kính của Gray biến mất cùng một phụ nữ nổi tiếng lăng loàn, để lại những đứa con sụp đổ và một người vợ gần như phát điên vì tuyệt vọng.

Trong suốt 12 năm, lạnh lùng nhưng vững chãi, Gray đã làm rất tốt nhiệm vụ của mình: thay cha cheo lái sự nghiệp gia tộc, bao bọc mẹ và em gái trước những mất mát không bao giờ nguôi. Nhưng không có điều gì chuẩn bị cho anh trước sự trở về của Faith – đứa bé khốn khổ bị chính tay anh đuổi khỏi nhà năm xưa, nay đã trở thành người phụ nữ xinh đẹp, đầy thách thức.

Rất nhanh, Gray nhận ra rằng tống cổ Faith ra khỏi thị trấn không còn dễ dàng như xưa.

Một trong những tác phẩm xuất sắc nhất của Linda Howard trong thể loại lãng mạn – trinh thám.

CHƠI LỚN - BIG MATCH

ĐẠO DIỄN: **Choi Ho**

KHỞI CHIẾU: **30/01/2015**

Choi Ik Ho (do Lee Jung Jae đóng) là ngôi sao võ thuật tài năng, chuyên đóng các phim hài hước và hành động. Nhưng bất ngờ một ngày kia, anh vướng phải nghi án giết người. Ace (do Shin Ha Kyun thủ vai) là một người tổ chức trò chơi chuyên thiết kế những trò chơi cho giới thượng lưu. Anh ta đồng thời là tên tội phạm đã biến cả thành phố trở thành một cuộc chơi thông qua các phương tiện công nghệ cao. Ace và Choi Ik Ho sau đó đối đầu nhau khi Choi Ik Ho tham dự vào trò chơi để bảo vệ anh trai mình.



1

JUPITER ASCENDING

ĐẠO DIỄN: **Andy Wachowski, Lana Wachowski**

KHỞI CHIẾU: Dự kiến **06/02/2015**

Trong Jupiter Ascending bộ phim mới nhất từ hai nhà đạo diễn lừng danh – tác giả của loạt phim “The Matrix” này, nhân vật chính Jupiter Jones (Mila Kunis thủ vai) được sinh ra dưới bầu trời đêm với điểm báo rằng định mệnh của cô sẽ gắn liền với những điều vĩ đại. Giờ đây khi đã lớn, Jupiter vẫn mơ về các vì sao nhưng lại tỉnh giấc giữa thực tại lạnh lẽo với công việc tầm thường lau dọn nhà vệ sinh và thường xuyên gặp phải các sự cố liên miên. Chỉ khi Caine (Channing Tatum), một thợ săn là cựu chiến binh kiêm kỹ sư cơ khí đáp phi thuyền xuống Trái Đất để truy tìm dấu vết của Jupiter thì cô mới lơ mơ nhận ra định mệnh vẫn đang chờ đón ở phía trước – những dấu hiệu đặc trưng từ khi mới ra đời đã cho biết cô là thế hệ tiếp theo kế thừa một di sản có nguồn sức mạnh siêu việt sẽ thay đổi cả trật tự của vũ trụ.



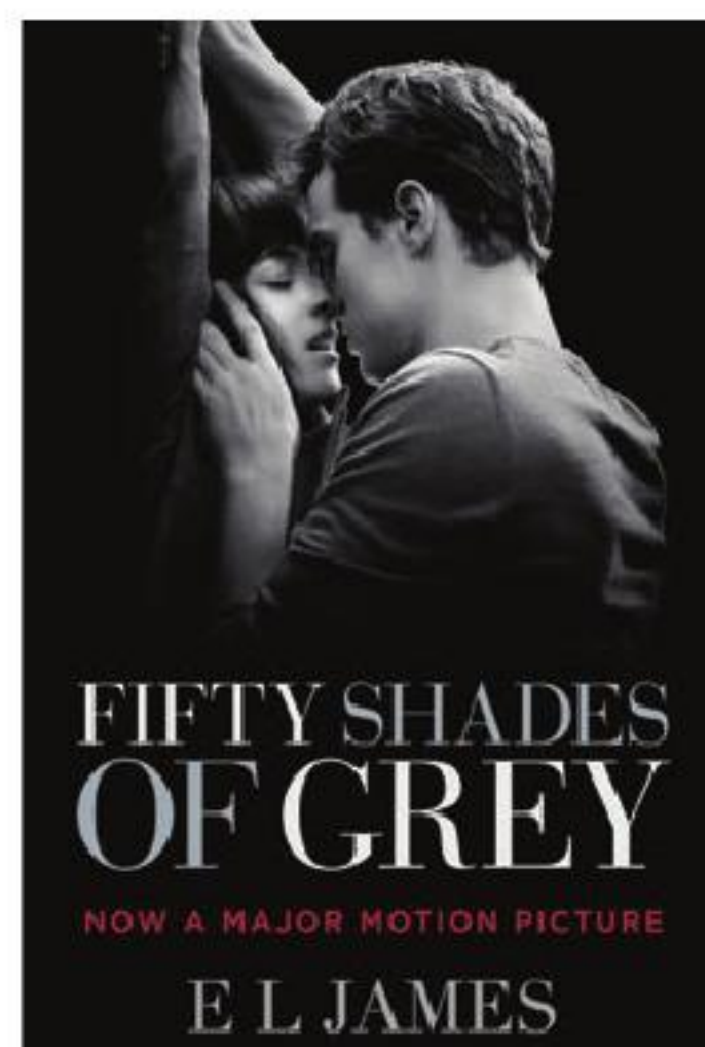
2

50 SẮC THÁI - FIFTY SHADES OF GREY

ĐẠO DIỄN: **Sam Taylor-Johnson**

KHỞI CHIẾU: **13/02/2015**

Câu chuyện bắt đầu khi cô sinh viên Anastasia Steele (Dakota Johnson thủ vai) tới phỏng vấn triệu phú trẻ tuổi Christian Grey (Jamie Dornan) cho tờ tạp chí của trường. Ana đơn giản, trong sáng đã lọt vào mắt xanh của kẻ luôn thích kiểm soát mọi việc là Christian. Anh bắt đầu tiếp cận Ana và cuốn cô vào vòng xoáy của tình ái và nhục cảm. Nhưng đây không phải câu chuyện tình đơn thuần giữa chàng hoàng tử giàu sang lịch lãm và cô gái ngây thơ chân chất. Điều khiến FIFTY SHADES OF GREY trở nên đặc biệt chính là những đam mê bạo liệt về thể xác, những thú vui ái tình đầy đau đớn với roi da, cọc gỗ, diễn ra trong “Căn Phòng Đỏ” bí mật của Christian Grey.



3

MOVIES

HỘI CHỨNG “TIẾC ĐÀN ÔNG”

FOMO (The fear of missing out) - hội chứng bị sợ bị bỏ lỡ giờ đây đã trở nên quá đỗi quen thuộc với các nàng độc thân thích bay nhảy và ham vui. Căn bệnh tâm lý ấy nhằm để chỉ những người luôn sợ rằng mình sẽ bị bỏ lỡ những cuộc vui, vậy nên họ luôn cố gắng sống nhanh, sống gấp để có thể tận hưởng tối đa từng giây phút trong cuộc đời mình. Thế nhưng FOMO xem ra vẫn chưa có gì là đáng sợ so với *FOMA* (The fear of missing a**) - hội chứng “tiếc đàn ông”



NGOÀI ĐẠI DƯƠNG VẪN CÒN NHIỀU CÁ QUÁ...

Người ta vẫn nói, khi yêu ai đó thật lòng, thì câu nói nổi tiếng “Vẫn còn rất nhiều cá ngoài đại dương” sẽ trở nên hoàn toàn vô nghĩa. Bởi đơn giản là người kia đã trở thành cả đại dương trong mắt và trong tim nàng rồi. Thế nhưng vẫn còn những cô nàng, dù đã tìm được ý trung nhân, được người đàn ông duy nhất cho mình rồi, vẫn không thể ngừng ngó nghiêng xung quanh và ngắm nhìn những người đàn ông khác. Họ chính là những cô nàng mắc phải hội chứng “tiếc đàn ông”. Nàng là minh chứng hùng hồn cho câu nói “Ai cũng trách đàn ông lăng nhăng, có mới nới cũ, xẻnh ra một cái là ngoại tình rồi cặp bồ. Nhưng xin lỗi, đàn ông cặp bồ với ai vậy? Nếu không phải là phụ nữ, hóa ra đàn ông lăng nhăng với khí hoặc với nhau?” Nàng là phụ nữ, nàng xinh đẹp, nàng quyến rũ, nàng đã có một người đàn ông nguyện vì mình mà sống chết, nhưng trái tim nàng vẫn không thể ngừng thổn thức khi gặp một anh chàng nào đó hay ho, hấp dẫn và có vẻ gì đó bí ẩn quyến rũ chết người. Nói tóm lại, dù đã có người yêu, nhưng nàng vẫn

ham được nếm trái cấm cùng một (vài) người đàn ông khác. Nàng sợ nếu bây giờ không thử trải nghiệm và sống thật với bản thân, nàng sẽ để những năm tháng thanh xuân rực rỡ huy hoàng chảy qua kẽ tay như dòng nước nhỏ, nhạt nhẽo và lãng phí vô cùng.

Cô bạn đồng nghiệp cũ của tôi là một nàng mắc chứng bệnh “tiếc đàn ông” rõ ràng nhất mà tôi từng biết. Một tuần trước khi cưới, cô ấy đi café với tôi để đưa thiệp mời. Trong buổi gặp mặt tưởng như chẳng có cái gì đặc biệt ngoài cái thiệp và vài thông tin về đám cưới thì cô ấy hớn hờ khoe với tôi rằng “Đêm qua vừa one night stand với anh chàng bên công ty đối tác, cũng ra gì phết mày à!” Xem chút nữa tôi đã phun phì phì café vào mặt nàng. Cô ấy kể cho tôi với vẻ mặt từng từng như không. “Này, sang tuần mày đám cưới rồi cơ mà?!", tôi trở mặt. Nàng nhẹ nhàng làm ngum nước trái cây rồi ngẩng lên nhìn tôi nháy mắt “Cưới chẳng liên quan gì đến chuyện này cả. Mà chính đám cưới lại càng khiến tao tiếc hơn ấy. Nhớ sau khi cưới xong rồi không còn gặp anh nào “ngon giai” như vậy nữa thì sao? Tận hưởng được thì cứ tận hưởng thôi chứ!”

VÌ SAO NÀNG LẠI TIẾC ĐÀN ÔNG?

Có rất nhiều nguyên nhân khiến phụ nữ, một giống loài không có tính “ham của lạ” nhiều như đàn ông lại luôn lo lắng rằng mình sẽ bỏ lỡ người đàn ông tuyệt vời nhất, những trải nghiệm về “chuyện ấy” rực rỡ và khó quên nhất.

Một người phụ nữ đã yêu quá lâu, ở trong một mối quan hệ tình cảm bắt đầu tính bằng năm, nếu như không chăm chút và chịu khó đổi mới mối quan hệ đó thường xuyên, cảm giác chán nản vô vị sẽ dần dần xuất hiện. Khi ấy, tình yêu giống như một cốc nước lọc nhạt nhẽo và không màu. Rất tốt cho sức khỏe. Đúng. Nhưng uống cũng được, không uống cũng chẳng chết ngay. Chính sự bình bình yên ả thiếu lên xuống đối mới này khiến tình yêu của hai người biến thành những sợi dây vô hình xiết chặt và bóp nghẹt cảm giác thèm muốn nhau. Thờ ơ với người yêu, và nàng bắt đầu đặt câu hỏi “Cò bên kia đối có xanh hơn bên này lắm không?” Những câu chuyện vu vơ với anh chàng đồng nghiệp bỗng trở nên thú vị lạ thường. Bữa ăn tối với anh chàng mới quen ở lớp tập gym bỗng vui náo nức. Thêm một ly vang nữa, rồi vài cú đụng chạm vô tình, vậy là ham muốn được khám phá một thân thể mới, một tâm hồn mới lại bỗng dưng trở dậy trong nàng. Nàng muốn được yêu,

một người đàn ông không phải của mình.

Một nàng độc thân xinh đẹp thì lại nghĩ khác. Tại sao mình phải vội vàng “thả neo” khi mới chỉ thử qua có vài cơn sóng gió ngoài đại dương? Biết đâu đây vẫn chưa phải là bến đỗ hoàn hảo cho mình thì sao? Vậy là nàng mài miết “yêu”, đắm chìm trong những tình một đêm và mối quan hệ “friends with benefits”. Những cô nàng single mắc phải hội chứng FOMA luôn cởi mở hơn với những cuộc tình chớp nhoáng như thế. Có vẻ như nàng nghĩ, càng yêu nhiều, càng thử nhiều, nàng sẽ càng nhanh chóng tìm được bạch mã hoàng tử của đời mình.

Công nghệ ngày càng phát triển cũng là một nguyên nhân không thể không kể đến. Nếu như trước đây, nàng chỉ có thể gặp gỡ mọi người trực tiếp, cùng lắm là gọi điện nhắn tin, thì bây giờ, cảm đồ quả thực chỉ cách nàng có đúng cái bàn phím và một con chuột. Đây là anh chàng hay like ảnh nàng ở Instagram, đây là anh chàng hay chia sẻ ảnh sến hay những câu quote kinh điển với nàng trong Tumblr, đây là anh chàng viết note duyên ơ là duyên lại còn hay comment ở facebook nàng mỗi tối. Những người đàn ông hấp dẫn dường như luôn ở cạnh nàng, mọi lúc mọi nơi. Hấp lực khó cưỡng ấy cộng với sự tò mò, tâm lý YOLO của không ít phụ nữ sẽ khiến các nàng rất dễ vô tình hoặc hữu ý mắc phải hội chứng “tiếc đàn ông”.



NHỮNG HỘP QUÀ DÃ MỞ

Tôi luôn thầm cảm ơn người nào đó đã phát minh ra hộp đựng quà và giấy gói quà. Nó đã khiến cuộc đời vì thế mà có những giây phút hồi hộp và vô cùng đáng nhớ. Nhưng nó cũng vô tình khiến cho sự thật - món quà ở bên trong hộp quà - đôi khi trở nên lung linh, đẹp đẽ hơn nhiều so với vẻ ngoài, giá trị thực sự của nó.

Nếu nàng sẵn sàng đánh đổi một người đàn ông yêu mình thật lòng để tìm đến những mối quan hệ ngắn ngủi, những cảm giác long lanh chớp nhoáng, thì cũng nên nghĩ đến hậu quả mà quyết định cho rõ ràng. Nếu người đàn ông của bạn phát hiện ra sự thật, liệu hai người còn có thể nắm tay? Sự nhạt nhòa, chán chường trong một mối quan hệ không thể và sẽ không bao giờ được giải quyết bằng cách lừa một người khác

vào mối quan hệ đó. Nếu đến cả điều đó, nàng cũng không thấy sợ, thì tốt nhất nàng hãy buông tay. Khi đó, nàng có thể tự do làm điều mình muốn.

Những cô nàng single cũng đừng lấy FOMA hay YOLO ra làm cái cớ để biện minh cho việc “nhạc gì cũng nhảy, anh nào cũng gật” của mình. Những mối tình một đêm ấy chắc chắn sẽ phải đánh đổi bằng những cảm giác lạ lẫm vào mỗi sáng, bằng những tai nạn không ai muốn nhớ đến lúc trên giường, và bằng cả cảm giác thèm muốn được yêu thương, một cách chân thành và giản dị, bởi một người đàn ông duy nhất.

Nếu đã tìm thấy anh ấy rồi, thì giữ thật chặt lấy. Và yên tâm là nàng chẳng bỏ lỡ bất cứ điều gì đâu. Hiện tại, tương lai, hạnh phúc, khổ đau và sự viên mãn của nàng, chẳng phải đều đã ở cạnh nàng rồi đó sao?



Here's to...The Art of the Cookie®!



*Our range of delectable cookies tells the story.
Each is a work of art, the result of a very special
mix of passion and excellence.*

STYLE^{Music}

Grammy 2015

DỰ ĐOÁN TRƯỚC GIỜ G

LỄ TRAO GIẢI GRAMMY LẦN THỨ 57 SẼ CHÍNH THỨC DIỄN RA VÀO NGÀY 8/2/2015 TẠI TRUNG TÂM STAPLES, LOS ANGELES, MỸ. HÃY CÙNG STYLE ĐƯA RA NHỮNG DỰ ĐOÁN CHO 4 HẠNG MỤC QUAN TRỌNG NHẤT CỦA GRAMMY: GHI ÂM CỦA NĂM; BÀI HÁT CỦA NĂM; NGHỆ SĨ MỚI XUẤT SẮC NHẤT VÀ ALBUM CỦA NĂM.



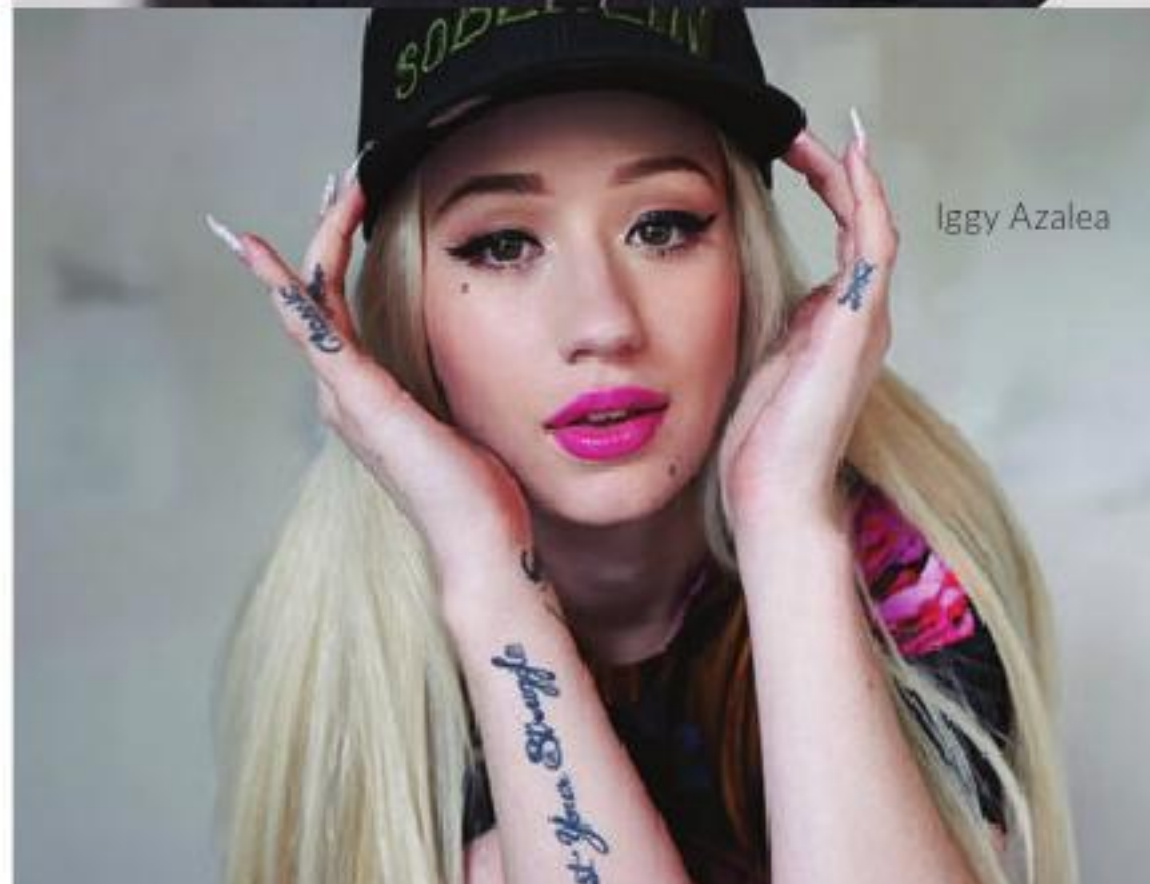
Sam Smith

ANH TRÂM

GHỊ ÂM CỦA NĂM: ƯU THẾ NGHIÊNG VỀ STAY WITH ME

Album 1989 của Taylor Swift không đủ điều kiện để tham dự Grammy 2015 do được phát hành quá muộn. Tuy nhiên, đĩa đơn mở đường Shake It Off của cô nàng vẫn xoay sở để nhận được đề cử trong 3 hạng mục, trong đó có Ghi âm của năm. Trong hạng mục này, Shake It Off sẽ đối đầu với All About That Bass của Meghan Trainor. Cả hai ca khúc đều có giai điệu bắt tai, vui nhộn, một chút ngổ ngáo, tưng tưng. Cơ hội chiến thắng của hai ca khúc này là ngang nhau; tuy vậy chính những điểm tương đồng đã khiến cả hai tự loại mình ra khỏi vòng đua.

Ứng cử viên mạnh nhất trong hạng mục Ghi âm của năm, không nghi ngờ gì, chính là Stay With Me từ chàng ca sĩ điển trai Sam Smith. Giọng hát ngọt ngào cùng những ca từ tình cảm của Stay With Me có sức cuốn hút không thể chối cãi đối với những người bình chọn Grammy truyền thống. Nếu có một ai đó đủ sức đá bật được Sam Smith thì đó chính là Sia với ca khúc Chandelier. Giọng hát, ca từ lẫn MV của ca khúc này đều được giới phê bình đánh giá rất cao. Ngược lại, Fancy từ nữ rapper mới nổi Iggy Azalea lại có rất ít cơ hội chiến thắng. Những ca khúc hip hop chưa bao giờ được ưa chuộng trong hạng mục này; chưa kể chính Azalea còn không thực sự được yêu mến trong thể loại của mình. Mặc dù Fancy đã mang lại cho Iggy Azalea rất nhiều đề cử nhưng khả năng lớn là Azalea sẽ phải ra về trắng tay trong tối trao giải Grammy.



Iggy Azalea



Hozier

CA KHÚC CỦA NĂM: CHANDELIER VS TAKE ME TO CHURCH

Mặc dù Viện hàn lâm vẫn khẳng định là hai hạng mục giải thưởng Ghi âm của năm và Ca khúc của năm là hoàn toàn khác nhau (Ghi âm của năm nhằm tôn vinh nghệ sĩ biểu diễn, nhà sản xuất...trong khi Ca khúc của năm tôn vinh nhạc sĩ) thì thực tế tại giải Grammy năm nay, 4/5 đề cử của cả hai hạng mục là giống hệt nhau. Ở Ca khúc của năm, ta gặp lại những tên tuổi quen thuộc: All About That Bass (Meghan Trainor), Chandelier (Sia), Shake It Off (Taylor Swift) và Stay With Me (Sam Smith). Điểm khác biệt duy nhất là sự thay thế của Take Me to Church (Hozier) cho Fancy (Iggy Azalea).

Stay With Me có khả năng lớn chiến thắng tại hạng mục Ghi âm của năm, vì thế sẽ là công bằng, nếu ở hạng mục giải thưởng này, ca khúc của Sam Smith nhường cơ hội cho những ứng cử viên khác. Ưu thế đang nghiêng về Chandelier của Sia. Nhiều nhà phê bình ca ngợi Chandelier là một trong những màn biểu diễn giọng hát xuất sắc nhất trong nhiều năm trở lại đây. Sia đã cộng tác với nhiều nghệ sĩ trong ngành công nghiệp âm nhạc. Khả năng sáng tác của cô từ lâu đã nhận được sự kính trọng trong những người làm nghề. Rất có khả năng năm nay may mắn sẽ mỉm cười với Sia.

“Ngựa ô” của hạng mục giải thưởng này là “Take Me to Church” của Hozier. Ca khúc là một phép ẩn dụ, trong đó nhân vật chính của bài hát dám “cả gan” so sánh tình yêu với tôn giáo. Những ca từ sắc sảo, giàu ý nghĩa đã giúp Take Me To Church tỏ ra vượt trội trong cuộc đua tới giải thưởng so với hai ứng cử viên còn lại là Shake It Off và All About That Bass.

165^{STYLE}

VS



Sia



Taylor Swift

NGHỆ SĨ MỚI XUẤT SẮC NHẤT: SAM SMITH “THẮNG CHẮC”

Không có hạng mục giải thưởng nào của Grammy lại dễ đoán hơn Nghệ sĩ mới xuất sắc nhất. Với 6 đề cử trong tay, Sam Smith đang ở thế thượng phong so với các nghệ sĩ khác cũng được đề cử. Ca khúc Stay With Me của anh hạ cánh ở vị trí thứ 2 trên Billboard Hot 100, album In The Lonely Hour dừng chân ở vị trí thứ 2 trên Billboard 200. Đó không phải là những con số quá ấn tượng nhưng cũng đủ để Sam Smith trở thành cái tên của mọi nhà trong suốt năm qua.

Nếu có điều gì chống lại Sam Smith thì đó chính là lịch sử của giải Grammy: Giải Nghệ sĩ xuất sắc nhất thường được trao tặng cho một nữ nghệ sĩ. Từ năm 1985 đến năm 2011, có tổng cộng 19 lần phụ nữ được vinh danh tại giải thưởng cao quý này. Trong vài năm trở lại đây, xu hướng bắt đầu thay đổi; một số nam ca sĩ đã xoay sở chạm tay được vào giải thưởng. Tuy vậy, chiến thắng của họ vẫn được giới mộ điệu chau mày, đánh giá là chưa thực sự thuyết phục.

Người duy nhất khả dĩ có thể “hất cẳng” được Sam Smith, theo đánh giá của các chuyên gia, là một cái tên còn chưa được nhiều người biết đến: Brandy Clark. Nếu Clark chiến thắng, rất có khả năng trên các mạng xã hội như facebook hoặc twitter sẽ diễn ra một “cơn bão” các câu hỏi: Cô ấy là ai thế nhỉ?! Và nếu điều đó xảy ra hẳn những thành viên trong Hàn lâm viện sẽ là những người hài lòng nhất.

Mặc dù là một trong những nghệ sĩ được săn đón nhất năm qua nhưng Iggy Azalea có rất ít khả năng chạm tay vào giải thưởng này. Azalea có trình làng một số hit đình đám, tuy nhiên, có vẻ mọi người quan tâm đến những vụ ồn ào đời tư hơn là sự nghiệp âm nhạc của cô. Giải Grammy lúc nào cũng tự hào là tôn vinh Nghệ thuật chứ không phải là sự Nổi tiếng, trong khi Azalea thì lại hơi một chút “lá cải” để có thể nhận được giải thưởng danh giá này.



Brandy Clark



Beyoncé

ALBUM CỦA NĂM: CUỘC ĐỐI ĐẦU GIỮA “ÔNG CHÚA” BEYONCÉ VÀ “LÍNH MỚI” SAM SMITH

Beyoncé vừa trở thành nữ nghệ sĩ giành được nhiều đề cử Grammy nhất trong lịch sử âm nhạc. Tuy vậy, Ông Chúa vẫn chưa từng có vinh dự được mang về nhà tượng vàng Grammy dành cho Album của năm. Điều đáng tiếc ấy có thể được thay đổi trong năm nay khi mà cơ hội chiến thắng của nữ ca sĩ là rất lớn. Cuối năm 2013, cô đã làm cả thế giới sững sốt khi phát hành album thứ 5 trên iTunes mà không hề báo trước. Leo lên đứng đầu bảng xếp hạng Billboard 200 ngay tuần đầu ra mắt, album lấy chính tên mình của Beyoncé được các nhà phê bình đánh giá là mạnh nhất trong các đề cử.

Chàng ca sĩ chuyên hát tình ca Sam Smith cũng có nhiều cơ hội tại hạng mục này. Những ca khúc như Stay With Me hay I'm Not the Only One luôn nằm trong danh sách những ca khúc hay nhất năm. Tuy nhiên, một nghệ sĩ khác cũng đến từ Anh quốc là Ed Sheeran có thể là một trở lực lớn với Sam Smith. Những ca khúc tuyệt vời như Sing hoặc Don't từ anh chàng tóc đỏ có thể cướp đi vài lá phiếu mà đáng ra có thể rơi vào tay Smith.

Pharrell Williams và Beck Hansen vẫn không hoàn toàn bị loại trừ ra khỏi cuộc đua. Với ca khúc Happy đình đám, Williams sẽ gây một bất ngờ dễ chịu nếu chiến thắng giải này. Tuy vậy, anh cũng như Hansen có lẽ sẽ phải rất vất vả trong cuộc đua lấy phiếu bầu chọn nếu so sánh với Beyoncé và Smith.



Enjoy Tet with Lindor

Finest chocolate from SWITZERLAND



Nhà nhập khẩu và phân phối độc quyền: Công ty TNHH Thực phẩm Ấn Nam
Tòa nhà Gas Petrolimex: 322 Điện Biên Phủ, P.22, Q. Bình Thạnh, TPHCM - ĐT: 08-3512 6400



STYLE Cinema Focus

OSCAR 2015

AI SẼ MANG TƯỢNG VÀNG VỀ NHÀ?

VẪN CÒN HƠN 1 THÁNG NỮA TRƯỚC KHI CHỦ NHÂN CỦA NHỮNG TƯỢNG VÀNG OSCAR ĐƯỢC HÉ LỘ. TUY NHIÊN, NGAY TỪ BÂY GIỜ, CHÚNG TA ĐÃ CÓ THỂ ĐƯA RA NHỮNG DỰ ĐOÁN SỚM VỀ NGƯỜI CHIẾN THẮNG TẠI MÙA GIẢI NĂM NAY.

ANH TRÂM

NAM DIỄN VIÊN CHÍNH XUẤT SẮC NHẤT: SONG ĐẤU GIỮA MICHAEL KEATON VÀ EDDIE REDMAYNE

Hai đối thủ mạnh nhất cho hạng mục giải thưởng này là Michael Keaton (phim Birdman) và Eddie Redmayne (phim The Theory of Everything). Trong Birdman, Keaton thủ vai một diễn viên đã đi sang cái dốc bên kia của sự nghiệp nhưng vẫn cố bầu vuu lấy ánh hào quang đã tắt. Chất hài hước, u tối, cay đắng của vai diễn đã đem đến cho Keaton sự tán thưởng nhiệt liệt của giới phê bình. Ông đang có mọi điều để trở thành ứng cử viên sáng giá nhất cho Oscar. Ở tuổi 63, Keaton có lẽ là lớn tuổi nhất trong cuộc đua và là công dân đích thực của ngành công nghiệp điện ảnh. Ông đã tham gia đủ thể loại phim từ phim gia đình, đến phim siêu anh hùng, phim chính kịch và chưa một lần được đề cử Oscar. Quan trọng hơn, Keaton là diễn viên được nhiều người yêu quý. Trong tim của nhiều thế hệ người hâm mộ, Michael Keaton mãi là là Người dơi đầu tiên và duy nhất.

Eddie Redmayne không phải là một cái tên xa lạ gì với những khán giả yêu mến Les Misérables. Vai Marius đã giúp anh được khán giả "thuộc mặt nhớ tên" nhưng phải đến vai nhà vật lý học Stephen Hawking trong phim The Theory of Everything, Redmayne mới có bước đột phá trong sự nghiệp. Từ ngoại hình, giọng nói líu nhíu đến biểu cảm cơ mặt của anh đều tái hiện hoàn hảo chân dung nhà vật lý học thiên tài bị mắc chứng bệnh xơ cứng teo cơ cột bên. Hai đối thủ mạnh khác trong cuộc đua tới Oscar năm nay là Benedict Cumberbatch trong vai nhà khoa học nổi tiếng Alan Turing (phim The Imitation Game) và Steve Carell trong vai một gã "đại gia" mê đấu vật (phim Foxcatcher).



Birdman



The Theory of Everything



Gone Girl

NỮ CHÍNH XUẤT SẮC NHẤT: JULIANNE MOORE

Ngay khi bộ phim Still Alice ra mắt tại LHP Quốc tế Toronto hồi tháng 9 năm ngoái, rất nhiều nhà phê bình đã mạnh bạo tiên đoán rằng Julianne Moore sẽ chắc suất để cử Oscar. Không những thế cô còn là người nắm giữ cơ hội chiến thắng cao nhất tại mùa giải này. Trong phim, nữ minh tinh 55 tuổi thủ vai một người vợ, người mẹ mắc bệnh Alzheimer giai đoạn đầu. Từ một người hạnh phúc, cô buộc phải đối diện với cơn khủng hoảng mà căn bệnh mang lại. Trong bất kỳ năm nào, một vai diễn phức tạp và cảm động như vậy cũng luôn là đối thủ đáng gờm trong cuộc đua tới Oscar. Năm nay thị hiếu của Viện Hàn lâm có thể vẫn sẽ không thay đổi và may mắn sẽ mỉm cười với Julianne Moore.

Đối thủ mạnh nhất của cô chính là Reese Witherspoon trong phim Wild. Trở lại sau một thời gian dài vắng bóng trên màn ảnh rộng, cô đào Reese thủ vai một “phượt thủ” quyết định đi bộ hơn 1700 km từ sa mạc Mojave tới vùng giáp ranh bang Washington để tìm kiếm sự thanh thản trong tâm hồn. Một ứng cử viên khác cũng có nhiều khả năng gây bất ngờ tại mùa Oscar năm nay là “bông hồng nở muộn” Rosemund Pike trong phim Gone Girl. Sở hữu vẻ ngoài xinh đẹp, ánh mắt trầm tĩnh, nhân vật Amy mà cô thủ vai giống như một thiên thần hiện thân. Không ai có thể ngờ rằng bên trong người phụ nữ yêu kiều đó là một con quái vật bất chấp thủ đoạn. Felicity Jones trong vai người vợ yêu của nhà vật lý học Stephen Hawking (phim The Theory of Everything) cũng được giới phê bình đánh giá cao. Trước đó, cô chưa từng nhận được bất cứ đề cử Oscar nào. Biết đâu 2015 chính là mốc thời gian mà cô đổi vận?!



Wild

ĐẠO DIỄN XUẤT SẮC NHẤT: RICHARD LINKLATER

Không nghi ngờ gì, đạo diễn của Boyhood – Richard Linklater sẽ là cái tên nổi bật nhất của giải Oscar 2015. Được thực hiện bền bỉ trong vòng 12 năm, Boyhood là một hành trình trưởng thành của cậu bé Mason từ khi học lớp 1 cho đến khi vào đại học. Không sử dụng kỹ xảo đặc biệt

hoặc nhiều diễn viên cùng một vai, Richard Linklater đã kiên nhẫn đợi Ellar Coltrane, nam diễn viên chính thủ vai Mason, lớn lên ngoài đời thực. Đây là một ván bài mạo hiểm của Richard bởi không có một hợp đồng ràng buộc mang tính pháp lý nào, các diễn viên có thể bỏ cuộc giữa chừng mà hoàn toàn không phải chịu trách nhiệm. Mặc dù có thời gian quay ngắt quãng, nhưng Richard Linklater vẫn giữ được câu chuyện liền mạch, tươi mới và hấp dẫn.

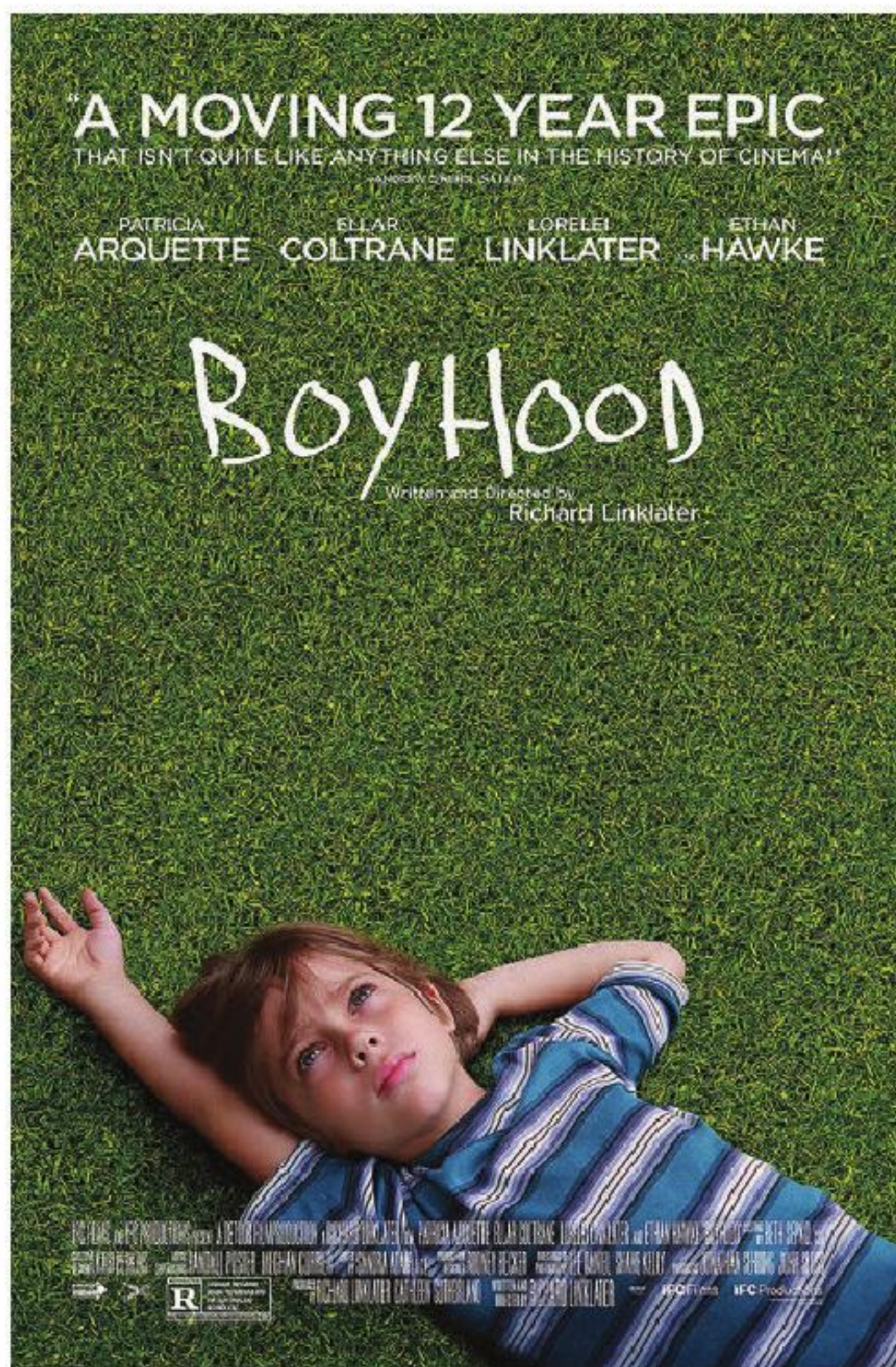
Đối thủ mạnh nhất của Richard Linklater chính là đạo diễn người Mexico Alejandro González Iñárritu với bộ phim Birdman. Đã từng được đề cử Oscar cho hạng mục Đạo diễn xuất sắc nhất song về tay không, mọi thứ có thể thay đổi với trong năm nay. Đặc biệt là khi bộ phim Birdman của ông được giới phê bình đánh giá rất cao, nhận được 7 đề cử Quả cầu vàng. Wes Anderson cũng là một tên đáng chú ý của mùa giải năm nay. Bộ phim The Grand Budapest Hotel của ông là một trong số những tác phẩm điện ảnh hiếm hoi đồng thời giành được sự tán thưởng của giới phê bình và sự yêu thích từ người hâm mộ.

PHIM HAY NHẤT: BOYHOOD VS BIRDMAN

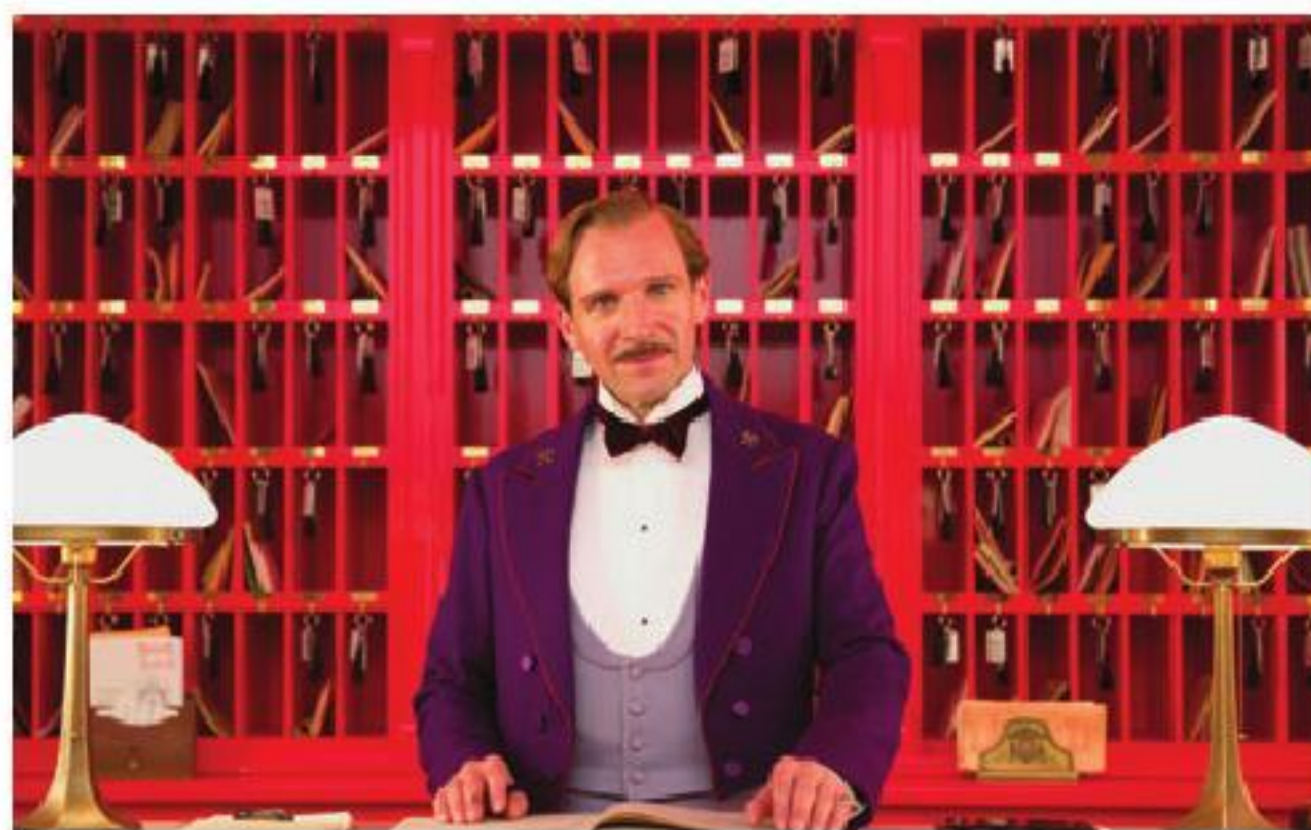
Nếu ở hạng mục Đạo diễn xuất sắc nhất, Richard Linklater và Alejandro González là một cặp kỳ phùng địch thủ thì hạng mục Phim hay nhất cũng lần lượt là cuộc đấu tay đôi giữa Boyhood và Birdman. Cả hai phim, ngay khi ra mắt, đều nhận được sự tán thưởng nhiệt liệt từ giới phê bình, đều cán quét rất nhiều giải thưởng phê bình lớn nhỏ trên khắp nước Mỹ. Lợi thế hơi nghiêng một chút về phía Boyhood khi bộ phim được cả hai website tổng hợp phê bình phim uy tín nhất là Metacritic và Rotten Tomatoes xếp hạng no.1 về "Phim được đánh giá cao nhất năm". Hơn 20 tờ báo, tạp chí hàng đầu vinh danh Boyhood là Phim xuất sắc nhất 2014 trong đó có Rolling Stones, Variety, Sight & Sound...

Tuy nhiên Birdman cũng không hề kém cạnh. Giới phê bình đồng loạt ca ngợi kỹ thuật quay phim điêu luyện của Birdman, gần như chỉ dùng một cú máy duy nhất (one take) trong suốt 119 phút của phim. Michael Keaton, diễn viên chính của phim, cũng đang là ứng cử viên sáng giá nhất cho ngôi vị Oscar. Với 7 đề cử Quả cầu vàng trong tay, rất có thể Birdman sẽ hất cẳng Boyhood để đăng quang trong năm nay.

The Grand Budapest Hotel, The Imitation Game và Selma cũng là những đối thủ nặng ký trong hạng mục này. The Grand Budapest Hotel thắng lớn ở phòng vé, giúp xóa nhòa ranh giới giữa phim nghệ thuật và phim thương mại. The Imitation Game nhận được nhiều sự ủng hộ từ các liên hoan phim. Selma là bộ phim dựa trên sự thực lịch sử - một thể loại vốn rất được Viện hàn lâm ưa chuộng.



Boyhood



The Grand Budapest Hotel

TẾT VIỆT

BIẾN TÁI CHO MÓN ĂN THÊM NHẸ

Ít ai ngờ cô nàng vui vẻ Hari Won đã có gần 10 năm đón Tết cổ truyền ở Việt Nam. Không chỉ quen thuộc với các phong tục đón năm mới của người Việt, Hari còn biết cách kết hợp ẩm thực để chế biến những món ngon hấp dẫn đãi khách dịp Tết. Năm nay, Hari sẽ cùng Hoa hậu đẹp nhất Châu Á - Hương Giang hướng dẫn cho bạn một vài tuyệt chiêu nấu nướng và trình bày món ăn thật hấp dẫn và nhẹ nhàng.



THỰC ĐƠN BIẾN TÁI CỦA HARI WON

Bánh chưng + Kim chi: Bánh chưng chứa rất nhiều tinh bột và dầu mỡ nên thường được ăn chung với dưa hành, củ kiệu. Năm nay, Hari Won sẽ chọn Kim chi để kết hợp với bánh chưng, hương vị cũng rất tuyệt đấy.



PHONG CÁCH BÀY BIẾN NHẸ NHÀNG CỦA HƯƠNG GIANG



Thịt kho hột vịt/Com + Canh rong biển: Hari Won rất thích món thịt kho hột vịt ăn với cơm nóng và canh rong biển. Miếng thịt kho vàng óng béo ngậy, mềm như mà không nát, thấm đậm gia vị kết hợp với vị thanh nhẹ của canh rong biển sẽ rất "tốn cơm" đấy nhé!



Khi món ăn nhìn "hút mắt" rồi, đến lượt "làm đẹp" cho bàn ăn. Hương Giang yêu nét đơn giản, ấm cúng, gần gũi của mâm cơm Việt Nam truyền thống. Nhưng thử phá cách một chút để đổi không khí nhé. Các vật dụng bạn có thể dùng để "make up" cho bàn ăn là hoa tươi, rau củ quả đa sắc màu được đặt để ngẫu hứng, thậm chí nến thơm và cả những lọ gia vị điệu đà nữa. Ngoài ra, hãy tô điểm cho bữa cơm đoàn viên bằng phong cách hiện đại của những chai **trà Ô Long TEA+ Plus**. Hương vị thanh mát, thơm nồng đặc trưng, để lại hậu vị ngọt dịu của **trà Ô Long TEA+ Plus** ướp lạnh sẽ là lựa chọn không thể thiếu cho mâm cơm gia đình ngày Tết.

TEA+ Plus: Tuy Hari có tâm hồn ăn uống nhưng những món ngon ngày Tết béo ngậy đôi khi khiến cô cũng phải "chào thua" vì cảm giác ngán, ngấy. Tuy vậy, Tết này, Hari Won đã có một "bí kíp" đặc biệt đó là **trà Ô Long TEA+ Plus**. "Có thể nói, đây là "trị kỷ" cho người thích ăn uống như Hari Won", cô chia sẻ. Với hợp chất **OTPP** (Oolong Tea Polymerized Polyphenols) giúp hạn chế hấp thu chất béo đã được tối ưu hóa nhờ công nghệ Nhật Bản của công ty Suntory Pepsico Việt Nam, **trà Ô Long TEA+ Plus** sẽ giúp Hari Won luôn cảm thấy nhẹ nhàng và ngon miệng khi thưởng thức món ngon ngày Tết.



MITSUBISHI

Năm 2014 đánh dấu 20 năm thương hiệu Mitsubishi có mặt tại Việt Nam. Tháng 7 vừa qua, Vina Star Motors (VSM) – nhà phân phối độc quyền các sản phẩm Mitsubishi Motors tại Việt Nam đã công bố chiến lược kinh doanh mới mở ra một chương mới trong hoạt động kinh doanh, tập trung hoàn toàn vào dòng xe du lịch.

Đáp ứng nhu cầu mua sắm trong dịp Tết Nguyên Đán, Mitsubishi giới thiệu chương trình ưu đãi đặc biệt hỗ trợ 0% lãi suất đến 12 tháng đầu tiên hoặc khuyến mãi lên đến 50 triệu đồng khi mua các mẫu xe Mitsubishi, cùng nhiều hoạt động thú vị dành cho khách hàng của các mẫu xe mới Attrage & Outlander Sport. Chi tiết vui lòng tham khảo tại <http://mitsubishi-motors.com.vn/> hoặc www.facebook.com/MitsubishiMotorsVietnam.



TOYOTA VIỆT NAM

Tháng 12 năm 2014, doanh số bán hàng của công ty ô tô Toyota Việt Nam (bao gồm cả Toyota và Lexus) đạt 4.773 xe, tăng 19% so với năm 2013. Trong đó, các mẫu xe Toyota đạt 4.714 xe: thị trường miền Bắc tiêu thụ 2.302 xe (chiếm 49%), thị trường miền Trung tiêu thụ 694 xe (chiếm 15%) và thị trường miền Nam tiêu thụ 1.718 xe (chiếm 36%). Bên cạnh đó, doanh số bán hàng các mẫu xe Lexus trong tháng 12 đạt 59 xe, nâng doanh số bán hàng các mẫu xe Lexus đạt tổng số 385 xe sau 1 năm Lexus chính thức ra mắt thị trường Việt Nam. Như vậy, tính chung cả năm 2014, doanh số bán hàng của Toyota và Lexus đạt mức kỷ lục mới với 41.205 xe được bán ra thị trường, tăng 24% (tương đương 7.917 xe) so với năm 2013.



CANDINO

Thương hiệu đồng hồ Thụy Sĩ cao cấp Candino vừa ra mắt phiên bản đặc biệt Hoàng Sa, Trường Sa.



Với số lượng sản xuất giới hạn chỉ 1888 chiếc, phiên bản đồng hồ đặc biệt này gồm cặp đôi nam và nữ có nhiều điểm nhấn hấp dẫn. Quốc kỳ Việt Nam được đặt trang nghiêm ở vị trí trung tâm 12h trên mặt số, thể hiện cho niềm tự hào dân tộc luôn tồn tại và truyền đời qua nhiều thế hệ người Việt. Đây đồng hồ được chạm khắc tinh tế hình bản đồ Việt Nam với quần đảo Hoàng Sa, Trường Sa được tượng trưng bằng các cụm chấm tròn ở các vị trí tương ứng, hình bản đồ này đã được Bộ Tài Nguyên & Môi Trường Cục Đo Đạc & Bản Đồ Việt Nam thông qua theo công văn số 909/ĐĐB ĐVN-QL.

Thương hiệu đồng hồ Thụy Sĩ cao cấp Candino vừa ra mắt phiên bản đặc biệt Hoàng Sa, Trường Sa. Với số lượng sản xuất giới hạn chỉ 1888 chiếc, phiên bản đồng hồ đặc biệt này gồm cặp đôi nam và nữ có nhiều điểm nhấn hấp dẫn. Quốc kỳ Việt Nam được đặt trang nghiêm ở vị trí trung tâm 12h trên mặt số, thể hiện cho niềm tự hào dân tộc luôn tồn tại và truyền đời qua nhiều thế hệ người Việt. Đây đồng hồ được chạm khắc tinh tế hình bản đồ Việt Nam với quần đảo Hoàng Sa, Trường Sa được tượng trưng bằng các cụm chấm tròn ở các vị trí tương ứng, hình bản đồ này đã được Bộ Tài Nguyên & Môi Trường Cục Đo Đạc & Bản Đồ Việt Nam thông qua theo công văn số 909/ĐĐB ĐVN-QL.



BRILLOZ

Trong những ngày đầu năm mới, hãng trang sức Brilloz đã tổ chức một Fashion show với tên gọi "Silk with Zen's Breath". Mục đích chính của buổi diễn là giới thiệu 2 bộ sưu tập vòng cổ và vòng tay mới nhất của hãng bên cạnh những thiết kế trang phục lựa của nhãn hiệu Chula. Sau buổi diễn Trang sức Brilloz và thương hiệu Chula đã tìm ra các khách mời may mắn nhận 2 phần giải thưởng là voucher mua sắm tại nhãn hiệu thời trang Chula trị giá 1.500.000 và 1 giải thưởng vòng đá phong thủy trị giá 1.550.000 đến từ Brilloz.



UMA

Chuyên gia thiết kế nội thất UMA đã đi vòng quanh thế giới để tìm kiếm những xu hướng thiết kế, màu sắc cũng như các loại vải sợi "hot" nhất. Hãy cùng khám phá các xu hướng không thể bỏ qua trong bộ sưu tập trang trí cho mùa xuân của cô ấy và tìm hiểu cách ứng dụng chúng vào ngôi nhà của bạn trong dịp Tết này. Các xu hướng nổi bật nhất Hòa tiết hoa bằng màu nước; Len đan nổi; màu kim loại kiểu hiện đại; Trung tính với phong cách đan gian hiện đại; gổm kết cấu thô sẽ khiến ngôi nhà của bạn thật ấn tượng trong mắt những vị khách đến chơi nhà. Mua sắm trực tuyến: <http://www.uma.vn> Hotline: (+84) 914 380 215. Facebook: <http://www.facebook.com/uma.vn/> E-mail: <mailto:contact@uma.vn> contact@uma.vn

NEW WORLD SÀI GÒN

Năm Ất Mùi gõ cửa chào đón một mùa Tết vui tươi, không nơi nào thanh lịch và sang trọng để khởi động mùa lễ hội bằng New World Saigon Hotel. Hãy cùng bạn bè và gia đình bạn đến Dynasty để thưởng thức bữa tiệc đông đầy may mắn, hạnh phúc, an khang và thịnh vượng. Thực đơn tiệc trưa và tiệc tối gồm Yee Sang Tôm Hùm, Yee Sang Cá Hồi Na Uy, Yee Sang Cá Ngừ và Yee Sang Trái Cây được dùng kèm các loại sốt được làm tại nhà hàng như sốt xì muối, sốt mù tạt mật ong và sốt cay đặc biệt. Kết thúc bữa tiệc bạn sẽ được tặng một chiếc bánh quy may mắn để cầu chúc một năm mới tấn tài tấn lộc. Giá từ 280.000 VND/ một đĩa.



MOVENPICK SÀI GÒN

Khách sạn Movenpick Sài Gòn thực hiện chủ đề Ẩm thực Việt Nam cho tháng Hai để đón chào Tết Nguyên Đán. Tết là ngày lễ đặc biệt quan trọng đối với người Việt, khách sạn sẽ được trang trí đậm chất Việt Nam với bánh chưng, dưa hấu, hoa mai, pháo Tết, ... Tiệc tối tự chọn với các món ngon tại chính đất nước Việt Nam sẽ được phục vụ từ 6h - 9h tối mỗi ngày chỉ với giá 799.000 VND/ người. Vietnam Art Gallery sẽ đồng hành cùng khách sạn để tổ chức triển lãm tranh do các họa sĩ đương đại thực hiện, thời gian bắt đầu từ ngày 6 đến 20 tháng Hai. Tuần lễ Triển lãm được khai mạc với buổi bán đấu giá các bức tranh đẹp nhất. Toàn bộ số tiền thu được từ buổi đấu giá sẽ được tặng cho tổ chức Operation Smile - một tổ chức từ thiện phi chính phủ của Mỹ, chuyên tổ chức các ca phẫu thuật chỉnh hình miễn phí mang lại nụ cười cho các trẻ em bất hạnh tại Việt Nam.



TRESEMME

TRESemmé – nhãn hiệu chăm sóc tóc cao cấp đến từ nước Mỹ sẽ là đơn vị chăm sóc và tạo kiểu tóc cho những sự kiện thời trang lớn nhất tại Việt Nam trong năm nay: Cuộc thi tìm kiếm Người mẫu Việt Nam 2014 và sự kiện ELLE Fashion Show Xuân Hè 2015. Với kinh nghiệm đồng hành cùng New York Fashion Week trong suốt 7 năm qua, TRESemmé hứa hẹn mang đến cho những người đam mê thời trang Việt những xu hướng tóc đẹp, hiện đang được yêu mến bởi làng thời trang thế giới. Cũng thông qua những chương trình này, TRESemmé mong muốn phần nào giúp khán giả Việt có góc nhìn mới hơn về thời trang: không chỉ là trang phục, mà phải là sự kết hợp hoàn hảo của tất cả các yếu tố bao gồm cả kiểu tóc. Đây là quan niệm rất quen thuộc tại các kinh đô thời trang thế giới, nhưng vẫn chưa hoàn toàn phổ biến tại Việt Nam.



EQUATORIAL

Tết là khoảng thời gian dành cho gia đình và bạn bè. Nhà hàng Chit Chat (thuộc khách sạn Equatorial) là nơi tốt nhất để bạn cùng với gia đình và bè bạn có những buổi tiệc đáng nhớ vào dịp này. Chúng tôi chuẩn bị cho bạn những bữa tiệc thịnh soạn chỉ với 798.000 đồng ++/ người từ 10 tháng 01 đến 20 tháng 02. Địa chỉ: Equatorial Hotel, 242 Trần Bình Trọng, Q.5, Hố Chí Minh.Tel: 0838397777. Web: www.equatorial.com/hcm



FORTUNA HÀ NỘI

Sau hơn 3 tháng liên tục tổ chức các vòng loại tại 2 miền, 2 nhà hàng xuất sắc đại diện cho 2 miền là Pullman Sài Gòn và Fortuna Hà Nội chính thức bước vào vòng thi chung kết với sự tham dự của hơn 40 giám khảo của chương trình Hương Vị Tuyệt Hảo. Bằng cách kết hợp không khí giao mùa của Hà Nội và phong cách ẩm thực Nhật Bản vào trong thực đơn của mình, nhà hàng Fortuna Hà Nội mang đến một màn trình diễn "nghệ thuật" ngoạn mục và giành chiến thắng với danh hiệu "Hương Vị Tuyệt Hảo". Thực đơn đặc biệt của nhà hàng lần này bao gồm 3 món: Hải sản nướng kiểu Nhật, Cá mú trần chầu nướng với sốt Sambal và Singleton, Creme brulee vị quýt kiểu Nhật.

INTERCONTINENTAL NHA TRANG

Sau một thời gian nghiên cứu thẩm định, khách sạn InterContinental Nha Trang quyết định bảo trợ sự kiện Culin'Art. Đến với sự kiện này, nhiếp ảnh gia quốc tế Thierry Beyne được lựa chọn làm tâm điểm của triển lãm ảnh nghệ thuật kết hợp với chương trình Đại Sứ Ẩm Thực của tập đoàn IHG để mang đến một sự kiện thật sự ấn tượng tại Nha Trang từ ngày 22 tháng 1 đến 24 tháng 2 năm 2015.

Qua chương trình bảo trợ đậm tính nghệ thuật và ẩm thực đặc sắc này, ban Giám Đốc khách sạn kì vọng: khi chiêm ngưỡng các bức ảnh nghệ thuật của Thierry, các du khách sẽ được tham quan vẻ đẹp cuộc sống đương đại rất đặc trưng của Nha Trang - Khánh Hòa. Song song đó, tất cả còn có cơ hội trải nghiệm tài năng của các Đại Sứ Ẩm Thực IHG*. Sự kiện sẽ kết nối tâm hồn và cảm xúc của công chúng khi được cảm nhận màu sắc, hương vị, con người, thiên nhiên... thể hiện trong từng tác phẩm và món ăn của sự kiện.



PALM GARDEN HỘI AN

Palm Garden Hội An đang áp dụng chương trình khuyến mại: Giảm 38% trên giá phòng nghỉ hiện hành. Lựa chọn dịch vụ đưa đón sân bay HOẶC một bữa ăn HOẶC gói massage toàn thân 60 phút. Phiếu giảm giá 300.000 VNĐ cho dịch vụ massage toàn thân tại Palm Spa. Quy định và điều khoản: Giá trên chưa bao gồm 5% phí dịch vụ và 10% thuế. Áp dụng cho kỳ nghỉ đến hết 31/05/2015 (tối thiểu 2 đêm). Chỉ áp dụng cho việc đặt phòng mới của khách lẻ. Chỉ áp dụng cho loại phòng Superior hướng vườn và Deluxe hướng vườn. Chương trình không áp dụng vào các ngày lễ nghỉ. Ưu đãi không áp dụng đồng thời với các chương trình khuyến mãi khác. Thanh toán không hoàn trả khi có xác nhận đặt phòng, không thay đổi và không hủy.



LOTTE LEGEND SÀI GÒN

Từ 13/2 – 01/3/2015, khách sạn Lotte Legend Saigon có chương trình ưu đãi gói phòng hấp dẫn dành cho người Việt Nam và người nước ngoài sống tại Việt Nam.

Tận hưởng những ngày nghỉ Tết đầy sáng khoái và thư giãn tại khách sạn Lotte Legend Saigon mà không còn phải lo nghĩ về giá cả với gói khuyến mãi Tết hấp dẫn không ngờ: Phòng Deluxe chỉ có giá 3.700.000++ VND một đêm dành cho 02 người. Giá trên bao gồm ăn sáng và ăn tối dành cho 02 người tại nhà hàng Atrium Café, giảm giá 10% cho tất cả các loại thức ăn và nước uống, miễn phí sử dụng hồ bơi, phòng tập thể hình, khu vui chơi trẻ em và phòng xông hơi. Để đặt phòng vui lòng gọi (84.8) 3823 3333 xin số 105 hoặc email: reservation.saigon@lotte.net



JW MARRIOTT HÀ NỘI

Từ ngày 20 tháng 1, nhà hàng Crystal Jade Palace tại JW Marriott Hanoi giới thiệu tới thực khách một món ăn truyền thống không thể thiếu khi chào đón năm mới. Món bánh Niên Cao (Nian Gao) mang ý nghĩa một năm mới tốt đẹp hơn, được làm từ bột gạo nếp, bột mì, nước và đường, tạo hình cá chép vàng. Trong văn hóa phương Đông, cá chép gắn liền với truyền thuyết vượt vũ môn hóa rồng, là biểu tượng cho sự kiên trì, bền chí, thăng tiến trong công danh và tài lộc. Với mức giá 488,000++VND mỗi chiếc với các loại nhân: hạt dẻ, cà rốt, nếp và 688,000++VND cho một cặp bánh, chắc chắn đây sẽ là món quà ý nghĩa trong dịp năm mới tới gia đình, bè bạn và đối tác.



SHERATON HOTEL

Tết đang tới gần. Hãy khởi đầu một năm mới thịnh vượng, tụ hội cùng người thân, gia đình trong kì nghỉ quan trọng nhất năm tại nhà hàng Oven D'or. Lũ trẻ có cơ hội trải nghiệm rất nhiều những trò chơi dân gian của người Việt như Tô Hề, vận bóng và tham gia rút thăm lì xì may mắn. Thời gian: Từ ngày 18 – 22/12/2015. Buffet tối: VND1,350,000++/người (bao gồm rượu, bia, nước ngọt). Áp dụng tất cả các chương trình khuyến mại giảm giá.



HEINEKEN

Bạn đã sẵn sàng cho những trải nghiệm lễ hội tung bừng nhất cùng với thương hiệu Heineken và chương trình "Rực Rỡ Sắc Màu Lễ Hội" chưa? Một không khí lễ hội cuối năm sôi động đang chờ đón người hâm mộ Việt Nam khám phá. Đây là cơ hội để khán giả thể hiện phong cách và sự sáng tạo của mình, tận hưởng một mùa lễ hội đầy ý nghĩa cùng Heineken.

Cũng trong dịp này, Heineken tiếp tục ra mắt mẫu thùng 24 lon mới với thiết kế sang trọng và ấn tượng chào đón mùa lễ hội cuối năm và đem đến cho khách hàng một trải nghiệm bia tinh tế, trọn vẹn. Với vẻ ngoài mới hiện đại sang trọng, đây sẽ là quà tặng hoàn hảo dành cho gia đình bạn bè và những buổi tiệc tung bừng của năm mới.

Chương trình "Rực Rỡ Sắc Màu Lễ Hội" này sẽ mang đến hàng loạt những hoạt động tương tác thú vị tại hơn 200 nhà hàng cao cấp của Heineken trên toàn quốc. Truy cập trang Facebook fanpage của Heineken tại www.facebook.com/heineken để cùng tỏa sáng với hành trình "Rực Rỡ Sắc Màu Lễ Hội" của Heineken ngay từ hôm nay!



ANNAM MEGA SALES 2015



Ngày hội Mega Sale được công ty TNHH Thực phẩm Ân Nam tổ chức sẽ diễn ra trong 2 ngày duy nhất 4 & 5/2/2015, từ 8h-21h, tại Nhà triển lãm 92 Lê Thánh Tôn, Quận 1, Tp.HCM. Đây là chương trình giảm giá đặc biệt lên đến 50% của nhiều thương hiệu quốc tế nổi tiếng: Bánh Pepperidge Farm, Socola Lindt, kẹo Haribo, snack Lorenz, Tyrrells,...; Mì nui Ý Barilla, dầu ô-liu Latino Bella, sốt ớt Tabasco, nước tương Kikkoman,...; Si-rô trái cây Tesseirre, nước khoáng có gas Perrier, kem Haagen Dazs; Mỹ phẩm cao cấp Yves Rocher,... Trong 2 ngày của chương trình, người tiêu dùng còn có nhiều cơ hội được dùng thử các sản phẩm chất lượng cao cấp quốc tế. 100 khách hàng đầu tiên của ngày sẽ nhận được những phần quà hấp dẫn từ ban tổ chức.

SOFITEL PLAZA HÀ NỘI

Khách sạn Sofitel Plaza Hà Nội vừa chào đón Tổng Bếp trưởng Cameron Gardiner gia nhập đội ngũ đại sứ của khách sạn. Khởi nghiệp từ tuổi 15, Gardiner đã làm việc trong nhiều nhà hàng và khách sạn năm sao tại quê nhà Australia trước khi chuyển tới Trung Đông vào năm 2007 để gia nhập vào đội ngũ của khách sạn JAL Fujairah Resort and Spa, khách sạn đầu tiên tại Trung Đông của tập đoàn Nikko. Năm 2011 là một bước ngoặt quan trọng trong sự nghiệp của đầu bếp Gardiner khi anh tham gia vào đội ngũ bếp trưởng của Chiram Strategic Group, tập đoàn sở hữu chuỗi nhà hàng hàng đầu tại Hong Kong và đảm nhiệm 3 nhà hàng của tập đoàn.

Trước khi đến với Sofitel Plaza Hanoi, Bếp trưởng Gardiner đã có nhiều trải nghiệm ở Việt Nam như tại MGallery La Veranda Resort Phú Quốc và gần đây tại Novotel Danang Premier Han River.



HUAWEI

Ngày 8/1/2015, Huawei chính thức ra mắt loạt sản phẩm smartphone thế hệ mới của hãng, bao gồm hai sản phẩm hàng đầu là Mate7 và P7 Arsenal, cùng với hai sản phẩm G7 và Holly Honor, hiện được xem là những smartphone tốt nhất thế giới. Các sản phẩm này được ra mắt cùng chủ đề "Sống Chất". Trong chuỗi 4 sản phẩm được Huawei giới thiệu từ đầu năm 2015, Mate7 là sản phẩm công nghệ hàng đầu của hãng với những cải tiến về trải nghiệm người dùng, P7 Arsenal là phiên bản hạn chế có thiết kế đặc trưng của CLB Arsenal, G7 là model mới nhất của dòng sản phẩm Ascend G vốn đã đạt được nhiều thành công, và Honor Holly là lựa chọn tốt nhất cho người sử dụng. Các sản phẩm sẽ có mặt tại Việt Nam từ tháng 2 năm 2015.



SILK PATH HÀ NỘI

Khách sạn Silk Path Hanoi mới đây được công nhận là Khách sạn sang trọng và tốt nhất cho gia đình 2014 (Best Family Luxury Hotel) tại Việt Nam, thuộc hệ thống giải thưởng Khách sạn sang trọng thế giới (World Luxury Hotel Awards), giải thưởng uy tín nhất trong ngành du lịch khách sạn. Giải thưởng Khách sạn sang trọng thế giới được thành lập năm 2006 nhằm vinh danh các khách sạn với dịch vụ xuất sắc chia theo 50 hạng mục khác nhau. Giải thưởng được bình chọn hàng năm bởi các trung tâm du lịch lữ hành và khách du lịch. "Chúng tôi rất tự hào được nhận giải thưởng này. Đây là minh chứng cho sự nỗ lực không ngừng của toàn thể nhân viên khách sạn mang đến sản phẩm và dịch vụ tốt nhất tới khách hàng" - Tổng giám đốc khách sạn Silk Path chia sẻ.



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 Cạn, Hà Nội
- Vincom Center B

Burberry

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

Bvlgari

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

Parkson Plaza

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

Cartier

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

Chanel

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

Chloé

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

Chopard

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

Clé De Peau Beauté

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

Clinique

- 28 Lê Thái Tổ, Hà Nội

- ♦ Parkson Viet Tower 198 B Tây Sơn, Hà Nội
- ♦ Diamond Plaza 34 Lê Duẩn, Q1, Tp.HCM
- ♦ Pakson Saigon Tourist Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM

Diesel

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

Crescent Mall

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

Dilusso

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

Dior

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

DKNY

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

Vincom Center A

- ♦ 171 Đồng Khởi, Q1, Tp.HCM

Elizabeth Arden

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

Estée Lauder

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

FCUK

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

Givenchy

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

Gucci

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

Guess

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

Hermès

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

Hugo Boss

- ♦ 60 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Jimmy Choo

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

Just Cavalli

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

Kenzo

- ♦ 32 Hàng Bài, Hà Nội

Korloff

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

L'Occitane

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

New World Hotel

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

L'Oréal

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

Lacoste

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

Lancôme

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

Lee Shop

- ♦ 41 Nguyễn Trãi, Q1
- ♦ Parkson Hùng Vương (tầng 2) – 126 Hùng Vương, Q5
- ♦ Parkson Flemington (tầng 2) – 184 Lê Đại Hành, Q11
- ♦ Nowzone (tầng 1) – 235 Nguyễn Văn Cừ, Q1
- ♦ Vincom (tầng B1) – 72 Lê Thánh Tôn, 47 Lý Tự Trọng, Q1

Louis Vuitton

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

Luala

- ♦ 61 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- ♦ 88 Đồng Khởi, TP.HCM

Mango

- ♦ Vincom Center 114 Mai Hắc Đế, Hà Nội
- ♦ 33A-35A Lý Thường Kiệt, Hà Nội
- ♦ Parkson Viet Tower 198B Tây Sơn, Hà Nội
- ♦ 40-42 Nguyễn Trãi, Q1, Tp.HCM
- ♦ Saigon Centre, Q1, Tp.HCM
- ♦ 96 Mạc Thị Bưởi, Q1, Tp.HCM

Marc Jacobs

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

Milano

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

Minelli

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

Mobiado

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

Montblanc

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

Morgan

- ♦ Vincom Galleries 191 Bà Triệu, Hà Nội

Moschino

- ♦ 3 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Naf Naf

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

Nautica

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

Nine West

- ♦ 486A Lý Thái Tổ, Hà Nội.
- ♦ 83B Lý Thường Kiệt, Hà Nội.
- ♦ 156 Hai Bà Trưng, Q.3, Tp.HCM.
- ♦ 65 Lê Lợi, Q.1, Tp.HCM.

Omega

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

Paris & France

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

Pedro

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

Ralph Lauren

- ♦ Rex Hotel - 141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q.1, Tp HCM
- ♦ Vincom Center A 171 Đồng Khởi, Q.1, Tp HCM

Runway

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

Salvatore Ferragamo

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

Sergio Rossi

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

The Body Shop

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

Tissot

- ♦ Thương xá Tax, 135 Nguyễn Huệ, Q.1, Tp HCM.
- ♦ Diamond Department Store, 34 Lê Duẩn, Q.1, Tp HCM.
- ♦ Tictac, 72 Đồng Khởi, Q.1, Tp HCM.
- ♦ TTTM BigC, 222 Trần Duy Hưng, Q.Cầu Giấy, Hà Nội.
- ♦ New Watch, 37 Hàng Khay, Q.Hoàn Kiếm, Hà Nội.

Tommy Hilfiger

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

Crescent Mall

- ♦ Đại lộ Nguyễn Văn Linh, Phú Mỹ Hưng, Q.7, Tp.HCM

Topshop/Topman

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

Valentino

- ♦ 59 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Van Laack

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

Versace

- ♦ Vincom Center B - 72 Lê Thánh Tôn, 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



Dolce & Gabbana

18K Yellow Gold
Ladies' Rolex
Datejust With Silver
Dial And Oyster
Bracelet Rolex



CHÂU BÁCH MEDIA

HÀ NỘI: Phòng 2102, Tầng 21, Thành Công Building, 57 Láng Hạ, Ba Đình, Hà Nội

ĐT: **04.3773 8005** * Fax: **04.3773 8006**

TP.HCM: Tầng 6, Tòa nhà Fafilm, 06 Thái Văn Lung, Q1: TP HCM.

ĐT: **08.3824 6841** * Fax: **08.3820 5009**

EVENT DIRECTOR & MARKETING MANAGER

OBI ĐĂNG

obi.dang@chaubachmedia.com

EVENT DEVELOPMENT

QUỲNH ANH

MARKETING EXECUTIVE

TRANG PHẠM

DIGITAL DEVELOPMENT

HẠNH LÊ

MEDIA

NGỌC NGUYỄN

EVENT PRODUCER

NGỌC AN

DESIGNER

NHUNG TRINH

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 cao cấp hàng đầu:

Ấn phẩm **HÀNG HIỆU (2007)** và ấn phẩm **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

ROTARY



EST IN SWITZERLAND 1895 - WATERPROOF



**SWISS
MADE**

**KHÁNG NƯỚC
BƠI LẦN CẢ NGÀY**

**BẢO HÀNH
TRỌN ĐỜI**

www.rotarywatches.com

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

SHOPS: **Saigon** • **Maximark** 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (383 28991) • **Vincom Center** 216 Võ Văn Ngân, Q.Đ (37223433) **Hà Nội** • **Lotte Center** 54 Liễu Giai, Q.Đ (32676555) • **Big C** Thăng Long 222 Trần Duy Hưng, Q.CG (37833960) • **Duy Anh Watch** 7 Hàng Khay, Q.HK (66566660) **Vinh** • **Big C Vinh** 2 Quang Trung (3596226) **Đà Nẵng** • **Big C** Vĩnh Trung Plaza 225-227 Hùng Vương (3666066) • **Indochina Riverside Mall**, Tầng trệt, 74 Bạch Đằng (3815268) **Nha Trang** • **Nha Trang Center** 20 Trần Phú (6516666) - **SERVICE CENTERS:** • **Sun Wah** Tower 115 Nguyễn Huệ, Q.1 (3821 9279) • **Maximark** 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (383 28991)

T **+** *Hold me tight*



PINKY BY TISSOT VALENTINE'S DAY. MOTHER-OF-PEARL DIAL WITH SCRATCH-RESISTANT SAPPHIRE CRYSTAL AND WATER RESISTANCE UP TO 3 BAR (30 M / 100 FT). INNOVATORS BY TRADITION.

TISSOT.CH

T **+**
TISSOT
LEGENDARY SWISS WATCHES SINCE 1853

TOPTER | Hà Phan Phối Độc Quyền - 91 Thạch Thị Thanh, Q.1, TP.HCM - Tel: (84-8) 3820 2204 - Fax: (84-8) 3820 2959 - Email: contact@bptesco.com.vn - Website: www.bptesco.com.vn
BOUTIQUE: Sun Wah Tower 115 NGUYỄN HUỆ, Q.1, TP.HCM (3821 9279) | Big C Thăng Long 222 TRẦN DUY HƯNG, Q.CG, HÀ NỘI (27322301) | SERVICE CENTER: Sun Wah Tower 115 NGUYỄN HUỆ, Q.1, TP.HCM (3821 9279)

SÀI GÒN: Saigon Center 65 Lê Lợi, Q.1 (38212231) | Vincom Center 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1 (39929099) | Vincom Center 216 Võ Văn Ngân, Q.TB (27223422) | Union Square 116 Nguyễn Huệ, Q.1 (38257729) | Diamond Plaza 24 Lê Duẩn, Q.1 (38227884) | Parkson Saigon Tourist 35-45 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38277578) | Parkson CT Plaza 60A Trương Sơn, Q.TB (62971839) | Maxlmark 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (38228991) | Maxlmark 15-17 Cộng Hòa, Q.TB (39483227) | Tân Tân 48 Lê Lợi, Q.1 (38232778) | Minh Thẳng 72B Lê Lợi, Q.1 (38220465) | Tice Tac 72 Đồng Khởi, Q.1 (38293292) | TDC 393 Điện Biên Phủ, Q.3 (39290685) | Minh An 867 Nguyễn Trãi, Q.5 (38554549) | PNU 174 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38247211) | PNU 57 An Dương Vương, Q.5 (38202399) | PNU 159 Phan Đăng Lưu, Q.Ph (39900489) | PNU 52 Nguyễn Văn Trỗi, Q.Ph (38441212) | PNU 262A 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) | Sawco Megamall 7-9 Nguyễn Văn Linh, Q.LB (62550099) | Lotte Center, 54 Liễu Giai, Q.BĐ (32676555) | Lotte Mart, 229 Tây Sơn, Q.BĐ (38529966) | Duy Anh Watch 200A Phố Huế, Q.HBT (22148226) | New Watch 27 Hàng Khay, Q.HK (39344865) | **VINH**: Big C Vinh 2 Quang Trung (3596226) | **ĐÀ NẴNG**: Big C Vinh Trung Plaza 225-227 Hùng Vương (3666066) | Indochina Riverside Mall 74 Bạch Đằng (3843818) | PNU 122 Hùng Vương (3812618) | **QUY NHƠN**: PNU 324 Trần Hưng Đạo (3812590) | **HA TRĂNG**: **NHA TRĂNG** Center 20 Trần Phú (6516666) | **VUNG TAU**: Đại Hùng 228 Bàu P2 (3530085) | **BIÊN HOÀ**: PNU 482 Phạm Văn Thuận (3811818)