

STYLÉ

PHONG CÁCH CỬA HÀNG

LBB
LÀ GÌ VẬY?

Haute Couture
Spring Summer
2015

LOVE
RULES!

YÊU SAO PHẢI
RÁP KHUÔN?

BEAUTY
NHỮNG TUYỆT TÁC
KHÔNG TÊN

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**

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.

• **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 Thị Nhâm, Hà Nội. Tel: 04.39712439
• **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội. Tel: 04.33662566
• **HATHANH FORD MYDINH:** 02 Tôn Thất Thuyết, Nam Từ Liêm, Hà Nội. Tel: 04.37957518
• **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920
• **THANHQUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525
• **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng. Tel: 0313.668990
• **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hà Long. Tel: 033.3628699
• **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh. Tel: 038.3515292
• **DANANG FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555
• **DANANG FORD BINHDINH:** 73 Tây Sơn, Quý Nhơn, Bình Định. Tel: 056.3546555
• **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột. Tel: 0500.3954999

• **CITY FORD NHA TRANG:** 580 Lê Hồng Phong, TP. Nha Trang. Tel: 058.3880366
• **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP. HCM. Tel: 08.38157979
• **CITY FORD:** 78B, Quốc Lộ 13, Phường 26, Bình Thạnh, TP. HCM. Tel: 08.35120473
• **PHUMY FORD:** Lô B1, Đường C2, KCN Cát Lái Z, Quận 2, TP. HCM. Tel: 08.37425454
• **SAIGON FORD:** 61A Cao Thắng, Quận 3, TP. HCM. Tel: 08.38181458
• **SAIGON FORD PHUQUANG:** 104 Phố Quang, Tân Bình, TP. HCM. Tel: 08.38442947
• **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP. HCM. Tel: 08.38776732
• **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa. Tel: 061.3857130
• **CANTHO FORD:** Lô IIC - 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



Go Further

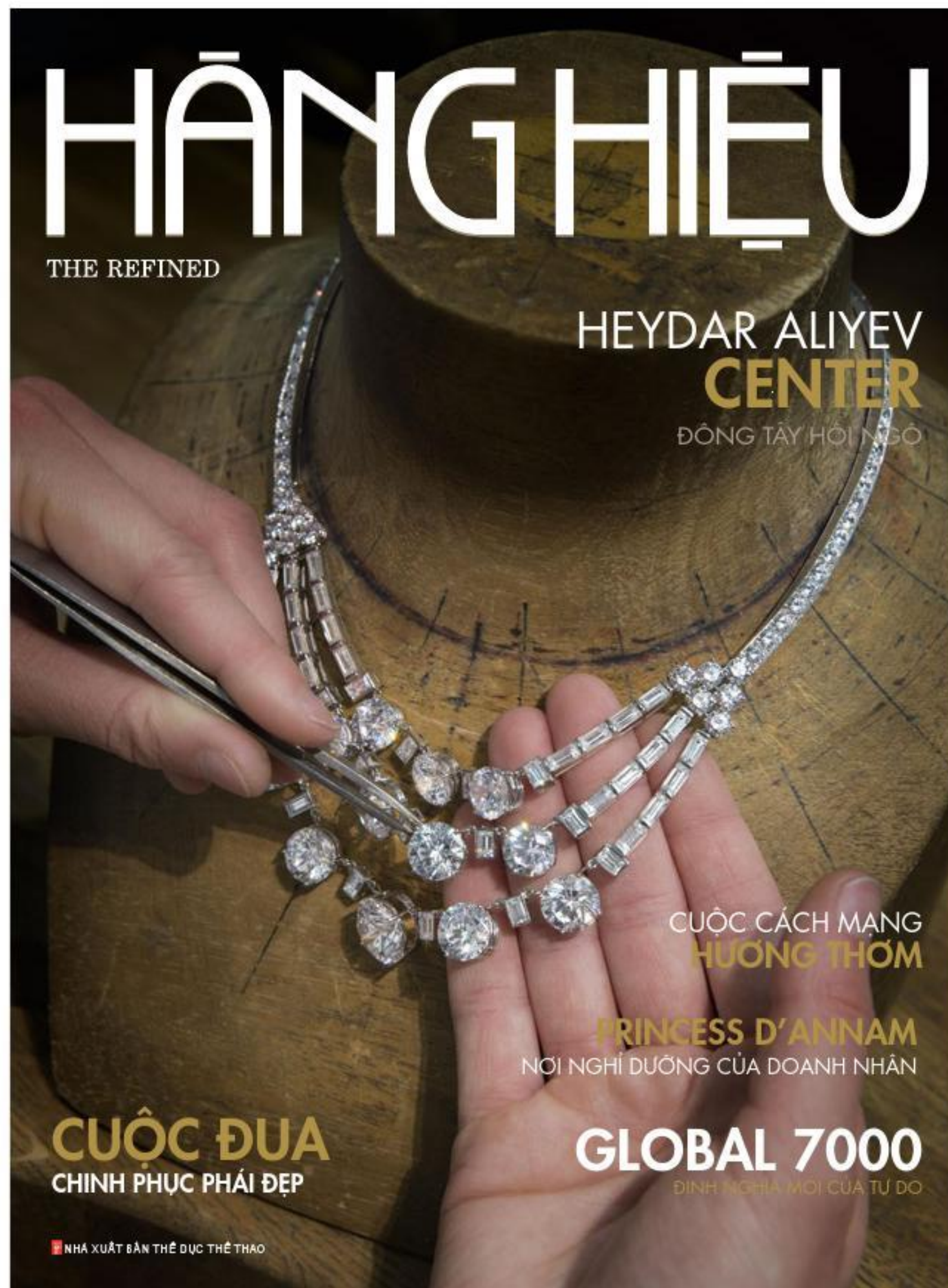


VERSACE JEANS



MỜI BẠN ĐÓN ĐỌC HÀNG HIỆU

THÁNG 2-3 / 2015



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

ESCADA.COM

ESCADA



M I C H E L
HERBELIN
PARIS



Cửa hàng đồng hồ **Michel Herbelin** chính hãng:

Hà Nội: WATCH GALLERY Lotte Department Store, Tel: 04.33332163

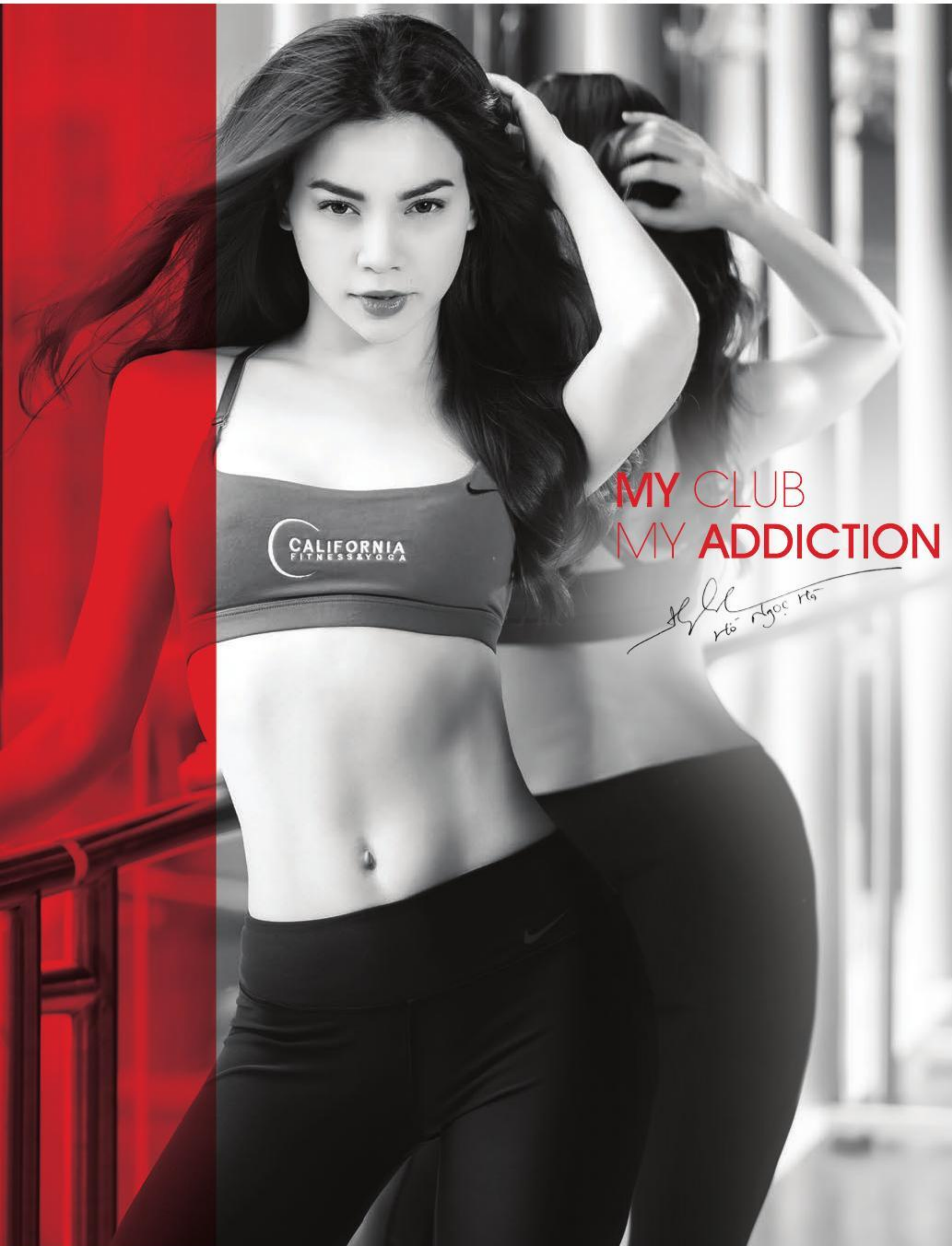
TP.HCM: WATCH GALLERY Parkson Saigon Tourist, Tel: 08.22101653

Parkson Hùng Vương, Tel: 08.22430318 • Parkson Cantavil, Tel: 08.62812292

PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



MY CLUB
MY ADDICTION

Hydr
rtio rtio rtio

CALIFORNIA
FITNESS & YOGA

STYLE CONTENTS

Feb - Mar / 2015



CREATIVE DIRECTOR & PHOTOGRAPHER: **SAMUEL HOANG**
MAKE UP ARTIST: **TÚ SHARK**
HAIR: **VÂN HAIR**
STYLIST: **LAN ANH**
MODEL: **THÚY HƯƠNG**
PRODUCER: **NGOC AN**
FASHION: ÁO KHOÁC, QUẦN, ÁO, VÒNG CỔ: **BRUNELLO CUCINELLI** -
TÚI, KHĂN: **KENZO** - ĐỒNG HỒ: **PERRELET**

STYLE TALKS

20. TEA CORNER
NỮ THẦN HAY THẨM CHÙI CHÂN



FASHION

26. HAUTE COUTURE SPRING SUMMER 2015
30. JESSICA STEIN: ĐI LANG THANG VỚI TUULA
66. 6 CỘT MỐC ĐÁNG NHỚ CỦA THỜI TRANG





BRUNELLO CUCINELLI

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

STYLE CONTENTS

Feb - Mar / 2015

BEAUTY

- 85. BEAUTY BUZZ
- 92. NGUYÊN LIỆU VĨNH CỬU
- 94. BẢO ĐỘNG! DA CHẢY XỆ!
- 98. THÁCH THỨC VỚI HYDROXYCITRIC ACID
- 100. NHỮNG TUYỆT TÁC KHÔNG TÊN



LIFESTYLE

- 106. SMARTPHONE: NÊN MUA GÌ THỜI ĐIỂM NÀY?
- 118. NHỮNG BÔNG LAI CÓ THẬT
- 126. VÀO BẾP MÙA XUÂN



ENTERTAINMENT

- 134. NHỮNG CÔ GÁI MÙA XUÂN
- 144. BỔNG DỤNG MẤT HỨNG
- 148. SAM SMITH: CHÀNG TRAI ĐA CẢM CỦA XỨ SỞ SƯƠNG MÙ
- 151. THE TALE OF PRINCESS KAGUYA: NHƯ MỘT LỜI CHIA TAY





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 da 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: 32/QĐ-XBTDĐT/09-2015/CXB/73-914/TDĐT

Khổ: 21x28.5cm

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

In xong nộp lưu chiểu tháng 2 năm 2015

ISBN: 978-604-85-0322-2

Giá: 39.500 VNĐ

KENZO STORE, TRANG TIEN PLAZA, 24 HAI BA TRUNG, HANOI +43 9366672

KENZO



EDITOR'S NOTE

LOVE RULES!

YÊU SAO PHẢI RÁP KHUÔN?

Không biết từ bao giờ nhưng có lẽ đối với nhiều người Tháng Hai đã được mệnh danh là tháng của Tình Yêu vì nhiều lí do. Nào là Valentine, nào là Tết, nào là Lập Xuân, thời điểm lý tưởng ôn hoà để trao ra yêu thương, bày tỏ cảm xúc và nhận lại ấm áp đủ đầy. Tình Yêu ấy mà, cho dù ở độ tuổi hay địa vị nào đi chăng nữa, tận sâu trong mỗi chúng ta đều ít nhiều khao khát nó, ít nhiều có lần mơ mộng về nó.

Thế nhưng, Yêu có nhất định phải giống nhau? Yêu có nhất định phải theo sách tâm lý hay chuỗi bài dài không hồi kết tựa tựa nhau theo kiểu “9 Cách Đánh Gục Chàng” hay “Làm Thế Nào Cho Chàng Vào Bẫy”? Chúng tôi nghĩ là không, ít ra là với những cô gái Style biết yêu bản thân mình đúng cách, biết trân trọng giá trị của chính mình. Tình Yêu của họ trải dài 365 ngày như một bản hoà tấu với những cung trầm khi cần, những nốt cao khi hưng phấn và thậm chí cả những quãng ngắt để tìm sự cân bằng. Họ nhất định không cần nhìn bên trái, liếc bên phải, ngược lên trên, cúi xuống dưới để xem ai yêu ai thế nào mà làm thước đo. Họ chỉ thành thật là họ, dám yêu dám ghét, dám trọn vẹn và dám buông bỏ.

Và hơn hết, Tình Yêu không nhất định chỉ gói gọn trong một người đàn ông. Gia đình, công việc, những thú vui dù là giản dị bé nhỏ nhất cũng luôn có thể trở thành một nét chấm phá hoàn hảo cho cuộc sống tràn ngập xúc cảm của bất kì cô gái Style nào. Chính vì thế, chúng tôi tuyệt đối không đi tìm định nghĩa của Yêu, không đề ra bất kì khuôn mẫu nào. Chúng tôi chỉ hi vọng cho dù Yêu là động từ hay danh từ, là điểm đến hay hành trình, là mục tiêu hay gia vị cuộc sống thì bạn cũng đã đang và sẽ mãi nguyên vẹn với nó. Hãy bắt chắp đi!



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 THI | 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 Tea Corner

I ♥
FEMINI

NỮ THẦN HAY THẨM CHÙI CHÂN

SM

"THERE ARE ONLY TWO TYPES OF WOMEN GODDESSES AND DOORMATS." (Chỉ có hai dạng phụ nữ - nữ thần hoặc thảm chùi chân) - Pablo Picasso. Và rất nhiều phụ nữ tin rằng, muốn trở thành nữ thần trong mắt mọi người mà đặc biệt là trong mắt nửa kia của thế giới, nàng sẽ là phái người cầm lá cờ tiên phong trong công cuộc đòi lại nữ quyền - những đặc quyền của phụ nữ. Nhưng lại chẳng có mấy ai hiểu được ý nghĩa thực sự của hai chữ "nữ quyền".

ĐỒNG LINH

21^{STYLE}

“Bản thân một người phụ nữ, khi đem đàn ông ra làm mục tiêu để phấn đấu, để vượt qua, là người phụ nữ ấy đã tự hạ thấp giá trị của mình rồi.”



1001 CÁCH ĐỊNH NGHĨA “NỮ QUYỀN”

Năm 2011, MV Run The World (Girls) của Beyoncé ra mắt và nhận được sự ủng hộ nhiệt tình của chị em phụ nữ trên toàn thế giới. “Nữ quyền” bắt đầu được nói đến nhiều hơn, các nàng cũng đua nhau hả hê rằng “Phụ nữ mới là người thống trị thế giới, đàn ông chỉ là một lũ vô dụng và đáng vứt đi”. Cô nàng đồng nghiệp của tôi là một trong những cá nhân như vậy, sống chết tôn thờ chủ nghĩa “nữ quyền có nghĩa là ghét đàn ông”. Từ sự tan vỡ của bố mẹ với việc tự dưng xuất hiện một đứa con riêng của bố và một người phụ nữ khác, đến việc khi lớn lên, nàng yêu ai cũng trắc trở và toàn giữa đường đứt gánh. Một người phụ nữ khi bị phản bội và mất quá nhiều niềm tin vào đàn ông, hẳn nhiên sẽ hiểu hai chữ “nữ quyền” là phải biến đàn ông thành tấm thảm chùi chân của mình. Vậy là từ đó, trong mắt cô bạn tôi chẳng còn bóng dáng của bất cứ người đàn ông nào nữa. Ngay cả người đàn ông đáng tin cậy nhất, đáng kính nhất là bố nàng cũng đã sụp đổ hình tượng rồi. Cô ấy hẳn học và chán ghét đàn ông. Nàng luôn đáp trả mọi lời làm quen, rủ đi ăn hay mời đi uống nước bằng thái độ khinh khỉnh trên phân kiểu “Anh tuổi quái gì mà đòi nói chuyện với tôi?”. Ngày ngày, cô ấy cứ sống với niềm tin như vậy, và nghĩ rằng chẳng có ai nữ quyền hơn mình. Tôi không hiểu cô ấy có thấy vui hay hạnh phúc không, khi sống một cuộc đời không những thiếu mà còn thù ghét đàn ông như vậy. Có lẽ là không. Vì hiếm khi tôi thấy cô ấy nở nụ cười hay cảm thấy mình xinh đẹp bao giờ. Nàng như một mụ già cau có, một con quạ khoang mang điểm gở tới tất cả mọi người.

Một cô bạn khác của tôi thì luôn lấy đàn ông làm thước đo cho mọi khía cạnh, lĩnh vực trong cuộc sống của mình. Chẳng

bạn thân kiếm được nghìn đô một tháng, nàng cũng phải sống chết cày tiền để kiếm được hần nghìn mới thôi. Thấy ông anh mình chơi bời như điên, yêu đương lung tung xoe đúng kiểu womanizer, nàng cũng phải học tập để biến mình thành man-eater cho hợp mốt. Vậy là nàng ngày quần quật đi làm, tối lại váy xống sang chảnh lên bar pub tụ tập với những cô nàng luôn kêu gào bình đẳng, thích sống và yêu như một chàng trai. Không biết bao nhiêu lần tôi đã phải giật mình tự hỏi không hiểu nàng lấy đâu ra lắm năng lượng thế, không hiểu vì có gì mà niềm tin của nàng rằng “nữ quyền là phải vượt qua, phải thắng đàn ông” lại mạnh mẽ đến thế? Chưa đến một năm, cô bạn tôi đã phấn đấu lên được chức trưởng phòng dự án, nắm kha khá quyền sinh quyền sát trong tay. Nàng hả hê lắm, vì anh người yêu cũ của nàng dám bỏ nàng đi yêu chị sếp của lão ta. Trong công việc là vậy, còn trong tình yêu, nàng cũng dễ dãi và thoáng ý như một đấng đại trượng phu. Chàng này mời li rượu, chàng kia tặng món quà đắt tiền và mời nàng đi ăn ở nhà hàng năm sao sang trọng, vậy là đủ để nàng và chàng dừng chân chạng cuối ở một khách sạn hạng sang nào đó. Cô ấy cứ sống và hưởng thụ như một chàng trai như vậy, cho đến khi nàng gặp một người. Hẳn đó đúng là người đàn ông của cuộc đời nàng rồi, vì đó là người đầu tiên mà nàng muốn gắn bó lâu dài và nghiêm túc. Nhưng trong một bữa ăn tối, khi trở ra sau khi đi vệ sinh, nàng sẽ lén nghe được chàng trò chuyện với ai đó trong điện thoại “Em này cứ như cái website, một ngày phải có vài trăm thằng qua lại. Tao nghe danh lâu rồi, tìm hiểu tán tỉnh thử ai ngờ mới ướm thử đã đồng ý rồi haha”. Nàng chết sững và đứng hình ngay tại trận.



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE


SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

VỀ ĐẸP TỰ THÂN

“Nữ quyền” hay “bình đẳng giới” là hai khái niệm hay bị hiểu nhầm, hiểu sai lệch, nhất là bởi những người phụ nữ quá nhạy cảm và dễ bị kích động. Khi ấy, họ chỉ muốn tìm mọi cách để đập đổ, để vượt qua những người đàn ông xung quanh mình, để thỏa mãn đứng trên vị trí cao nhất mà nhìn xuống hãnh diện “Ta đã tìm lại được nữ quyền cho mình rồi!” Những người phụ nữ ấy đã quên mất một điều: Đàn ông chưa, và sẽ không bao giờ là điểm so sánh để định danh nữ quyền của một người phụ nữ.

Có lẽ vì từ nhỏ, đa số chúng ta - những người phụ nữ đã phải sống trong những gia đình có tư tưởng, suy nghĩ phong kiến và cổ hủ. Vô hình chung, khi trưởng thành, những người phụ nữ ấy sẽ vô tình hình thành suy nghĩ trong đầu rằng “À, gia đình họ hàng nhà mình toàn trọng nam khinh nữ, vậy nữ quyền có nghĩa là trọng nữ khinh nam. Bình đẳng giới nghĩa là phụ nữ có quyền làm những điều đàn ông làm, ăn mặc như đàn ông, nói năng như đàn ông, được coi trọng như đàn ông”. Những người phụ nữ ấy, họ đang sai ở đâu vậy? Sai ở chỗ: Tại sao chúng ta lại lấy đàn ông làm điểm so sánh để định danh “nữ quyền”? Tại sao đàn ông lại là thước đo chuẩn mực cho cái gọi là bình đẳng giới? Bản thân một người phụ nữ, khi đem đàn ông ra làm mục tiêu để phấn đấu, để vượt qua, là người phụ nữ ấy đã tự hạ thấp giá trị của mình rồi.

Nữ quyền, không có nghĩa là làm mọi thứ như đàn ông, cũng không phải là thù ghét hay phải “dìm” đàn ông bằng mọi cách. Nữ quyền chính là về đẹp tự thân, là sự tự tin, gốc rễ nuôi dưỡng vẻ đẹp tâm hồn và ngoại hình của người phụ nữ. Khi ấy, nàng vẫn sẽ kiếm thật nhiều tiền, nhưng không phải để trên phân ai cả, chỉ để nàng được sống thoải mái hơn, có điều kiện chăm sóc bản thân và những người nàng yêu thương hơn. Nàng vẫn sẽ quyến rũ, vẫn rạng ngời xinh đẹp, nhưng không phải để quyến rũ đàn ông, mà là để đàn ông thấy nàng hấp dẫn và muốn sở hữu nàng, chinh phục nàng. Chính tư tưởng mới là thứ quyết định nàng đã có được quyền bình đẳng - nữ quyền cho mình hay chưa, chứ không phải một khuôn mặt, một cái tên hay sự thành công của một người đàn ông nào đó.

Phụ nữ thông minh, thành đạt, chắc chắn sẽ giàu có. Giàu có rồi, chắc chắn sẽ xinh đẹp. Điều nàng thiếu chỉ còn là phong thái an nhiên, và để nét quyến rũ của mình tự do bung nở mà thôi. Khi ấy, nàng sẽ mặc nhiên biến thành một nữ thần đầy hấp lực trong mắt cả thế giới này.

Và tất thảy đàn ông lại phát điên lên vì nàng.

FASHION

STYLE

FASHION TRENDS - FASHION ICON - FASHION STORY



HAUTE COUTURE SPRING SUMMER 2015



Alexis Mabille

"Có những đêm kì lạ khi ta thấy một khóm hoa cũng có tâm hồn", lời tựa ấy của nhà thơ Albert Samain cũng chính là nhận xét của tất cả những người được chiêm ngưỡng bst tập của Alexis Mabille vừa qua. Với những đường cắt uyển chuyển cùng chất liệu mềm mại hay chi tiết tinh ý, Alexis Mabille đã hoàn toàn biến thân thể của các người mẫu trở thành những thân cảnh mềm mại, để trên đó, những nụ hoa rực rỡ có, ý nhị có, thì nhau bung nở lộng lẫy.



Viktor & Rolf

Kể từ khi trở lại với haute couture, hai nhà thiết kế người Hà Lan là Viktor Horsting và Rolf Snoeren đã mang đến cho những người yêu thời trang các bộ cánh để có thể bước ra ngoài thăm dò. Và ở bst lần này, họ dường như đã mang đến cả một khu vườn đầy hoa lá. Trên mỗi một thiết kế đều dễ dàng nhận ra sự bùng nổ của màu sắc, của họa tiết nhưng kiểu dáng lại rất đặc trưng "ready-to-wear" tạo cảm giác gần gũi. Nhưng không vì thế mà mất đi sự "cầu kì" vốn dĩ của haute couture khi sự sáng tạo bộc lộ ở cách pha màu, kết hợp cấu trúc và phá cách ở những chiếc mũ cói độc đáo.



Elie Saab

Trung thành với phong cách nữ tính và luôn luôn thành công, nhà thiết kế người Li bằng mang đến sự tinh tế lộng lẫy cho những chiếc váy dạ hội (gown) bằng các chi tiết hoa đính đá cùng lông vũ khéo léo và vô cùng cầu kì. Rồi từ đó, biến hoá chúng trở thành những phiên bản ngắn hơn, trẻ trung hơn mà vẫn không mất đi nét rực rỡ vốn dĩ. Elie Saab càng ngày càng chứng minh rằng ông thực sự hiểu được phụ nữ sẽ đẹp như thế nào với thiết kế của mình.



Chanel

Karl Lagerfeld đã biến Grand Palais hoàn toàn trở thành một thảm xanh để những người mẫu trong trang phục Chanel thực sự hoá thân thành các khóm hoa nhiệt đới rực rỡ và lộng lẫy. Bên cạnh những đường nét, chi tiết cùng chất liệu tỉ mỉ tinh xảo mà Karl vẫn thường khiến người hâm mộ thán phục thì bst lần này còn khiến không ít người trầm trồ trước những chiếc mũ được biến hoá đa dạng và ngập tràn cảm hứng.





ESSIACA STEIN ĐI LANG THANG VỚI TUULA!

Tóc vàng, dong dỏng cao, thanh mảnh, Jessica Stein cùng blog Tuula Vintage của cô vẫn luôn là nơi lui tới yêu thích của rất nhiều tín đồ du lịch và thời trang. Ở Tuula Vintage, người ta không chỉ thấy những thiết kế mới nhất được phối hợp đầy trẻ trung và phóng khoáng với cấu trúc, màu sắc, hoạ tiết, sự ngẫu hứng, xu hướng mà còn cả những khoảnh khắc phiêu lưu lầy lội trên khắp thế giới được ghi lại hoàn hảo ở mỗi khung hình. Với châm ngôn *"Not all those who wander are lost"* (Không phải tất cả những kẻ lang thang đều đi lạc), Jessica khẳng định tinh thần tự do, yêu chiều cái mới và mở rộng với thế giới bao la của chính cô.



This Blooming Season!



ALEXIS BITTAR VERT D'EAU SMALL LUCITE FLOWER PIN, TAUPE

Một bông hoa trên ngực áo, vừa quý giá sang trọng, vừa cổ điển lịch lãm là một gợi ý không tồi cho những quý cô yêu thích những gì hoài niệm.



DOLCE & GABBANA GOLD-PLATED, CRYSTAL AND RESIN CLIP EARRINGS

Trong thiết kế thánh giá đậm chất Phục hưng ưa thích của thương hiệu, những bông hoa hồng nhỏ màu đỏ bằng resin nổi lên như một nét chấm phá đầy nữ tính ngọt ngào.

CHARLOTTE OLYMPIA ROSLANIDA SILK-SATIN PLATFORM SANDALS

Lấy cảm hứng từ icon Frida Kahlo, Charlotte Olympia thổi làn gió Mexico vào thiết kế giày sandal này trong BST Resort 2015 với các đường nét và màu sắc sống động, lộng lẫy.

HOẠ TIẾT FLORAL (HOA) KHÔNG CHỈ LÀ NGUỒN CẢM HỨNG CHO TRANG PHỤC MÀ CÒN LÀ CẢM HỨNG SÁNG TẠO BẤT TẬN CHO RẤT NHIỀU THIẾT KẾ PHỤ KIỆN TỪ GIÀY CHO ĐẾN TÚI XÁCH, VÒNG, NHẪN... HÃY ĐIỂM MỘT CHÚT HOA CHO NGÀY XUÂN TƯƠI MỜI CỦA BẠN, TẠI SAO KHÔNG NHÌ?



VIKTOR & ROLF



FENDI PEEKABOO

Fendi như mang đến cả một vườn xuân rực rỡ trên chiếc túi Peekaboo đặc trưng thương hiệu. Bên trong lót da bê và bên ngoài là denim với các họa tiết được thêu tinh xảo, tỉ mỉ.



ALEXANDER MCQUEEN SCARF

Thương hiệu Anh Quốc này luôn biết cách để khiến họa tiết skull (đầu lâu) signature của mình không nhàm chán. Và kết hợp với hoa trong sắc xanh blue tươi sáng là một ví dụ hoàn hảo.



CHANEL NEOPRENE FLAP BAG EMBROIDERED WITH CAMELIAS

Mẫu túi Flap Bag cổ điển được trang điểm lộng lẫy bởi những bông hoa camellia nổi tiếng, đặc trưng của thương hiệu. Thiết kế nằm trong BST Cruise 2015.

7

LADY DIOR IN ROSE TENDRE LAMBSKIN AND CROCODILE

Được làm từ da cừu non và cá sấu xử lý mềm mại trong sắc hồng trang nhã, thiết kế Lady Dior vốn rất "phụ nữ" nay càng ngọt ngào hơn với những nét vẽ thanh tao và tinh tế.



8

MARNI FLOWER DETAIL NECKLACE

Là kiểu kiếng cổ đậm chất cổ điển được tổ điểm khác biệt bởi những bông hoa mềm mại ngỡ chừng như đang bung nở lộng lẫy.



9

LAURENCE D'ARCADE HOMER EMBROIDERED LINEN BROGUES

Cảm giác vintage ngập tràn, bùng nổ trên một thiết kế giày brogue cổ điển. Sự giản dị nhưng không hề tầm thường để lại dấu ấn trên mỗi bước chân.



10

GIAMBATTISTA VALLI EMBELLISHED SATIN WEDGE SANDALS

Giambattista Valli, thương hiệu của các quý cô đài các, ưa thích sự lộng lẫy phù phiếm, sự cầu kỳ choáng ngợp chưa bao giờ khiến người hâm mộ thất vọng!



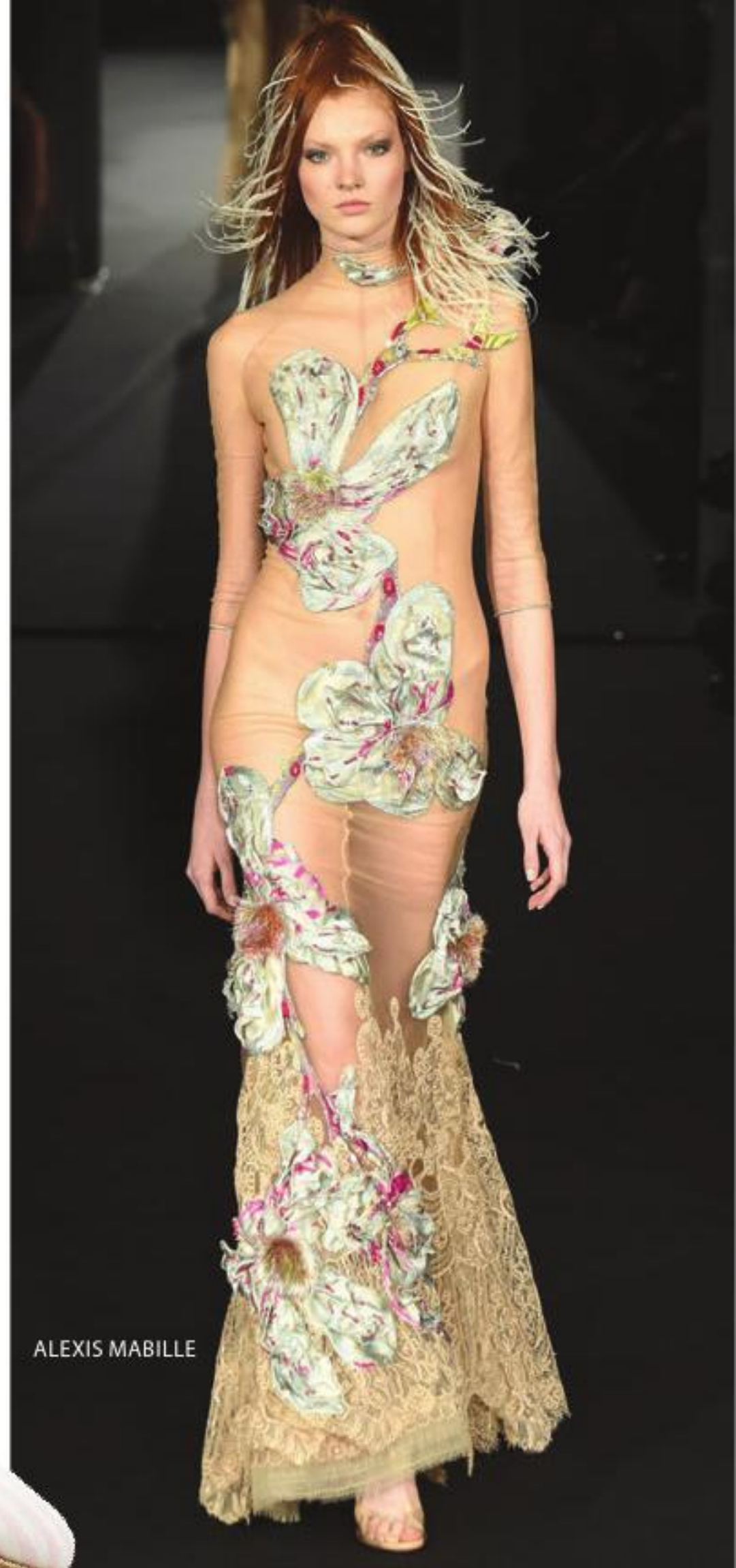
11

L'AGENT BY AGENT PROVOCATEUR

Vườn hoa của phụ nữ không nhất định phải phô diễn ra bên ngoài. Những chấm hoa thêu trên lớp ren mỏng quyến rũ, vừa nhã nhặn, vừa dịu dàng và đầy đáng yêu.



ALEXIS MABILLE





LOOK 1

Cô nàng Chiara Ferragni khoác lên mình từ đầu đến chân bằng trang phục của Fendi Pre Spring 2015. Chắc không cần phải bình luận gì nhiều thêm về sự kết hợp rực rỡ, hoàn mỹ và quá cuốn hút này!



AROUND THE WORLD



LOOK 2

Erika Boldrin ấn tượng với light pink, fur và giày sneakers cực kì thoải mái, năng động. Sự kết hợp ngỡ là cầu kì mà trái lại vô cùng phóng khoáng, đơn giản.

LOOK 3

Virginia Smith sử dụng các gam màu trung tính cổ điển như xám, đen cùng chân váy maxi hoa tiết floral có cấu trúc pattern-on-pattern đầy sáng tạo. Cũng không thể bỏ qua chiếc clutch Fendi By the way đang làm mưa làm gió!



LOOK 4

Anna Dello Russo khiến họa tiết trở nên quyến rũ, cá tính và đặc biệt hơn bao giờ hết chỉ với một chiếc váy cúp ngực fit-and-flare đơn giản. Sự hấp dẫn còn đến ở cả từng chi tiết phụ kiện vòng tay hay giày sandals cao gót tinh tế.





➡ LOOK 6

Chúng ta thấy gì? Một chút normcore, một chút vintage, một chút cowboy, một chút Bohemian và cả một chút casual đơn giản nữa. Tất cả tạo nên một tổng thể rất mới mẻ và khác biệt trong rất nhiều trang phục streetstyle lướt qua hàng ngày.



Bata
For every step.





SẮC CAM LÀ SỰ LỰA CHỌN TƯƠI MỚI VÀ TRẺ TRUNG ĐỂ NÓI LỜI CHÀO VỚI NHỮNG NGÀY XUÂN ẤM ÁP SAU MỘT MÙA DÀI GIÁ LẠNH ẨM U. BẠN HOÀN TOÀN CÓ THỂ TÁO BẠO HƠN NỮA KHI KẾT HỢP CÙNG VỚI NHỮNG PHỤ KIỆN NHƯ BẠC HAY ÁNH KIM ĐỂ ĐẨY SỰ RỰC RỠ LÊN ĐẾN CAO TRÀO.



SỰ DỊU DÀNG ỔN ĐỊNH CỦA XANH MIDNIGHT BLUE SẼ TRỞ NÊN KHÁC BIỆT VÀ THÚ VỊ BỞI NHỮNG ĐIỂM SẮC XANH LÁ CÂY Ở NHIỀU GAM ĐỘ KHÁC NHAU. ĐIỂM NHẤN TƯƠI MỚI NÀY MANG ĐẾN KHÔNG CHỈ NÉT CHẤM PHÁ TÁO BẠO MÀ CÒN KHIẾN TỔNG THỂ TRANG PHỤC BỚT NHÀM CHÁN, BỚT CỨNG NHẮC.



Tom Ford Black Dahlia
Lip Color Matte

David Yurman

Lady Dior Bag In Quartz
Pearlised Lambskin

Acne Studios

Prada

SẮC ĐỎ GẠCH MARSALA ĐƯỢC CHỌN LÀ MÀU CỦA NĂM 2015, TUY NHIÊN ĐÂY LÀ MỘT MÀU KHÁ KÉN CHỌN SẮC DA CŨNG NHƯ DỄ KHIẾN BẠN "GIÀ" ĐI! THẾ NHƯNG, MARSALA LẠI LÀ MỘT MÀU TƯỢNG TRƯNG CHO SỰ QUÝ PHÁI, LỊCH LẼM. SỰ KẾT HỢP THÔNG MINH NHẤT CHÍNH LÀ TIẾT CHẾ VÀ HOÀ HỢP NÓ VỚI CÁC GAM MÀU KHÁC CÙNG TÔNG SẮC.



THÌNH THOẢNG HÃY TỰ CHO PHÉP MÌNH BIẾN THÀNH MỘT CÔ NÀNG KEO NGỌT NGÂY THƠ VỚI MÀU HỒNG PHẤN (LIGHT PINK) VÀ CÁC SẮC NUDE TRUNG TÍNH GIẢN DỊ. SỰ TRẺ TRUNG NÀY LÀ KHÔNG CÓ GIỚI HẠN, KHÔNG CẦN QUÁ CÂU NỆ TUỔI TÁC, VẤN ĐỀ CHỈ LÀ BẠN DÁM HAY KHÔNG DÁM THỬ MÀ THÔI.

NHỮNG BÀI HỌC CHO CHÀNG TỪ SÀN DIỄN

SÀN DIỄN THỜI TRANG KHÔNG ĐƠN THUẦN CHỈ LÀ NHỮNG BUỔI TRÌNH DIỄN LÔNG LẪY, XEM ĐỂ TRẮM TRỞ RỒI THÔI. CHÚNG THỰC CHẤT CHÍNH LÀ NGUỒN CẢM HỨNG BẤT TẬN ĐỂ CÁC TÍN ĐỒ THAM KHẢO VÀ ÁP DỤNG CHO MÌNH. HÃY CÙNG STYLE "RÚT TĨA" MỘT VÀI BÀI HỌC NHỎ NHÉ!



Burberry Prorsum



Polo Ralph Lauren



Balenciaga



Maison Martin Margiela

ICEBERG

Đơn giản không có nghĩa là lúc nào cũng phải mặc toàn quần áo basic và màu đơn sắc. Một chút biến tấu hay họa tiết in tinh tế độc đáo trên áo sweater len thôi cũng đủ để khiến chàng của bạn phá vỡ mọi nhàm chán thông thường.



Ermenegildo Zegna

ERMENEGILDO ZEGNA

Họa tiết kẻ caro bản lớn đôi khi hơi "làm quá" so với tổng thể chung từ quần áo của chàng đang có? Không có gì khó! Hãy kết hợp chúng cùng các items khác cùng gam màu để làm giảm bớt ấn tượng thị giác tập trung trên những ô kẻ lớn.



Faconnable



Canali



Isaia



Nike

Bottega Veneta



Garrett Leight



Tod's



Kingsman



PRADA

Hãy quên hết tất cả các định kiến về double-breasted suits (suits với áo vest hai hàng nút) vốn chỉ dành cho các ông già. Một bộ vest cắt may vừa vặn, trên chất liệu cứng cáp đứng dáng và màu sắc hợp thời sẽ đủ sức đánh tan mọi nhận định sai lầm trước đây!



Prada

VIVIENNE WESTWOOD

Nếu tất cả trang phục bên ngoài từ áo vest, cardigan, khăn, găng tay, quần, giày, túi đều ở các gam màu trầm, đậm hay trung tính thì hãy thử phá cách với một chiếc áo trong rực rỡ và đối lập! Sự thay đổi đột ngột này sẽ tạo nét chấm phá tươi mới cho tổng thể thông thường của chàng.

Balmain



McQ Alexander McQueen



Acne Studios



Vivienne Westwood



Alexander McQueen





GIVENCHY QUAY LẠI VỚI COUTURE?

Đây chắc hẳn là tin đồn mong được thành sự nhất tháng này đối với các tín đồ thời trang. Sau hơn hai năm nói lời tạm biệt với các mùa Haute Couture, mới đây, giám đốc sáng tạo Riccardo Tisci có lấp lửng trước báo chí về ý định quay trở lại với couture trong thời gian sắp tới. Với sự phát triển đáng mừng ở mảng RTW, có thể nói đây là thời điểm thuận lợi để Givenchy trở lại với Haute Couture, làm nổi bật tinh thần mà Hubert de Givenchy đã gây dựng cách đây 50 năm.



CHANEL ĐỤNG ĐỘ MET BALL

Nếu như bộ sưu tập Métiers d'Art ngày 2 tháng 12 vừa qua tại Áo của nhà Chanel diễn ra cùng lúc với show đình đám Victoria's Secret thì bộ sưu tập Cruise sắp tới đây tại Hàn Quốc lại một lần nữa trùng với thời điểm Met Ball, bữa tiệc thời trang gây quỹ từ thiện lớn nhất hàng năm được tổ chức với Anna Wintour. Có thể nói một lần nữa sự việc này lại khiến các ngôi sao cùng người mẫu nổi tiếng phải đau đầu lựa chọn giữa thảm đỏ New York hay sân diễn Seoul. Chúng ta cùng chờ xem ai sẽ ở đâu vào ngày 4 tháng Năm tới nhé!



THAKOON VÀ 10 NĂM SỰ NGHIỆP

Thời gian thấm thoát và 10 năm đã trôi qua. Để đánh dấu sinh nhật lần thứ 10 này, Thakoon đã quyết định cho ra mắt một dòng sản phẩm túi kỉ niệm đặc biệt. 10 năm là một quãng thời gian dài nhưng lại chẳng đáng là bao trong thời trang. Cùng với tinh thần yêu nghề và tỉ mỉ của mình, dòng túi kỉ niệm này đã được Thakoon chuẩn bị trong một giai đoạn dài trước khi tung ra với hi vọng từng sản phẩm đều tiện dụng, thoải mái và phù hợp dễ dàng với trang phục.



TOPSHOP CÓ GIÁM ĐỐC THIẾT KẾ MỚI

Thương hiệu bình dân nổi tiếng và được ưa chuộng toàn cầu Topshop vừa qua đã chính thức tuyển bổ danh tính của người dẫn dắt con tàu thiết kế thương hiệu: Jacqui Markham. Jacqui sẽ làm việc cùng với giám đốc sáng tạo Kate Phelan, hứa hẹn mang đến một tương lai rực rỡ. Bên cạnh đó, với Topshop, Jacqui không phải là gương mặt xa lạ gì. Cô đã từng làm việc ở đây 14 năm trước khi giám đốc thiết kế mảng womenswear của Asos. Lần quay lại này chắc chắn sẽ là một sự hợp tác đầy thú vị.



VIKTOR & ROLF NGỪNG SẢN XUẤT READY-TO WEAR

Thông tin này đã chính thức được Viktor & Rolf xác nhận. Kể từ sau bộ sưu tập Thu Đông 2015, thương hiệu sẽ ngừng sản xuất RTW để tập trung cho lĩnh vực nước hoa và Haute Couture. Bước đi này nhằm định vị lại Victor & Rolf trong phân khúc thời trang cao cấp đồng thời đảm bảo được tính vị nghệ thuật, cốt lõi khởi điểm của những người sáng lập. Quyết định này khá giống với quyết định của Jean Paul Gaultier mới đây và hiển nhiên nó khiến không ít người hâm mộ khó tránh khỏi buồn bã.



GUESS VS GUCCI

Vừa qua, Guess đã dành được chiến thắng trước Gucci trong một vụ kiện liên quan đến bản quyền. Đó chính là logo GG nổi tiếng cùng dải sọc xanh lá- đỏ của Gucci. Được biết, vụ kiện này đã kéo dài trong suốt 6 năm ở cả Ý và Mỹ cho đến hôm 30/1/2015 vừa rồi mới có phán quyết cuối cùng. Trước kết quả này, thương hiệu Gucci rất bất bình và quyết theo đuổi đến cùng. Ở lần nộp đơn kiện vừa qua, Gucci đòi bồi thường thiệt hại 55 triệu euros nhưng nếu kháng án thành công, số tiền này chắc hẳn sẽ tăng đáng kể.

ARE YOU FABULOUSLY SINGLE?

ĐỘC THÂN CÓ GÌ MÀ E NGẠI KHI CÓ THỂ LÀ MỘT
QUÝ CÔ ĐỘC THÂN RỰC RỠ ĐÁNG KHÁT KHAO?

CREATIVE DIRECTOR & PHOTOGRAPHER: **SAMUEL HOANG**

MAKE UP ARTIST: **TÚ SHARK**

HAIR: **VÂN HAIR**

STYLIST: **LAN ANH**

MODEL: **THÚY HƯƠNG**

PRODUCER: **NGOC AN**

FASHION: **KENZO, BRUNELLO CUCINELLI, SHAMBALLA JEWELS,
PERRELET, GRAHAM, CHROME HEARTS**

LOCATION: **STUDIO GOLDEN EYE 25/25 TRẦN XUÂN SOẠN**

Váy, khăn: **Kenzo**
Nhẫn, Vòng: **Pippo Perez**





Áo khoác ngoài, Giày: **Brunello Cucinelli**
Quần áo: **Kenzo**
Đồng Hồ: **Graham**
Vòng: **Shamballa Jewels**
Kính: **Chrome Hearts**

Áo: **Brunello Cucinelli**
Váy, túi: **Kenzo**
Kính: **Chrome Hearts**
Vòng: **Shamballa Jewels**
Đồng hồ: **Graham**





Áo, quần, vòng cổ: **Brunello Cucinelli**
Đồng hồ: **Perrelet**

Áo, Quần, vòng tay: **Brunello Cucinelli**
Vòng tay: **Shamballa Jewels**
Đồng hồ: **Graham**





Khăn, Quần: **Kenzo**
Áo khoác, Áo: **Brunello Cucinelli**
Vòng: **Shamballa Jewels**

Áo khoác, Áo, Khăn: **Kenzo**
Đồng hồ: **Perrelet**
Vòng: **Shamballa Jewels**
Quần: **Brunello Cucinelli**





LBB

Little Black Bag

KHÁI NIỆM IT BAG CỦA 2015

Vậy LBB là gì? Chính là viết tắt của cụm từ Little Black Bag. Cũng giống LBD (Little Black Dress) từ lâu đã trở thành một tín ngưỡng, một biểu tượng trong tủ quần áo của phụ nữ, những chiếc túi nhỏ màu đen đang dần dần bứt phá khỏi quan niệm già nua chán chường để trở thành tâm điểm trong sự lựa chọn của rất nhiều người hâm mộ thời trang. LBB với tinh thần "less is more" lan toả nhanh chóng như một làn sóng. Bởi hơn hết, chúng đang khẳng định vị trí thời thượng của mình trên tay của rất nhiều các quý cô sành điệu.



CHANEL



DIESEL BLACK GOLD



Balenciaga Neo Classic Chain Bag



Fendi Mini Peekaboo



Miss Dior Promenade Mini Pouch



Louis Vuitton Petites Malles



Anya Hindmarch Imperial Eyes Clutch



Chanel Black aged leather bag with charms and a Mademoiselle lock



CONCEPT & CREATIVE DIRECTOR: **SAMUEL HOANG**
PHOTOGRAPHER: **MẠNH BÍ**
MODEL: **ĐẶNG VĂN HỘI**
MAKE UP ARTIST: **TÚ SHARK**
HAIR: **VĂN HAIR**
STYLIST: **HOÀNG KÙ**
PRODUCER: **NGOC AN**
FASHION: **HUGO BOSS, KENZO, VERSACE, BURBERRY, LUALA MILANO, PAUL SMITH, ITA BOUTIQUE, NEIL BARETT, NOTTE VANDEBOSCH, GIVENCHY, DSQUARED2, SAINT LAURENT SHAMBALLA, U-BOAT, STING HD**

Lux

*Đồng hồ: **SevenFriday P1-1** - Vòng: **Shamballa Jewels Lock Ceramic White Gold** - Vòng: **Shamballa Jewels Lock Pyramid Rhodium**
- Áo sơ mi, quần: **Neil Barrett** - Giày: **Versace***



Don Juan

Áo khoác, Áo sơ mi, Quần: **Burberry** - Đồng hồ: **SevenFriday P1-5** - Vòng: **Shamballa Jewels Lock Ceramic Rhodium**



Dreamer

Áo khoác, Sơ mi, Quần Jean: **Versace** - Đồng hồ: **SevenFriday M2** - Vòng: **Sting HD** vàng hồng kim cương đen



Nostalgia

Áo khoác, Túi, Quần: Burberry - Đồng hồ: U-Boat Classico Ceramic Kim cương trắng



Seduction

Áo: Saint Laurent - Quần: Dsquared2 - Vòng: Sting HD vàng hồng kim cương đen



L'orient

Áo khoác: Notte Vandebosch - Sơ mi: Kenzo - Quần: Paul Smith



Dark shadow

Áo khoác, Quần: Notte Vandebosch - Áo: Givenchy - Vòng: Shamballa Jewels Lock Ceramic Rhodium



Mayhem

Áo, Quần, Giày: Paul Smith - Đồng hồ: U-Boat Classico



Chic

Áo len, Quần, giày: Paul Smith - Đồng hồ: U-Boat Classico



Urban

Quần, Áo: Kenzo

CỘT MỐC ĐÁNG NHỚ CỦA THỜI TRANG

HOÀNG MINH CHÂU

Thời trang không đơn giản chỉ là câu chuyện về cái áo cái quần. Nếu hiểu nó một cách sâu sắc, bạn sẽ thấy thời trang có một mối liên hệ chặt chẽ với sự phát triển của văn hóa lịch sử và những biến động đời sống xã hội. 100 năm qua thế giới đã đổi thay ra sao thì thời trang cũng khác đi là vậy. Hãy cùng Style điểm lại một số cột mốc đáng nhớ trong lịch sử thời trang thế giới, để hiểu hơn về nguồn gốc của những phong cách, xu hướng và tất cả những gì đang diễn ra trong thế giới thời trang ngày hôm nay.

I. COCO CHANEL VÀ THE LITTLE BLACK DRESS (LBD)

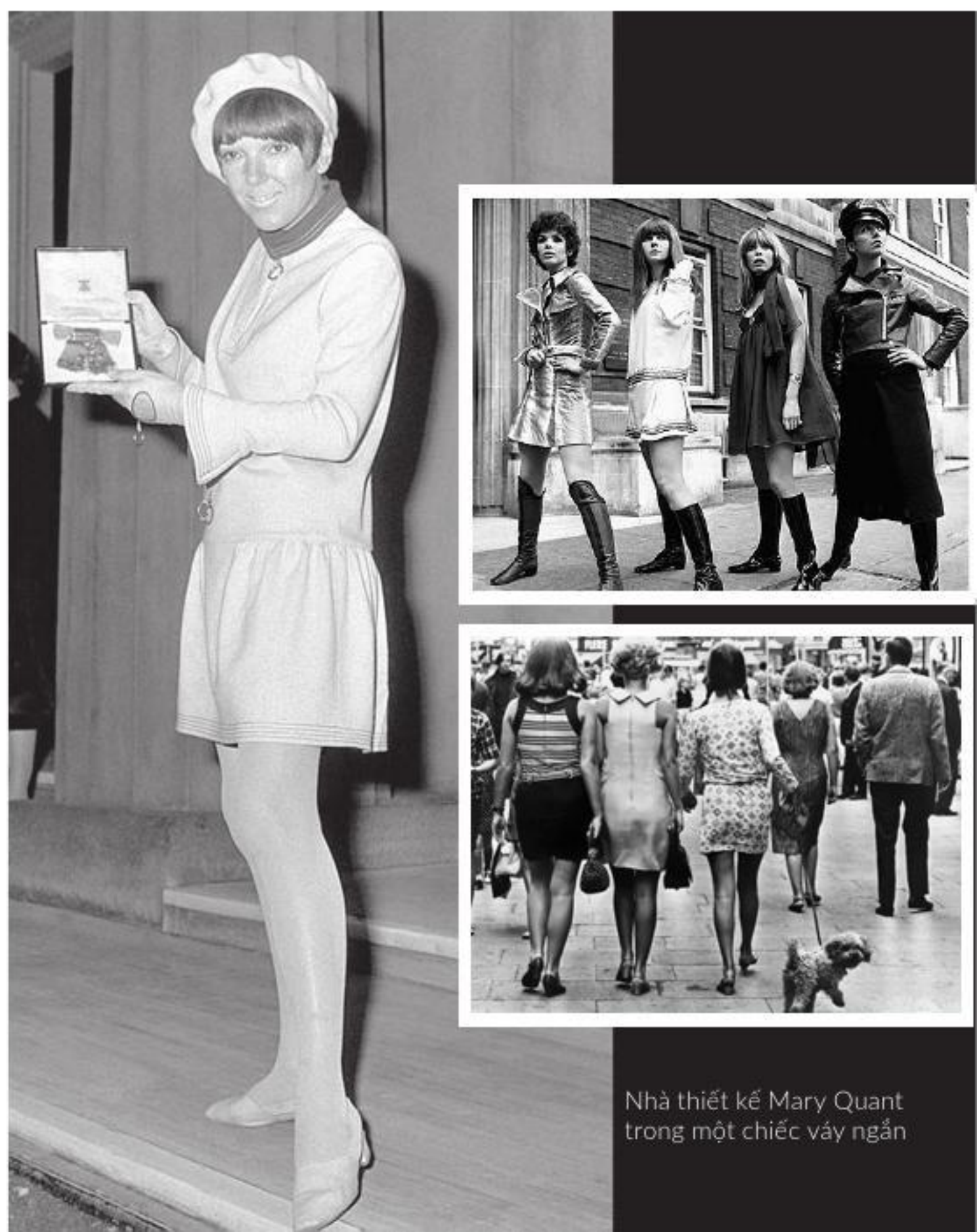
Năm 1926, Coco Chanel thiết kế ra chiếc váy đen đầu tiên. Đó là một chiếc sheath dress (váy bó vải trơn) dài trên đầu gối. Kể từ đó đến nay, the little black dress (LBD) đã trở thành một wardrobe staple (món đồ cần có trong tủ quần áo) của bất cứ người phụ nữ nào. Trước khi khái niệm the LBD ra đời, đen luôn được coi là màu sắc của sự trang nghiêm, tang tóc và chết chóc, thường được dùng cho các góa phụ và giới tăng lữ. Sau cuộc cách mạng thời trang của Chanel, đen trở thành màu sắc gắn liền với sự quyến rũ, sang trọng và bí ẩn. Không phải ngẫu nhiên màu đen được mọi phụ nữ yêu thích. Phụ nữ nào mặc đồ đen cũng trở nên thon thả hơn. Màu đen dễ kết hợp với các màu sắc và phụ kiện khác nhau. Dù là đi tiệc, đi chơi hay đi làm, một chiếc váy đen luôn là sự lựa chọn an toàn và hoàn hảo cho phái đẹp, như câu nói nổi tiếng của Karl Lagerfeld “Không ai trông quá điệu đà hay tuềnh toàng trong một chiếc váy đen”.



Coco Chanel - người thiết kế và phổ biến The little black dress

2. MARY QUANT VÀ MINI SKIRT (CHÂN VÁY NGẮN)

Mary Quant là một nhà thiết kế người Anh, một nhân vật có tầm ảnh hưởng sâu sắc trong phong trào thời trang giới trẻ “Swinging London” những năm 1960. Mặc dù có những ý kiến cho rằng John Bates hay André Courrèges mới là người đầu tiên thiết kế ra chiếc mini skirt nhưng có thể khẳng định, Mary Quant là người có công lớn nhất trong việc phổ biến fashion item này, khiến nó được ưa chuộng khắp London và trên thế giới những năm 1960. Mary Quant cổ súy cho quan điểm phụ nữ coi thời trang là một “phương tiện” để bộc lộ cá tính và sự nổi loạn của bản thân. Chiếc mini skirt đã giải phóng phái đẹp khỏi những định kiến xã hội về sự đoan trang, kín đáo, giúp họ có được sự thoải mái tự tin trong các trang phục tiện dụng, năng động và hiện đại. Cảm hứng của Mary Quant cho những thiết kế này chính là các phụ nữ trẻ tại London với phong thái vô tư, hóm hỉnh, vui vẻ và trẻ trung. Kể từ đó đến nay, miniskirt vẫn luôn là một fashion item được mọi cô gái yêu thích.



Nhà thiết kế Mary Quant trong một chiếc váy ngắn

3. YVES SAINT LAURENT VÀ BỘ TUXEDO LE SMOKING.

Năm 1966, Yves Saint Laurent thiết kế ra một phiên bản nữ tính, thanh lịch của bộ tuxedo dành cho nam giới với cái tên “Le smoking”. Ngay lập tức, nó đã trở thành một thiết kế tiên phong cho xu hướng androgynous (thời trang lấy cảm hứng từ cả womenswear lẫn menswear). Hình ảnh của không ít các biểu tượng thời trang từ trước tới giờ đã gắn liền với bộ tuxedo quyền lực, cá tính, hiện đại nhưng đầy lịch lãm này. Đó là những Marlene Dietrich, Katharine Hepburn của thập niên 60, Diane Keaton, Annie Lennox, Bianca Jagger của thập niên 70, 80 hay Tilda Swinton, Agyness Deyin, Andrej Pejic của thế kỷ 21. “Power dressing” với blazer hay pantsuit đã trở thành một phần không thể thiếu trong tủ đồ của phái đẹp thế kỷ 21: những người phụ nữ tự tin, mạnh mẽ và thành công. Cho đến ngày nay, người ta vẫn thấy được sự tinh túy của “immaculate tailoring” (nghệ thuật cắt may sắc sảo đến độ hoàn hảo) và tinh thần androgynous đầy kiêu hãnh trong các thiết kế của thương hiệu huyền thoại Yves Saint Laurent.



Từ trái sang Bianca Jagger trong một thiết kế suit của Yves Saint Laurent, bức ảnh chụp Le Smoking Tuxedo của Helmut Newton, một thiết kế le smoking của YSL

5. ALEXANDER MCQUEEN BIẾN TRÌNH DIỄN THỜI TRANG THÀNH NGHỆ THUẬT SÂN KHẤU.

Sự ra đi của Alexander McQueen năm 2010 thực sự là một mất mát quá lớn với thời trang thế giới. Quan điểm nghệ thuật vị nghệ thuật đã trở thành kim chỉ nam trong suốt hành trình sáng tạo không biên giới của McQueen. Nhà thiết kế thiên tài này đã tạo ra các trang phục phá cách ấn tượng, khác lạ đến khó tin với tất cả sự công phu và tinh xảo, biến chúng thành các tác phẩm nghệ thuật thực thụ. Trình diễn thời trang đối với McQueen không khác gì một loại hình nghệ thuật sân khấu. Có thể khẳng định, McQueen là người đã tạo nên những khoảnh khắc đáng nhớ nhất trong lịch sử các Tuần lễ thời trang. Thế giới thời trang sẽ mãi khắc ghi màn trình diễn bộ sưu tập Xuân Hè năm 1999 của McQueen với người mẫu Shalom Harlow hóa thân thành cô búp bê mặc một chiếc váy xòe trắng tự động xoay tròn trên một tầng gỗ, cùng lúc các cánh tay robot phun sơn đen sơn vàng vào chiếc váy tạo thành những đường họa tiết đầy ngẫu hứng và ấn tượng. Bộ sưu tập Thu Đông 2006 của McQueen kết thúc với hình ảnh hologram ba chiều vừa chân thực vừa hư ảo của Kate Moss trên nền nhạc phim “The Schindler’s List” đã diết tạo nên những cung bậc cảm xúc khó phai cho người xem. Các show diễn đầy kịch tính và khác biệt của McQueen đã tạo cảm hứng cho các nhà thiết kế như Karl Lagerfeld, Hussein Chalayan hay Martin Margiela thực hiện những buổi trình diễn không kém phần sáng tạo, bất ngờ và đầy thăng hoa.



Hình ảnh ảo giác hologram của Kate Moss kết thúc show diễn Thu Đông 2006 của Alexander McQueen



Chiếc váy được phun sơn máy của Alexander McQueen trong show trình diễn Xuân hè 1999



Hình ảnh hologram của Kate Moss trong show trình diễn Thu Đông 2006 của Alexander McQueen

5. ANNA WINTOUR ĐƯA CELEBRITIES LÊN TRANG BÌA TẠP CHÍ VOGUE.

Một trong những quyết định táo bạo nhất của Anna Wintour khi trở thành chủ bút của tờ Vogue năm 1988 là đưa hình ảnh celebrities (người nổi tiếng) lên trang bìa tạp chí thay vì người mẫu đơn thuần như trước kia. Quyết định này ban đầu gây tranh cãi và đã làm nhiều người nổi giận. Song doanh số của Vogue trong khoảng thời gian tiếp đó đã khiến người ta dần nhận ra đó là một quyết định đúng đắn và sáng suốt. Và không lâu sau các tạp chí thời trang khác cũng đã nhanh chóng áp dụng chiến lược tương tự. Celebrity đầu tiên xuất hiện trên trang bìa của Vogue (năm 1989) là Madonna, lúc bấy giờ là một ngôi sao đình đám, tâm điểm của nhiều sự tranh cãi. Anna quả thực rất nhạy bén và khôn ngoan khi hiểu ra rằng thời trang không chỉ là thế giới của các nhà thiết kế và người mẫu. Trên thực tế, thế giới thời trang chịu ảnh hưởng rất lớn từ một bộ phận không nhỏ các ngôi sao trong làng giải trí và những người nổi tiếng trong các lĩnh vực khác nhau. Họ không ai khác là những sứ giả đắc lực của thời trang, những người đi đầu định hình các xu hướng và phong cách đồng thời có sức ảnh hưởng rất lớn đến giới trẻ. Kể từ đó, vai trò của một tạp chí thời trang ít nhiều thay đổi, không chỉ dừng lại ở việc cập nhật các xu hướng phong cách, bí quyết làm đẹp, mà còn phản ánh và khắc họa đời sống văn hóa đại chúng trong bối cảnh của thời đại.



Madonna là celebrity (người nổi tiếng đầu tiên) xuất hiện trên trang bìa tạp chí Vogue vào năm 1989

6. SỰ RA ĐỜI CỦA FASHION BLOGGERS, INSTAGRAM HAY LOOKBOOK.

Không ai có thể phủ nhận sức ảnh hưởng của fashion bloggers trong những năm gần đây. Sau sự ra đời của blog, Instagram hay Lookbook (tạm gọi chung ở đây là Fashion Blogs), không chỉ giới phê bình hay các biên tập viên thời trang mới là những người có tiếng nói mạnh mẽ và gây ảnh hưởng lớn. Những nhận xét đánh giá của các fashion bloggers cũng quan trọng không kém đối với sự thành bại của một bộ sưu tập hay một thương hiệu thời trang. Họ đồng thời là những cá nhân góp phần tạo nên làn sóng xu hướng và định hình những phong cách mới. Fashion Blogs còn là một nơi lý tưởng để mọi người tự do thể hiện phong cách cá nhân của mình. Đó cũng là nơi người ta tìm kiếm và phát hiện những tài năng trẻ trong ngành thời trang. Và vì lẽ đó, các tín đồ thời trang ngày nay coi Fashion Blogs như một “phương tiện” để khởi nghiệp, để thể hiện tài năng, gu thẩm mỹ và cái nhìn khác biệt của bản thân. Câu chuyện thành công của các fashion bloggers như Scott Schuman với The Sartorialist, Tommy Ton với Jak & Jil, Chiara Ferragni với The Blonde Salad đã và sẽ tiếp tục truyền cảm hứng cho thế hệ các fashion bloggers đầy nhiệt huyết và tham vọng trong tương lai.

69 **STYLE**



Nhiếp ảnh gia Scott Schuman - người sáng lập trang blog street fashion Sartorialist



The Princess In Disguise

TRONG MỖI CHÚNG TA ĐỀU CÓ MỘT NÀNG CÔNG CHÚA ẨN MÌNH
VỚI KHÁT KHAO LÚC THÌ NỖI LOẠN, LÚC LẠI QUÁ ĐỒI NGỌT NGÀO!

CONCEPT & CREATIVE DIRECTOR: **SAMUEL HOANG**

MAKE UP ARTIST: **TÚ SHARK**

HAIR: **VÂN HAIR**

PHOTOGRAPHER: **THÁI PHAM**

STYLIST: **LAN ANH**

MODEL: **KAROLINA SURMA** (TÂY MODEL AGENCY)

PRODUCER: **NGOC AN**

FASHION: **HÀ TRƯƠNG, THỦY DESIGN HOUSE**

BOUDOIR-PARIS, MERCERIA

LOCATION: **X-98 NGÕ 97 HOÀNG CẦU - ĐÔNG ĐA - HÀ NỘI**



Áo, váy: **Thủy Design House**
Mũ, Túi, Vòng: **Merceria**



Áo khoác: **Thủy Design House**
Váy: **Hà Trương**
Áo len, Giày, Vòng: **Merceria**

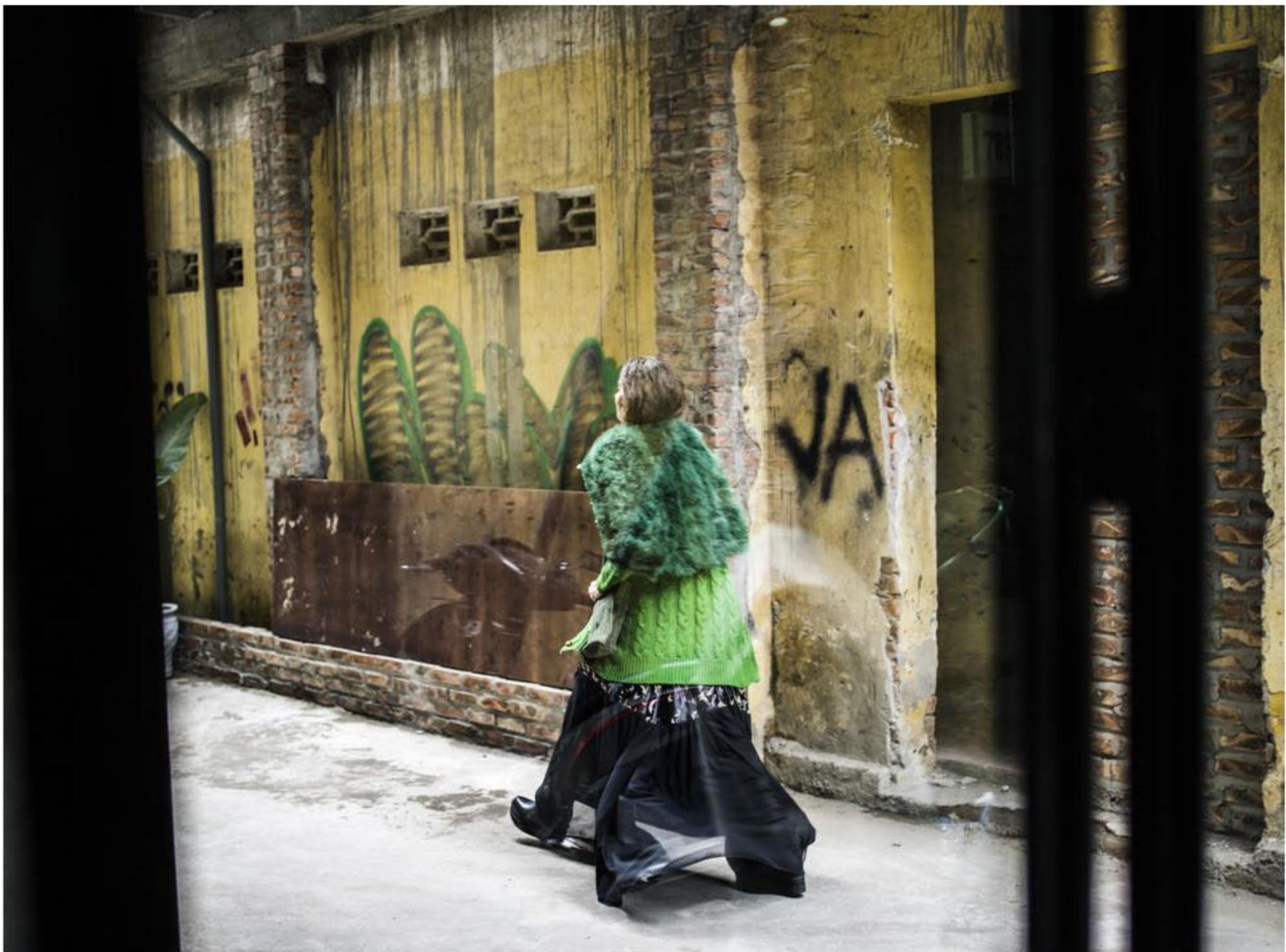
Áo khoác: **Thủy Design House**
Váy: **Hà Trương**
Áo len, Giày, Vòng: **Mercerla**







Váy: Hà Trương
Váy len, Áo khoác lông, Giày: Mercerla



Váy: Hà Trương
Vòng: Mercerla





Váy: Hà Trương
Vòng: Merceria



Váy: **Boudoir - Paris**
Khăn, Mũ, Giày: **Merceria**

Áo khoác: Thủy Design House
Áo len: Mercerla





Áo, váy: **Hà Trương**
Vòng cổ, Vòng tay, Túi: **Merceria**



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!



Q

: Mỗi lần mở tủ quần áo ra là tôi lại không biết mặc gì, cứ cảm thấy mình như chẳng có nổi một bộ đồ tử tế vậy vì mọi thứ cứ rối tung lên. Có cách nào sắp xếp lại hay không?

A

: Không có gì để mặc là cảm giác chung của rất nhiều phụ nữ chứ không chỉ mỗi bạn. Thế nên đừng quá lo lắng! Bạn có thể bắt đầu bằng việc dọn tủ theo cách sau:

- Sắp xếp theo màu sắc.
- Tuyển chọn theo chất liệu để xem thứ gì nên giữ, thứ gì mặc mùa này, thứ gì nên gấp và thứ gì nên treo lên móc.
- Dùng hộp hay ngăn tủ để cất đồ lót, khăn hoặc quần áo bằng tơ lụa
- Túi và giày nên cất trong túi vải và đặt ở nơi khô ráo
- Ưu tiên để ở những vị trí dễ nhìn thấy trang phục cơ bản, màu sắc trung tính
- Đặt các túi hút ẩm, chống ẩm, mùi hương dễ chịu trong ngăn tủ, hộp túi để bảo quản.
- Không lưu luyến trước những item đã quá cũ hay ố màu.





Với đàn ông, đồng hồ khá quan trọng và thể hiện đẳng cấp. Còn với phụ nữ thì sao?



Phụ nữ có chút may mắn hơn là đối với phụ kiện, họ có rất nhiều sự lựa chọn phong phú từ vòng cổ, nhẫn cho tới cài áo, kẹp tóc. Tuy nhiên, với xu hướng vay mượn từ tủ đồ của bạn trai cộng với nhu cầu tối giản hoá trang phục, ưa chuộng những gì thanh tú cổ điển thì việc đầu tư một chiếc đồng hồ xứng đáng cũng đang dần trở thành sự lựa chọn của rất nhiều tín đồ thời trang. Đồng hồ “oversized” khoẻ mạnh một chút thường mix cùng nhiều vòng tay hay nhẫn nhưng đôi khi một mẫu đơn giản truyền thống nhưng đáng giá về thương hiệu, kỹ thuật lẫn lịch sử sẽ đưa bạn lên một tầm cao mới.



1. Chanel Premiere Rock Skin Limited Edition.
2. CMT FINE WATCH AND JEWELRY ADVISORS 1971 Rolex Datejust 1601.
3. Triwa Rose Nevil Watch.
4. CMT FINE WATCH AND JEWELRY ADVISORS 18K Yellow Gold Rolex Day Date with Grossularite Dial.
5. OROLOG BY JAIME HAYON Orolog Oc 1 Swiss Chronograph Watch.
6. Michael Kors Parker crystal embellished rose gold tone chronograph watch.
7. Larsson & Jennings CM silver-plated watch.



Làm thế nào để bảo quản đồ da hiệu quả?



Trang phục da thường rất được ưu ái trong mùa thu đông nhưng chúng tương đối đắt tiền và đòi hỏi sự bảo quản cẩn thận, nhất là trong khí hậu Việt Nam độ ẩm cao.

- Nếu đồ da dính ứ đọng, hãy dùng một miếng vải mềm khô thấm nhẹ nhàng và để phơi trong không gian thoáng tự nhiên, đặt đồ da ở trạng thái mà khi khô hoàn toàn bạn muốn nó có hình dáng như vậy. Tuyệt đối không sấy!

- Sử dụng chất làm sạch dạng kem để làm ẩm nếu đồ da bị quá khô

- Đồ da không có tính chất đàn hồi, thế nên nếu muốn nó giãn ra, hãy làm khi hơi ẩm.

- Không bọc đồ da trong túi nhựa hay túi ni lông, tốt nhất là treo ở nơi thoáng khí và ít độ ẩm.



BEAUTY

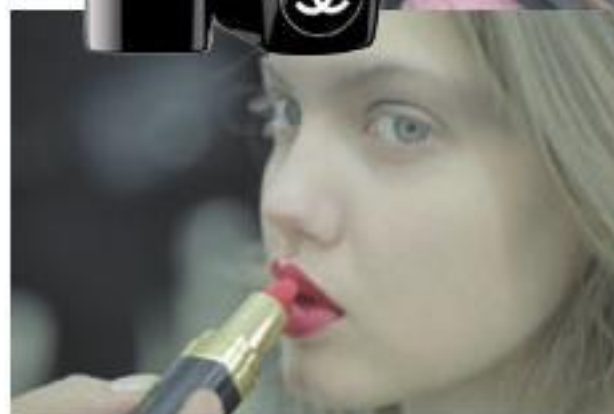
BEAUTY - BEAUTY GUIDE - BEAUTY STORY





1 MÁI TÓC TẾT CỔ ĐIỆN LÃNG MẠN CỦA VALENTINO

Các cô gái như những thiên thần vừa bước ra khỏi một khung tranh cổ của Hy Lạp, hoặc một vở kịch thần tiên của Shakespeare. Các bím tóc được cuộn lên, vặn xoắn rồi ghim vòng xung quanh đầu với một kỹ thuật khéo léo và tinh tế. Nghệ sỹ Guido Palau đã dệt những bông hoa cúc nhỏ và hoa violet Châu Phi vào vành tóc tết loà xoà xung quanh gương mặt để trông nó như một vương miện đồng quê.



3 ĐÔI MÔI CỦA CHANEL

Màu đỏ đậm của son ROUGE COCO "Arthur" (N°440) và đường viền môi sắc nét (với chì kẻ môi LE CRAYON LEVRES "Scarlet" (N°95), cộng với chút son dưỡng bóng nhẹ đã khiến khuôn mặt sau những tấm mạng che bừng sáng.

ĐẸP NHẤT HAUTE COUTURE SPRING 2015

Những chi tiết beauty của Haute Couture thường diễn ra theo hai thái cực: hoặc đơn giản, thanh lịch hoặc cường điệu và ấn tượng. Nhưng cả hai thái cực này đều phải tuân theo luật chơi của sự sang trọng.

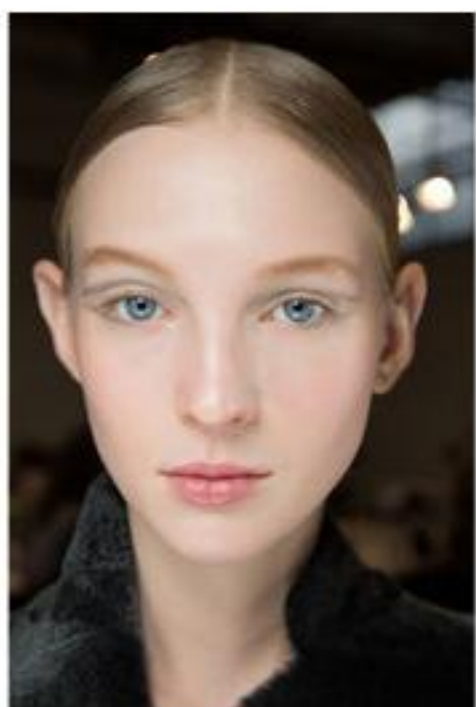


4 MÓC BUỘC TÓC CỦA CHRISTIAN DIOR.

Vẫn là tài năng của Guido Palau với những ý tưởng độc đáo có một không hai. Kiểu tóc đuôi ngựa sang trọng được làm mới hoàn toàn với một móc tròn nổi giữa hai phần tóc như trong hình. Sang trọng, thanh lịch và cá tính cùng một lúc là lý do ý tưởng này được ca ngợi bởi hầu hết các biên tập viên làm đẹp của thế giới.

2 KẼ MẮT ĐỒ HOẠ CỦA GIORGIO ARMANI PRIVÉ.

Chuyên gia make up Linda Cantello đã kẻ xen kẻ các đường kẻ mắt dài màu vàng gold và màu xanh aqua chính giữa bầu mắt. Một đường kẻ xen kẻ tương tự được lặp lại ở đuôi mắt và tạo ra hiệu ứng đồ hoạ mềm mại, thanh thoát.



5 ĐÔI MẮT DỮ DỘI CỦA VERSACE

Đôi mắt mèo thập niên 60 được nhấn mạnh với một đường kẻ đen đậm (hoặc xanh blue đậm) vắt ngang bầu mắt, mở rộng ở phần đuôi mắt, kết nối với phần smoky ở đuôi mắt và tạo ra một đường vòng cung cat eye ấn tượng. Phần viền mí dưới cũng được tô đậm không kém, kết hợp với hàng mi giả dài cực đại khiến đôi mắt trở nên sắc sảo, dữ dội. Đôi mắt này là tác phẩm của nghệ sỹ Mc Grath, nó có sự đồng điệu hoàn hảo với những đường cắt xẻ táo bạo và sexy đến tận cùng trong trang phục của Versace năm nay.





Sữa dưỡng da Tsuya skin.
Giá: 1.800.000 VND/75ml

Kem dưỡng da Tsuya skin.
Giá: 2.100.000 VND/50ml

SHU UEMURA GIỚI THIỆU BỘ ĐÔI TSUYA SKIN

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 của Shu uemura 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.



THẾ HỆ CHỐNG NẮNG HYBRID

Chống nắng Hybrid có thể xem là bước đột phá lớn gần đây trong thế loại sản phẩm này. Lần đầu tiên, sản phẩm chống nắng có thể kết hợp các chỉ số chống nắng với các thành phần chăm sóc da và chống oxy hoá. Điều này nghe có vẻ đơn giản nhưng thực tế vô cùng khó khăn. Trước đây, các chất chống oxy hoá khi kết hợp với chỉ số chống nắng đều không ổn định và mang lại rất ít hiệu quả. Những người thích dưỡng da ban ngày đều cảm thấy phiền phức khi phải bôi thêm một lớp kem chống nắng nữa. Nhưng với công nghệ mới, thế hệ chống nắng hybrid sẽ giải quyết vấn đề này và giúp thói quen chống nắng trở nên dễ dàng hơn. Bôi kem dưỡng trước hay bôi kem chống nắng trước sẽ không còn là vấn đề cần suy nghĩ nữa.

Amarte Ultra Veil Ultra Light Sunscreen Fluid là một trong những sản phẩm chống nắng tiên phong của thế hệ này. Không giống như các sản phẩm chống nắng khác để lại một đám mây trắng trên da, Ultra Veil được hấp thu hoàn toàn trên tất cả các tông màu da.



CÔNG NGHỆ MICROFLUIDICS VI LÔNG

Công nghệ này được phát triển bởi Chanel- kỹ thuật cho phép phân tích kiểm soát chất lỏng trên quy mô siêu vi. Với vi tinh chất dưỡng ẩm HYDRA BEAUTY Micro Serum CHANEL đã mở ra một "cuộc cách mạng dưỡng ẩm." CHANEL là thương hiệu đầu tiên giới thiệu tinh chất siêu vi lỏng chứa chiết xuất hoa trà có khả năng thẩm sâu vào da giúp giữ ẩm liên tục và đem tới một làn da căng mọng. Một công trình công nghệ cao sẽ giúp liên kết "phân tử dạng dán xé" (molecular velcro) giữa hai hợp chất polymer để tạo ra một định dạng bề mặt ảo. Với tính chất ổn định và đặc biệt là siêu nhẹ, bề mặt này "vỡ tan" ngay tức thì khi thoa lên da và giúp những hoạt chất quý giá thẩm thấu sâu vào trong da.

CÔNG NGHỆ MICROFLUIDICS VI LÔNG LÀ MỘT LĨNH VỰC RẤT MỚI TRONG KHOA HỌC.

Công nghệ này được phát hiện lần đầu vào thập niên 1960 và chỉ thực sự được phát triển bởi Đại học Harvard vào thập niên 1990. Mang tới một cuộc cách mạng trong lĩnh vực mỹ phẩm và dưỡng da, công nghệ vi lưu cho phép tạo ra những hạt hoạt chất trong trung tâm của công thức mang lại cảm giác và hiệu quả chưa từng có.



Phấn phủ " Silk Edition" Bourjois - Paris

Điểm cộng: Công thức siêu mịn kết hợp công nghệ hiệu chỉnh sắc tố giúp che dấu các lỗ chân lông và khuyết điểm trên da. **Giá:** 480.000 VND.

Son bút chì dạng li của The Body Shop Lip & Cheek Velvet Sticks. **Giá:** 499.000 VND **Điểm cộng:** Màu sắc mượt mà, không bóng.

Shu Uemura Laque Supreme
Điểm cộng: Màu sắc phong phú, lên màu chuẩn xác, độ mịn bóng nhẹ như sơn mài. Đầu cọ ôm sát môi giúp thoa son tiện dụng hơn.
Giá: 690.000 VND

Shiseido Maquillage
Dramatic Mood Veil
Cheek & Face color
Điểm cộng: 5 sắc thái hòa quyện tạo ra màu ứng hồng tự nhiên. Có thể dùng như phấn highlight để tạo khối cho gương mặt.
Giá: 800.000 VND

Lancôme Teint Miracle SPF 16
Điểm cộng: khuếch trương ánh sáng tự nhiên trên da nhờ công nghệ Aura-Inside, đem lại sự rạng rỡ và bề mặt da mịn màng.
Giá: 1.200.000 VND

Miss Dior Parfum pour Cheveux Hair Mist
Điểm cộng: Hương thơm dành cho tóc. Ngọt ngào quyến rũ của hoa hồng, hoa nhài và xạ hương.

EDITOR'S PICKS

Một chút phấn highlight có thể khiến đường nét khuôn mặt sắc sảo hơn đến 20%. Một thỏi son đen đôi màu mang đến cảm giác thú vị trên những đôi môi. Một mùi hương bùng nổ của gỗ và gia vị cho những ngày giá lạnh.

THANH HOA

Bumble and Bumble
Surf Spray
Điểm cộng: Giữ nếp rất tốt. Tạo ra độ bóng và độ cứng tự nhiên như khi tóc bị thổi trong gió biển, rất được các sao ưa chuộng.

HYDRA BEAUTY
GEL CRÈME
HYDRATATION PROTECTION ÉCLAT
HYDRATION PROTECTION RADIANCE

CHANEL

Chanel HYDRA BEAUTY
GEL-CRÈME
Điểm cộng: Kem dưỡng ẩm dạng gel mềm mại, mỏng nhẹ, hấp thụ nhanh, không gây nhờn rít. Chiết xuất hoa trà và gừng xanh giúp tăng cường độ ẩm và sinh lực cho da.
Giá: 2.244.000 VND

Prisme Libre de Givenchy
Điểm cộng: Phấn powder kết cấu siêu mịn mỏng nhẹ như lụa, kết hợp bốn sắc thái để hiệu chỉnh màu da trở nên rạng rỡ và giảm thiểu khuyết điểm.
Giá: 1.380.000 VND

The Body Shop Poppy
Universal Lip & Cheek
Velvet Stick
Điểm cộng: Son đen đôi màu theo độ pH của da để chuyển sang các tông màu đỏ độc đáo.
Giá: 499.000 VND

BVLGARI Man in Black
Điểm cộng: Sự kết hợp của hổ phách, da thuộc, gia vị và gỗ tạo ra sự bùng nổ của một mùi hương nam ấm áp. Bản EDP dành cho nam đầu tiên của BVL.
Giá: 1.660.000 VND/60ml;
2.190.000 VND/100ml.

NARCISO RODRIGUEZ NARCISO

*“Tôi muốn tạo ra một hương thơm cực kỳ sexy khiến đàn ông buộc phải quay đầu lại “
Narciso Rodriguez*



Hương đầu: Hoa dành dành, hoa hồng.

Hương giữa: Xạ hương

Hương cuối: Vertiver, tuyết tùng trắng, tuyết tùng

Màu sắc: Tôi thường có ấn tượng với một chai nước hoa ngay từ màu sắc của nó. Như màu đỏ ruby quyến rũ của Frederic Malle Portrait of a Lady, màu đen bí ẩn của nước hoa By Killian hoặc màu trong suốt mềm mại của các chai Jo Malone. Narciso là sự kết hợp của màu trắng, màu đen và màu nude – sự cân bằng, cổ điển, thanh lịch và trí tuệ.

Cảm hứng: Narciso, được lấy tên theo tên của thương hiệu và cũng là tên một vị thần Hy Lạp (Narcissus). Là tác phẩm của perfumer Aurelien Guichard (người đã tạo ra Chinatown, Eros & Petit Fracas), mùi hương này được sử dụng để kỷ niệm “quyền hạn của một người phụ nữ quyến rũ với sự sang trọng tối đa”. Sau Narciso Rodriguez for Her, đây được xem là mùi hương trụ cột thứ hai của thương hiệu dành cho phụ nữ.

Mùi hương: Narciso là sự pha trộn của hai thành phần màu trắng: xạ hương trắng và hoa dành dành (gardenia). Nó tạo ra một hiệu ứng “White out” chỉ có thể mô tả là trắng mịn như sữa, dày lên theo thời gian, rồi kết thúc trong một dạng kem mịn đặc sang trọng. Những phút đầu tiên, hương thơm lan toả nhanh như ánh sáng, gần như chum sáng ủa vào phòng một cách đột ngột khi rèm cửa bật mở. Điều ngạc nhiên là không có mùi cam quýt nào được sử dụng để tạo ra cảm giác lấp lánh này. Toàn bộ hương thơm chỉ có mùi xạ ngọt và mùi hoa gardenia say đắm.

Ở hương nền, Narciso nhấn chìm chúng ta trong vị ngọt của nó: vị ngọt của hoa hồng và hoa gardenia bọc đường – kiểu ngọt ngào gợi nhắc đến dòng nước hoa Gourmand với đôi chút nhân tạo và đậm đặc của đường, cream hay vanilla. Một chút xanh từ gardenia kéo mùi hương trở lại sự tự nhiên và tươi mát.

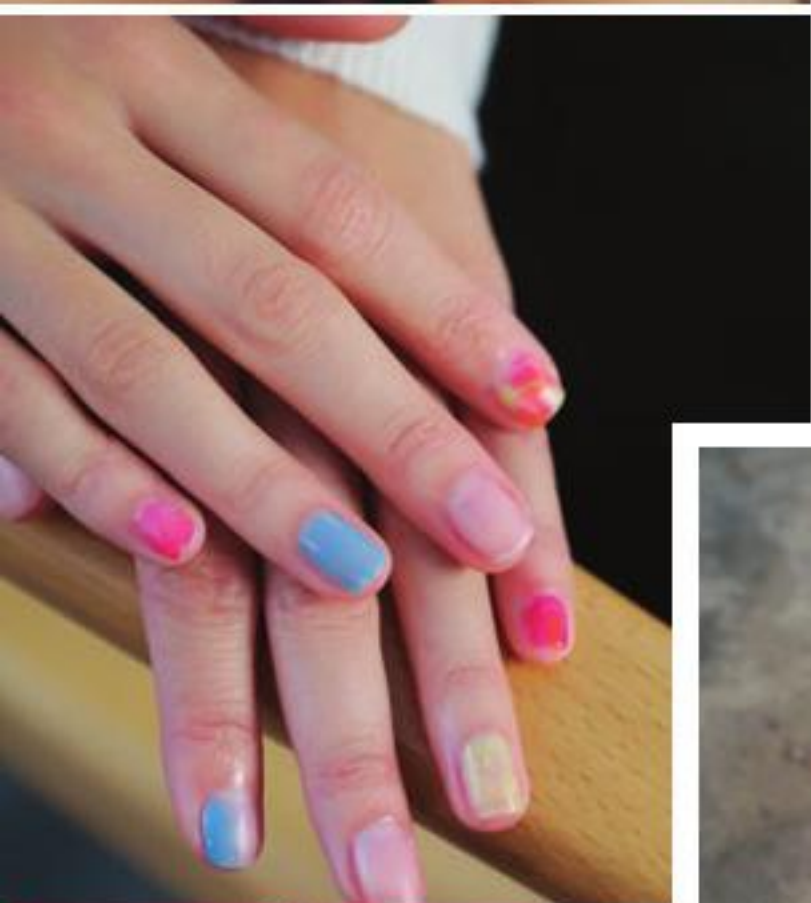
Xạ hương lại trở lại và ngày càng quyến rũ hơn ở hương cuối của Narciso. Vetiver và gỗ tuyết tùng tham gia vào cuộc chơi, khiến mùi hương xạ trắng trở nên góc cạnh hơn. Sự thay đổi khối lượng trở nên đột ngột: từ cảm giác nhẹ nhàng, lấp lánh, các notes mùi trở nên dày đậm, như một dòng suối ngọt của vani và hổ phách lẫn khuất ở đâu đó.

Narciso gợi nhắc về một căn phòng có nội thất màu trắng xa hoa. Đơn giản, tinh khiết và quý phái một cách hoàn hảo.



NGÃU HỨNG NAIL

Phong cách ngẫu hứng rực rỡ này dành cho những ai đã nhàm chán với những ngón tay trau chuốt nhưng buồn tẻ.



Những nghệ sỹ của OPI đã thực hiện một cuộc trình diễn đầy màu sắc vui nhộn trong show diễn mùa xuân của Jeremy Scott. Sơn móng được vẽ kiểu Graffiti với sự kết hợp các màu neon xanh, hồng, đỏ, vàng và những hình thù vui nhộn: vài đường kẻ sọc đan xen, những chấm màu loang lổ, những chấm bi nguyệt ngoác, những nét sơn dờ dang. Thậm chí, có những ngón tay được để nude đan xen giữa các ngón màu chói dờ, như một cô bé đang nghịch dờ các màu sơn của mẹ.

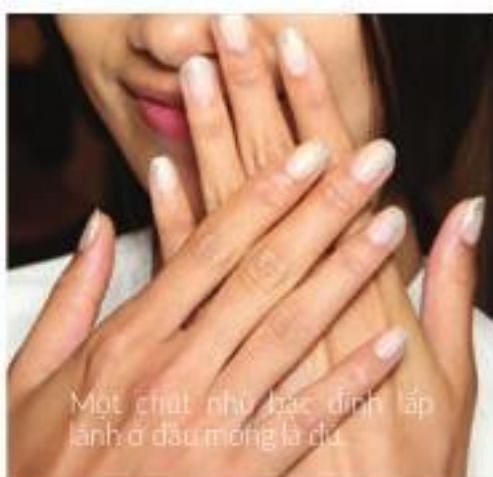
Hầu như không có bất cứ một quy luật nào cho các mẫu vẽ này. Tuy nhiên, nếu để ý, bạn vẫn nhận ra chúng được xuất phát từ một gu thẩm mỹ xuất sắc. Ngẫu hứng và lộn xộn nhưng không hề nhem nhuốc. Sự đan xen các màu sắc dù nhìn như ngẫu nhiên nhưng vẫn khéo léo và hợp lý. Nếu bạn muốn áp dụng kiểu sơn móng này, nên chuẩn bị một nhóm màu tương đồng (ví dụ: 4-5 màu pastel) để bắt đầu. Nên xem xét tổng thể bàn tay sau khi kết thúc: nếu có cảm giác như một bức tranh hồng, tốt nhất, nên tẩy móng đi và sửa lại từ đầu.

NHỮNG KHOẢNH KHẮC ẤN TƯỢNG

Những sáng tạo nho nhỏ trên sân diễn mùa Xuân mang đến kiểu sơn móng tối giản nhưng không hề đơn điệu.



Vài chấm nhỏ màu đen trên nền trắng.



Một chút phủ bạc định lấp lánh ở đầu móng là đủ.



Những đường trắng sữa đan xen nguyệt ngoác trên nền móng nude.



Màu xanh xám với một bên bị cạo đi một cách cố ý.



Màu cam được sơn hình bán nguyệt ở vùng chân móng.

BÍ MẬT Selfie

BẠN CÓ KHI NÀO TỰ HỎI TẠI SAO MÌNH KHÔNG BAO GIỜ XINH ĐẸP ĐƯỢC TRONG NHỮNG BỨC ẢNH SELFIE NHƯ NHỮNG NGƯỜI KHÁC, DÙ NHAN SẮC CỦA MÌNH KHÔNG TỆ? VÀ ĐÂY CÓ THỂ LÀ LÝ DO.

1: KHÔNG DÙNG PRIME

Tất nhiên, 98% các prime đều chứa một lượng lớn silicone, và bởi thế, nó có thể giúp tăng độ mịn của da lên đến 30-40%. Nó xoa mờ các lỗ chân lông, các nếp nhăn nhỏ, tạo ra một bề mặt hoàn hảo để chuẩn bị cho các lớp phấn sau đó.

2: DÙNG QUÁ NHIỀU NHŨ HOẶC BÓNG.

Nhũ hoặc bóng rất tuyệt vời khi bạn hoạt động ngoài ánh sáng, nó giúp phản chiếu ánh sáng và tạo ra cảm giác làn da mịn màng hơn. Nhưng những lợi thế này sẽ bị phản tác dụng nếu bạn chụp ảnh Selfie. Khả năng phản chiếu ánh sáng của nhũ và bóng là kẻ thù của máy ảnh điện thoại, vốn có độ phân giải không cao. Chúng gây ra những hậu quả như đèn flash, khiến khuôn mặt bị bóng và như bị đổ dầu. Hãy nhớ, khi chụp selfie nên dùng phấn nền và son dạng bột (matte).

3: KHÔNG MAKE UP TRONG ÁNH SÁNG TỰ NHIÊN

Make up dưới ánh đèn sẽ tạo ra hình ảnh hoàn toàn khác khi bạn bước ra ngoài ánh sáng: bởi dưới ánh đèn, các khuyết điểm không hề lộ rõ và bạn thường quá tay khi dặm phấn hay tô son mà không hề biết. Tốt nhất hãy make up và soi gương lại để kiểm tra dưới ánh sáng tự nhiên.

4: KHÔNG DÙNG PHẤN POWDER TÔNG VÀNG

Từ khi Bobbi Brown phát hiện ra rằng phấn tone vàng có thể mix với nhiều sắc tố da hơn là tone hồng, phấn tone vàng đã trở thành màu sắc được ưa thích nhất, bởi nó mang đến sự khỏe khoắn và tự nhiên cho màu da. Điều này đặc biệt đúng với phụ nữ da vàng. Ở bước phấn phủ cuối cùng, bạn nên dùng phấn tông vàng thay vì phấn trong suốt hoặc phấn ánh nhũ.

5: KHÔNG CHE KHUYẾT VÙNG DƯỚI MẮT

Vùng dưới mắt đặc biệt quan trọng dù bạn không cảm thấy gì quan trọng ở khu vực này. Nếu vùng da này tối hơn các khu vực khác, nó sẽ kéo tổng thể khuôn mặt xuống và khiến sắc diện không tươi tắn trong những bức ảnh. Luôn nhớ áp dụng kem che khuyết sáng hơn một tông ở đây trước khi pha trộn với các loại phấn khác.

6: DÙNG PHẤN MẮT PASTEL

Màu mắt pastel rất đẹp ở bên ngoài nhưng hầu như bị "rửa sạch" trong những bức ảnh selfie. Nên dùng các màu tối như nâu, chocolate, xám hay smoky để đôi mắt nổi bật hơn.

7: KHÔNG DÙNG LINER VÀ MASCARA

Hai yếu tố này có thể không cần thiết với make up thường ngày nhưng sẽ khiến đôi mắt to và sáng hơn 20% trong những bức ảnh.

8: KHÔNG KẼ VIỀN MÔI

Cũng như mascara, kẻ viền môi có thể không cần thiết ở bên ngoài, nhưng trong ảnh, nó giúp đôi môi sắc sảo hơn với hình dạng rõ ràng mà không loại son nào có thể mang lại hiệu ứng tương tự.



Kem lót trang điểm
Sulwashoo Evenfair
Smoothing Makeup Base.
Giá 1.200.000 VND

Son Mac Viva Glam
Miley Cyrus lipstick
Giá 520.000 VND

Laneige BB Cushion
làm mờ các lỗ chân
lông (Pore Control)
Giá: 930.000 VND

Phấn nền dạng kem Shiseido
Make up Advanced Hydro-
Liquid Compact SPF 15 che
phủ vết thâm và lỗ chân lông
Giá 950.000 VND.

Laneige K-secret Cushion
Tint son môi dạng kem lì.
Giá 400.000 VND



nguyên liệu vĩnh cửu

Dù các phức hợp nhân tạo liên tiếp được ra mắt trong phòng thí nghiệm thì chủ đề về tính chất thực vật vẫn chưa bao giờ là cũ trong các thành phần của skincare.

NGÂN KHÁNH

Đầu năm 2015 chứng kiến sự ra mắt của hàng loạt các sản phẩm skincare mới dựa trên cấu trúc plant-base (thực vật), nhấn mạnh tầm quan trọng của các chiết xuất thực vật kết hợp với công nghệ tác động mới.

Đầu tiên là Shiseido Bio Performance Glow Revival Serum. Chiết xuất Quế (hay còn gọi là Keihi) là một từ khoá quan trọng của loại serum chống lão hoá này. Đây là một dược liệu quý từ thiên nhiên mang trong mình sức sống mạnh mẽ. Vỏ cây dù tách lìa khỏi thân cây trong một thời gian dài nhưng nguồn tinh chất trong nó vẫn tồn tại vĩnh viễn theo thời gian. Thành phần chiết xuất từ Keihi có khả năng điều trị sự thất thoát trong hệ thống chuyển hóa dưỡng chất và tăng cường quá trình quá trình hoạt động để làn da dễ dàng tiếp nhận chất dinh dưỡng.

Sản phẩm dưỡng mới nhất từ Dior, Capture Totale Le Sérum cũng có thành phần chủ lực là chiết xuất từ một loài hoa. Hoa longoza được phát hiện trong khu rừng nhiệt đới Madagascar và sau đó được trồng ở khu Dior Ranomafana Gardens (Đông Nam Madagascar), loại hoa độc đáo này được biết đến với đặc tính chống lão hóa tuyệt vời và khả năng chống lại sự tấn công của nếp nhăn. Mất một tháng rưỡi để có thể chiết tách thành phần hoạt chất này từ hoa longoza. Một công nghệ mới cho phép thành phần tác động của Capture Totale Le Sérum có phân tử nhỏ hơn 60% so với thông thường – điều này đồng nghĩa với việc tinh chất sẽ thẩm thấu vào da sâu hơn và dễ dàng hơn.

Thành phần quan trọng nhất trong công thức của vi tinh chất HYDRA BEAUTY Micro Serum của Chanel cũng bao gồm hai loại thực vật: Cây hoa trà Camellia Japonica Alba Plena được trồng trong bóng mát vùng Tây Nam nước Pháp và cây gừng xanh - từ cao nguyên Madagascar. Từ hai loại thực vật này, Chanel đã tạo ra tinh chất hoa trà Camellia Alba PFA và tinh chất gừng xanh PFA. Trong khi Camellia Alba PFA giúp hồi phục và duy trì lượng nước dự trữ bằng cách nhắm vào bộ thụ cảm quan trọng của màng tế bào, nơi liên tục điều khiển và kích hoạt quá trình dưỡng ẩm tự nhiên, thì tinh chất Gừng xanh PFA là một loại chất chống oxy hóa đa năng diện rộng giúp bảo vệ da tuyệt đối khỏi các tác nhân gây stress. Cũng từ hoa trà, một tinh chất mới đã được phát hiện, đó là Tinh chất hoa trà Camellia Alba OFA, được chiết xuất một cách tự nhiên tối đa, đậm đặc, chứa nhiều lợi ích cho lớp sừng của da. Camellia Alba OFA kích hoạt DNase1L2 - một enzyme quan trọng giúp kích thích sự chuyển hóa tế bào keratinocyte thành corneocyte, và cũng đồng thời sản xuất keratin, tăng cường bảo vệ da.

Liên tiếp những chiết xuất mới từ thực vật đã khẳng định lại một phát biểu của giáo sư Joe Chappell (Đại học Nông nghiệp Kentucky) được đăng tải trên trang web của Clarins: “Chúng ta đã quên tận dụng lợi thế của bà mẹ thiên nhiên, khi công nghệ trở nên quá tiên tiến. Đã đến lúc thừa nhận rằng đến hai phần ba các loại thuốc hiện hành đều có thể truy ngược lại nguồn gốc tự nhiên của chúng. Một số loại thuốc nổi tiếng đã được sinh ra từ các chiết xuất thực vật như cây mao địa hoàng cho chúng ta các chất kích thích cơ tim digoxin, cây dừa cạn cung cấp các loại thuốc hóa trị vincristine và vinblastine. Trong thực tế, có ít nhất 250.000 loài thực vật có thể sử dụng trong y dược, và đến hơn 1.000 loại có đặc tính chống ung thư quan trọng”.

Một trong những lợi ích của các thành phần thực vật, cả trong y học và chăm sóc da, là cơ thể của bạn sẽ tự động biết cách xử lý chúng. Các tinh chất này rất giàu chất chống oxy hóa tự nhiên, vitamin cũng như các chất làm mềm da – nguồn dinh dưỡng tuyệt vời cho da.



Tinh chất dưỡng ẩm
Chanel HYDRA BEAUTY
Micro Serum
Giá 2.482.000 VND

Tinh chất hoa trà Camellia
Alba OFA, được chiết xuất
một cách tự nhiên tối đa,
đậm đặc, chứa nhiều lợi
ích cho lớp sừng của da.



Shiseido-Bio
Performance Glow
Revival Serum

Tinh chất chống lão
hoá Dior Capture
Totale Le Sérum

Clarins: Thương hiệu đang lưu trữ 250 nguyên liệu tự nhiên là thành phần hoạt động chính trong hệ thống sản phẩm dưỡng da của họ. Face Treatment Oil là một sản phẩm quan trọng ra đời từ 50 năm trước và có thành phần 100% từ tự nhiên.

Origins: Một thương hiệu mới ra mắt từ 1990, nổi tiếng với việc sử dụng các nguyên liệu tự nhiên mới (như vỏ cây mai dương ở Brazil hay trà trắng ở Phúc Kiến Trung Quốc. .) và cam kết không chứa các thành phần độc hại.

Sulwashoo: Một trong những thương hiệu skincare bán chạy nhất của Hàn Quốc, nổi tiếng với các tinh chất thảo dược phương Đông như nhân sâm, hoa trà, hoa mai hoặc thông Hàn Quốc.

Sisley: Được thành lập từ năm 1976, một trong những thương hiệu tiên phong của Pháp trong dòng mỹ phẩm phytocosmetology, có đặc tính sử dụng các hoạt chất từ tự nhiên. Sisley được đánh giá là một trong số ít những sản phẩm skincare luxury đáng giá đến từng xu và người mua không phải lãng phí tiền bạc cho bao bì hào nhoáng hay chi phí quảng cáo khổng lồ như nhiều thương hiệu luxury khác.



BẢO ĐỘNG! DA CHẢY XÊ!

Hãy thừa nhận điều này: sẽ tới lúc khuôn mặt của bạn không còn thon gọn săn chắc như thuở 20. Làn da bị kéo chùng xuống và bắt đầu kêu gào những dấu hiệu của sự lão hóa. Bạn đối mặt với điều này như thế nào?

THANH HOA

Da chảy xệ đơn giản là do thiếu hụt Elastin. Khi những sợi chun có tính đàn hồi này bị hao hụt, “bộ đàn” nâng đỡ cơ và da bị suy giảm dẫn đến cảm giác chùng nhão. Không cần phải đợi cho đến khi 35-40 tuổi, bạn có thể vỗ nhẹ tay vào hai má để kiểm tra độ săn chắc của da ngay bây giờ. Hai vùng má mềm hơn, độ săn chắc giảm đi sẽ khiến tổng thể gương mặt trở nên già hơn và thiếu sức sống hơn.

DA SẼ CHẢY XÊ HƠN NẾU....

1. Massage mặt quá nhiều. Massage mặt không đúng cách và quá nhiều (ngày nào cũng massage 30 phút trở lên) sẽ khiến các bó sợi càng chùng nhão.

2. Không chống nắng. Ánh nắng là nguyên nhân hàng đầu gây ra lão hóa, giảm tốc độ sản sinh collagen và elastin, đẩy nhanh sự chảy

xệ. Nhiều người có vùng cổ chảy xệ trong khi mặt vẫn săn chắc là do họ quên chống nắng cho vùng cổ.

3. Ngủ úp mặt hoặc úp má vào thành gối. Da bị đè ép qua đêm tạo ra các rãnh nhăn và lỏng lẻo.

4. Thức khuya. Thức quá 12h đêm khiến toàn bộ cơ thể và trí não căng thẳng. Sự căng thẳng sẽ sản sinh ra các hormone đẩy nhanh quá trình lão hóa và suy yếu của cơ thể.

5. Rối loạn tiêu hóa. Ăn không đủ rau củ khiến tiêu hóa rối loạn, các chất độc tích tụ trong cơ thể không được chuyển hóa sẽ đẩy nhanh quá trình oxy hóa và già nua. Một người lớn khỏe mạnh trung bình cần đi vệ sinh tối thiểu 3 lần/tuần. Nếu ít hơn con số này, bạn cần có sự can thiệp của bác sỹ.

ĐÚNG SAI VỀ KEM NÂNG CƠ

1. Kem nâng cơ giúp làn da săn chắc như tiêm Botox: Sai. Không có loại kem nâng cơ nào có hiệu quả “là phẳng” nếp nhăn như Botox, tiêm chất độn hay một trị liệu laser.

2. Kem chứa collagen giúp da săn chắc: Sai. Không có nghiên cứu độc lập nào chứng minh collagen trong kem dưỡng có thể tích hợp vào hệ thống collagen trong da và giúp bổ sung nguồn collagen bị thiếu hụt. Kem chứa collagen hiện nay mới chỉ được công nhận về khả năng dưỡng ẩm.

3. Kem chứa silicone chỉ giúp nâng cơ tạm thời: Đúng. Một số loại kem nâng cơ có chứa các thành phần tạo màng như silicone. Các thành phần này bao phủ da và tạo ra một lớp màng giúp “thắt chặt” bề mặt da tạm thời, cho ảo giác về sự thon gọn (cảm giác như khi bôi lòng trắng trứng). Khi rửa sạch, hiệu quả này cũng mất đi.

4. Kem nâng cơ hoàn toàn vô tác dụng: Sai. Điều quan trọng là bạn cần chọn đúng loại kem nâng cơ có chứa các thành phần giúp chống oxy hóa, đẩy nhanh sản sinh collagen và sửa chữa các thiệt hại trên da ở mức tế bào. Những loại kem này sẽ giúp cải thiện collagen trên da và giúp giảm các dấu hiệu lão hóa, bao gồm chảy sệ.

TẬP TRUNG VÀO VÙNG MẮT

Một đôi mắt mệt mỏi sẽ khiến tổng thể gương mặt bị kéo chùng xuống. Đặc biệt là các vùng thâm hoặc mí mắt sụp. Những dấu hiệu này làm cho tình trạng chảy sệ của gương mặt càng nghiêm trọng hơn.

1. Một chút kem che khuyết ở vùng da dưới mắt và hốc mắt là bí quyết của Bobbi Brown để cả gương mặt tươi sáng hơn. Đừng đợi cho đến khi bạn bị thâm quầng ở vùng dưới mắt mới làm việc này. Màu da sáng hơn một tone ở khu vực dưới mắt và hốc mắt sẽ cải thiện cảm giác tổng thể của cả gương mặt.

2. Không uống nước trước khi đi ngủ. Vẫn có lời khuyên uống một cốc sữa để ngủ ngon hơn, nhưng với những người bị sưng vùng mắt thì điều này là không nên. Nước sẽ tích trữ trên gương mặt, gây sưng mí, sụp mí và khiến đôi mắt già nua mệt mỏi hơn.

3. Vẽ lông mày cao. Kẻ lông mày cao hơn một chút bao gồm phần đuôi lông mày sẽ khiến phần mắt thoáng hơn và giúp nâng cao khu vực này, giảm cảm giác bị chảy sệ xuống. Không nên kẻ đuôi lông mày cụp xuống thấp hơn đuôi mắt.

4. Chăm chút cho hàng mi của bạn bằng cách uốn mi và làm đậm mi bằng mascara. Hàng mi đẹp sẽ thực sự xóa đi nhiều khuyết điểm của mắt, làm gương mặt trở nên sáng hơn nhiều.



LaMer THE LIFTING CONTOUR SERUM giúp hiệu chỉnh đường nét cơ mặt.



Sulwhasoo Concentrated Ginseng Renewing Cream chống lão hóa và cải thiện sự đàn hồi của da.



Kem dưỡng KOSÉ INFINITY CREAM PRESTIGIOUS giúp khuôn mặt thon gọn và mịn màng. Giá: 8.800.000 VND



Lancôme Rénergie French Lift™. Sự kết hợp giữa dụng cụ massage cầm tay và kem dưỡng nâng cơ ban đêm cho hiệu quả cao. Giá: 3.000.000 VND.



Clé De Peau Beauté intensive facial contour serum. Chứa các thành phần giúp cải thiện độ đàn hồi của da và giảm sự chùng nhão.



Clarins Shaping Facial lift giúp khuôn mặt không chỉ trở nên thon gọn mà còn mịn màng và tươi tắn hơn. Giá: 1.750.000VND



Sisleya Global Firming Serum. Kết hợp các chiết xuất từ thực vật giúp hỗ trợ sự phát triển của các mô và da, lấy lại sự săn chắc.



No **Yes**



Sulwhasoo Timetreasure Renovating Eye Cream kem nâng cơ mắt và chống nhăn. Giá 5.200.000 VND



Bobbi Brown Tinted Eye Brightener kem che khuyết và làm sáng vùng mắt.

THỦ THUẬT MAKE UP ĐỂ GƯƠNG MẶT THON GON LÀ....

1. Các sản phẩm tạo khối là buộc phải có nếu bạn muốn các đường nét gương mặt trở nên rõ ràng hơn và làn da chặt chẽ hơn. Ví dụ, dùng highlighter sáng ở vùng xương gò má sẽ giúp khu vực này trông cao hơn. Dùng bronze màu tối hơn một chút dọc theo quai hàm sẽ khiến khu vực này thon gọn hơn. Bronze cũng được sử dụng ở hai cánh mũi để khiến vùng mũi trở nên cao hơn. Dĩ nhiên, cần pha trộn các loại phấn tạo khối thật tinh tế để các đường nét dù sắc sảo nhưng vẫn giữ được sự mềm mại. Tạo khối quá cứng và lộ sẽ khiến khuôn mặt trông giả tạo. Bí quyết là một cây cọ mềm, đầu cọ rộng và dùng không quá nhiều phấn.

2. Dùng các sản phẩm kem lót có chức năng “thắt chặt” da. Các loại kem lót chứa silicone thường tạo ra một lớp màng mịn bao phủ da và giúp da nhìn chặt chẽ hơn. Trong trường hợp bạn có da mụn, da nhạy cảm thì nên cẩn trọng hơn với loại kem lót này.

3. Chọn các sản phẩm make up có chức năng giúp thon gọn và chống chảy sệ. Ví dụ, một loại phấn nền có chứa thành phần chống oxy hóa sẽ được khuyên dùng.

4. Luôn lưu ý chỉ số chống nắng trên sản phẩm make up. Chống nắng hàng ngày với chỉ số từ 15-30 SPF, PA +++ là điều mà chúng tôi đặc biệt lưu ý.

Estée Lauder Re-Nutriv Intensive Lifting Makeup Broad Spectrum SPF 15 phấn nền giúp gương mặt thon gọn với độ che phủ trung bình.



Shiseido Make up Highlight shades. Sử dụng xung quanh vùng mắt dọc xương gò má phần con của môi hoặc bất cứ nơi nào mà bạn muốn rạng rỡ. Giá 720.000 VNĐ

Crene de la Mer The Treatment Fluid Foundation SPF15 chứa những tinh chất quý giúp chống lão hoá toàn diện và đem lại lớp che phủ mịn màng.



Sulwhasoo Evenfair Smoothing Base kem lót chống nắng và cho lớp lót mịn màng. Giá 1.200.000 VNĐ

Lancôme Renergie Lift Makeup SPF 20 phấn nền giúp giảm thiểu sự chảy sệ chống nhăn và đem lại sự rạng rỡ.



Benefit Porefessional kem lót thu nhỏ lỗ chân lông và thắt chặt da.



YOGA CHỐNG CHẢY XỆ

Một số động tác yoga chính xác sẽ giúp lưu thông máu, cho phép cung cấp oxy và chất dinh dưỡng trong các tế bào da. Những động tác này cũng được thiết kế để kích thích sản xuất collagen và elastin ở lớp giữa của da, tạo ra một cấu trúc mượt mà hơn, chặt chẽ hơn. Bài tập có thể diễn ra trong 15-20 phút, sáu lần/tuần. Sau từ 2-4 tháng, bạn sẽ thấy khuôn mặt giảm bớt sự căng thẳng. Từ 6-9 tháng, bạn sẽ cảm thấy trẻ trung hơn.

1. CHỮ V

HIỆU QUẢ CHO: BỤNG MẮT, CHÂN CHIM, SÚP MÍ MẮT.

Bước 1: Đặt ngón trỏ và ngón giữa tại các góc đầu và cuối của lông mày.

Bước 2: Nhìn lên trần nhà, nâng mí mắt lên trên trong vài giây, sau đó thư giãn. Liếc mắt sang trái, rồi sang phải trong vài giây, sau đó thư giãn.

Bước 3: Lặp lại các động tác trong 5 lần. Sau đó ấn mạnh vào hai bên hốc mắt và đuôi lông mày khi mắt nhắm chặt trong 10 giây.

2. KHÓE MÔI

Hiệu quả cho: da chảy xệ vùng khóe môi

Bước 1: Há miệng thành hình chữ O, nhưng giữ răng ẩn sau môi.

Bước 2: Cười rộng miệng sáu lần trong khi vẫn giữ môi hình chữ O và răng ẩn sau môi.

Bước 3: Đặt ngón tay ở cằm, giữ cho cằm chuyển động lên xuống trong khi vẫn giữ nụ cười. Thư giãn rồi lặp lại 2 lần nữa.

3. VÙNG TRÁN

Hiệu quả cho: các đường rãnh ngang trán

Bước 1: Chụm các ngón tay và đặt chúng ngang trán.

Bước 2: Nhẹ nhàng bóp các ngón tay hướng về phía thái dương, nhấn nhẹ nhàng để tạo áp lực trên da.

Bước 3: Thư giãn và lặp lại 10 lần.

(Nguồn: Danielle Colin, faceyogaexpert.com).



TRÁN ĐẸP BIẾT NÓI

NÓI CHUNG, TÔI ÍT QUAN TÂM ĐẾN TRÁN. TRÊN GƯƠNG MẶT TÔI, BỘ PHẬN NÀY HẦU NHƯ ĐƯỢC CHE CHẮN KHỎI ÁNH MẶT TRỜI BỞI KIỂU MÁI BẰNG BẤT DI BẤT DỊCH. CHO ĐẾN MỘT NGÀY, KHI TÔI CẦN TẠO MỘT KIỂU TÓC MỚI HỖ TRÁN THÌ SỰ THẬT PHÙ PHÀNG ĐÃ LỘ RA: TRÁN TÔI QUÁ XẤU!

Không những tỷ lệ của nó quá hẹp, khiến khuôn mặt trở nên kỳ lạ một cách khó tả, mà đường chân tóc cũng nguệch ngoạc một cách đáng buồn. Kiểu tóc lộ trán bỗng trở nên bất khả thi. Tôi đâm ra hâm mộ tất cả những cô nàng có thể lộ trán trong những kiểu tóc của họ. Chắc chắn một điều là họ đều phải có những vầng trán thanh thoát với một đường chân tóc đều đặn tuyệt đẹp. Chưa kể, kiểu tóc lộ trán bao giờ cũng khiến phụ nữ nhìn trưởng thành hơn, táo bạo hơn và tự tin hơn. Một chuyên gia tạo mẫu tóc của Mỹ khi sang Việt Nam đã nhận xét với tôi rằng không hiểu vì sao phụ nữ châu Á, đặc biệt là Đông Nam Á rất thích để tóc mái. Họ luôn có từ 8-10 cm tóc mái rủ xuống đến đường chân mày. Trong khi, phụ nữ phương Tây thì hầu như ngược lại: rất thích lộ trán. Kiểu tóc mái che kín trán đặc trưng của các nước Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Việt Nam cũng có xuất hiện trong các trào lưu tóc của phương Tây, nhưng lúc nào cũng chỉ là xu thế nhỏ lẻ ít phổ biến. Tôi chỉ có thể trả lời anh bạn rằng, có thể phụ nữ châu Á đang chuộng kiểu xinh xắn đáng yêu, còn phụ nữ phương Tây luôn thích mình sexy và tự tin hơn chẳng?

Nói về trán, không thể không nói đến tỷ lệ vàng. Các nhà nhân trắc học thống nhất rằng một vầng trán hoàn hảo cần có tỷ lệ bằng 1/3 chiều dài cả gương mặt. Nhưng ngay cả người đẹp lừng danh như Phạm Băng Băng cũng không đạt được tỷ lệ này: vầng trán quá hẹp và đường chân tóc hình chữ nhật bị tiết lộ trong nhiều kiểu tóc vẫn đã làm suy giảm sự hoàn hảo của gương mặt chữ V thon gọn nổi tiếng của cô.

Chỉnh sửa trán là một dịch vụ đang được ưa chuộng ở Hàn, quốc gia nổi tiếng với khái niệm "không gì không sửa". Một vết rạch dọc theo đường chân tóc và kéo đường chân tóc về phía chân mày, giúp trán trở nên hẹp hơn ban đầu vốn là dịch vụ dành cho những người hói có vầng trán quá mức "sân bay". Nhưng giờ, nó dành cho cả những người có trán quá cao và muốn điều chỉnh lại kích cỡ. Phẫu thuật này mất khoảng 90 phút.

Một dịch vụ thẩm mỹ khác phức tạp hơn, kéo dài từ 5-6 giờ, sẽ thay đổi kích cỡ vầng trán bằng cách hiệu chỉnh đường chân tóc. Tóc ở những khu vực không cần thiết sẽ bị cạo sạch, sau đó được di dời bằng cách cấy ghép sang những khu vực khác theo tạo hình mới hoàn hảo hơn. Khách hàng sẽ có vầng trán như ý, tất nhiên, cần coi chừng để tránh tình trạng viêm nang lông có thể xảy ra bất cứ lúc nào. Nếu vẫn băn khoăn với dịch vụ này, các bác sỹ thẩm mỹ Hàn sẽ đề nghị bạn một giải pháp tạm thời: xăm da đầu để tùy chỉnh kích thước trán. Biện pháp này giúp chỉnh sửa những vầng trán ít khiếm khuyết và phải xăm lại sau một thời gian, khi thuốc nhạt đi.

Hiệu chỉnh trán bằng make up



Trán cao

TRÁN QUÁ CAO

Dùng bột phấn mắt hoặc lông mày màu nâu, hay xám, hoặc đen (màu sắc gần với màu tóc của bạn nhất) dặm lên đường viền chân tóc như khi bạn chải lông mày. Dặm chờm ra vài mm để kéo trán thấp xuống, đồng thời vẽ lông mày đậm lên để kéo khoảng cách giữa trán và lông mày lại.



Trán chữ M

TRÁN HÌNH CHỮ M (HOẶC DẠNG BÒ LIỄM)

Kiểu trán này thường rất thừa tóc ở hai bên thái dương và tóc mọc nhiều ở chính giữa trán tạo thành hình chữ M. Dùng bột phấn cùng màu với chân tóc dặm ở các phần tóc thừa hai bên và điều chỉnh để hai cạnh của chữ M trở nên mềm mại hơn.



Trán hẹp

TRÁN HẸP

Với trán hẹp, cần vẽ lông mày mảnh và mềm mại để giãn khoảng cách giữa trán và lông mày ra. Mở rộng highlight ở vùng giữa trán để nâng trán cao lên: phần highlight có thể kéo dài đến gần sát thái dương.



Hydroxycitrate, Hydroxycitric Acid hay HCA là thành phần có mặt trong rất nhiều thực phẩm chức năng giảm béo và được ca ngợi như “thần dược của giảm béo”. Loại “thần dược” này chính xác là gì?

KHÁNH

HCA là một dẫn xuất của acid citric được tìm thấy trong nhiều loại thực vật nhiệt đới bao gồm *Garcinia cambogia* và *Hibiscus sabdariffa*. Ở Việt Nam, chúng ta gọi *Garcinia cambogia* là quả bứa (một loại cây có họ hàng với cây măng cụt Việt Nam). HCA là thành phần chính trong các loại thực phẩm chức năng giúp giảm cân như Citrilite, Citrin, PhyrtriMax, Bio-Max 3000, và *Garcinia Trim-Pulse*.

VÌ SAO HCA ĐƯỢC QUẢNG CÁO MẠNH MẸ LÀ CÓ KHẢ NĂNG GIẢM BÉO?

Acid citric là một chất tham gia vào quá trình chuyển hóa carbohydrate. HCA (một hình thức sửa đổi của axit citric) được cho là có khả năng ức chế enzyme cho phép carbohydrate được lưu trữ dưới dạng mỡ. Tức là, sự có mặt của HCA sẽ đốt cháy carbohydrate và không cho nó tồn tại dưới dạng chất béo. Một tác dụng phụ khác của HCA là giảm cảm giác thèm ăn – một điều tuyệt vời với những người béo. Cảm giác thèm ăn chính là chướng ngại vật lớn nhất trên con đường giảm cân của những người quá khổ và chính bởi vậy, rất nhiều thực phẩm chức năng chứa HCA đang được quảng cáo là “Giảm cân mà không cần nỗ lực”.

NHIỀU TRANG WEB BÁN THỰC PHẨM GIẢM BÉO CHỨA HCA ĐANG QUẢNG CÁO LOẠI THỰC PHẨM NÀY CÓ KHẢ NĂNG GIẢM 19,3 KG VÀ TRUNG BÌNH 5CM MỖ BỤNG TRONG 28 NGÀY. TẠI VIỆT NAM, NÓ ĐƯỢC MỘT SỐ TRANG WEB BÁN HÀNG CẢ NGÔI LÀ “THẦN DƯỢC CỦA GIẢM BÉO”.

THỰC PHẨM GIẢM BÉO CHỨA HCA TỪNG BỊ CẤM

Tuy nhiên, cùng với nhiều nghiên cứu nữa về HCA, người ta phát hiện ra rằng việc sử dụng các axit này có thể dẫn đến nhiều tác dụng phụ nghiêm trọng, bao gồm mệt mỏi, nôn mửa, tổn thương gan và tử vong. Một báo cáo năm 2009 trong *World Journal of Gastroenterology* đã liệt kê HCA như một hepatotoxin, có nghĩa là nó có thể gây thiệt hại nghiêm trọng cho gan. Hiệp hội quản lý Thuốc và Thực phẩm Hoa Kỳ (FDA) đã phải tiến hành các nghiên cứu riêng của mình trong cùng năm và đi đến kết luận rằng HCA là nguyên nhân gây ra một số vấn đề sức khỏe. Do đó, họ đã cấm một số sản phẩm có chứa HCA. Nổi tiếng nhất là việc 14 sản phẩm Hydroxycut™ (một thương hiệu thực phẩm chức năng giảm béo chứa HCA) đồng loạt bị thu hồi do dẫn đến cái chết của một bệnh nhân 19 tuổi và hàng loạt các tổn thương gan nghiêm trọng khác, sau khi đã bán được 9 triệu gói trên toàn nước Mỹ. Các triệu chứng tổn thương đầu tiên khi sử dụng thực phẩm giảm béo chứa HCA là vàng da và suy gan.

Hydroxycut™ sau đó được cấp phép tái sản xuất nhưng không còn chứa HCA.

Nhưng FDA không thể cấm các nhà sản xuất thực phẩm chức năng đưa HCA vào sản phẩm của họ vì thực phẩm chức năng không phải thuốc. Các nhà sản xuất thực phẩm bổ sung có thể tự ý sản xuất các chế phẩm rồi bán ra thị trường. FDA



chỉ can thiệp khi có những báo cáo nghiêm trọng về sức khỏe được gửi về như trường hợp của loại thực phẩm giảm béo Hydroxycut nói trên. Và đối với những trường hợp không được báo cáo thì mặc nhiên loại thực phẩm chức năng đó vẫn có thể tồn tại trên thị trường, bất kể chúng có ích hay có hại.

Quay lại trường hợp của chất HCA trong quả bứa, những quảng cáo về thành phần này rộng rãi đến nỗi, các thực phẩm giảm cân chứa HCA vẫn tiếp tục bán chạy và vẫn được nhân rộng bởi những câu chuyện giảm cân tuyệt vời không cần nỗ lực. Một chuyên gia y tế của Mỹ, Sue Decotiis (trích dẫn trên Womanhealth) phát biểu rằng tất cả các công ty sản xuất thực phẩm chức năng lớn của Mỹ hầu như chưa từng có một nghiên cứu nghiêm túc và sâu rộng về HCA. Dường như sẽ không bao giờ có một dữ liệu khách quan về HCA.

Nhiều trang web giảm cân vẫn duy trì quan điểm rằng acid hydroxycitrate là an toàn cho người và không gây tác dụng phụ khi dùng đúng cách. Chất này vẫn đang được bán trên thị trường như một loại thực phẩm bổ sung giúp giảm béo và cần phải thận trọng sử dụng khi sử dụng.

• HCA CÓ THỂ GÂY ẢNH HƯỞNG TỚI LƯỢNG ĐƯỜNG TRONG MÁU. NẾU BẠN BỊ TIỂU ĐƯỜNG, HÃY HỎI Ý KIẾN CỦA BÁC SỸ TRƯỚC KHI SỬ DỤNG THỰC PHẨM BỔ SUNG NÀY.

• THẬN TRỌNG GẤP ĐÔI NẾU BẠN CÓ BỆNH VỀ GAN, THẬN. CÁC BÁO CÁO NGHIÊM TRỌNG NHẤT VỀ HCA ĐỀU CÓ LIÊN QUAN ĐẾN HAI CHỨC NĂNG NÀY.

• VẪN CHƯA CÓ NGHIÊN CỨU LIỆU HCA CÓ AN TOÀN CHO VIỆC MANG THAI VÀ CHO CON BÚ HAY KHÔNG. KHÔNG SỬ DỤNG THỰC PHẨM CÓ CHỨA HCA TRONG GIAI ĐOẠN NÀY.

99^{STAYS}

NHỮNG TUYỆT TÁC KHÔNG TÊN



TRÁI TIM MÀU HỒNG NGỌT NGÀO CỦA VERA WANG. NGÔI SAO XANH LẠNH LEO NHƯNG XINH ĐẸP CỦA THIERRY MUGLER. BÀN TAY SIÊU NHÂN NẮM CHẶT ĐẦY SỨC MẠNH CỦA DIESEL. HÌNH TRỤ BÚP MĂNG THANH MẢNH ĐẬM CHẤT THIỀN CỦA ISSEY MIYAKE. ĐÔI CHIM BỎ CẦU TUNG CẢNH TRONG HẠNH PHÚC ẸM Ắ CỦA NINA RICCI. CON ỐC SÊN BẠC TINH XẢO CỦA ILLAMASQUA. QUẢ LỤU ĐẠN KIM CƯƠNG CỦA VIKTOR ROLF. NÀNG TIỀN NHỎ VẮT VỂ TRÊN NHÁNH CÂY NHƯ MỘT GIẤC MƠ KHÔNG CÓ THẬT CỦA VAN CLEEF & ARPELS.

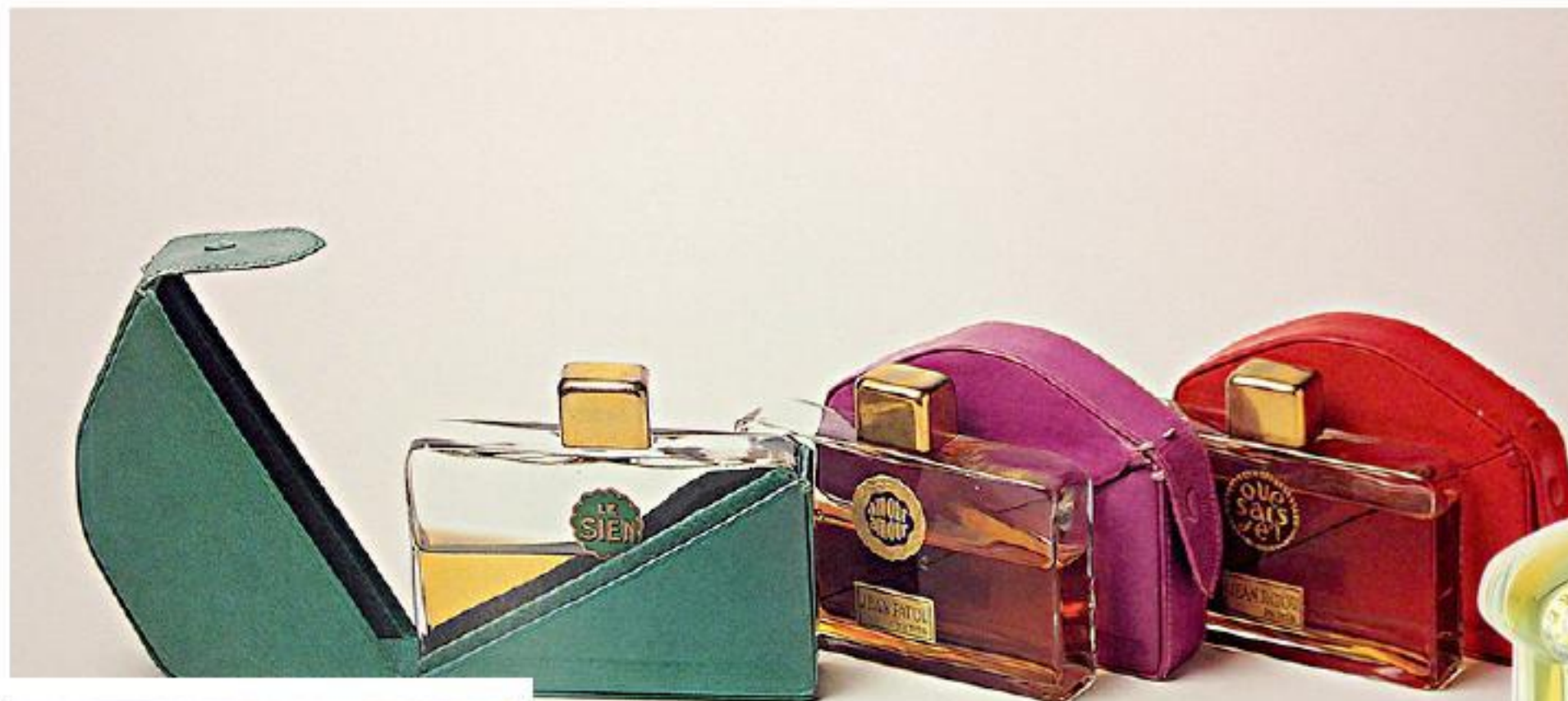
THÀNH HẢO

Những tuyệt tác không tên của nước hoa - Người tạo ra chúng gần như vô danh với số đông. Mà nếu có được nói đến, bao giờ cũng xếp sau những perfumer, những nose. Nhưng có hề gì, bởi trong thế giới của mùi hương, họ vẫn luôn được nhắc đến như những nghệ sỹ bậc thầy của một nghệ thuật đầy cảm hứng: nghệ thuật tạo hình cho những chai nước hoa xinh đẹp.

Nếu tình yêu dành cho mùi hương phải đợi đến hàng phút, hàng giờ, hay thậm chí hàng tháng, hàng năm để mùi hương đó thấm đẫm tâm hồn ta với những hoài niệm và cung bậc của cảm xúc, thì tình yêu dành cho chai nước hoa đôi khi chỉ đến trong 1 giây. Yêu từ cái nhìn đầu tiên là một khái niệm chính xác trong hoàn cảnh này. Bạn thấy mình không thể rời mắt khỏi đường cong mê hoặc của J'adore (Dior), những chi tiết ren lộng lẫy trên Jean Paul Gaultier Classique, chiếc nơ màu tím xinh xắn đính trên chiếc clutch nhỏ sang trọng Sublime (Carolina Herrera) hay những hoạ tiết ong bạc, ong vàng của một phương Đông huyền bí trong rất nhiều những tác phẩm của Guerlain. Những chi tiết này biến nước hoa thành một món quà tinh xảo, và trong nhiều trường hợp, là một tác phẩm nghệ thuật đích thực trên bàn phấn.

Những perfumer là người hiểu rõ hơn ai hết tầm quan trọng của một chai nước hoa đẹp. Họ đã đầu tư vào một thiết kế xuất sắc từ thuở nước hoa bắt đầu được bán ra. Chai nước hoa mang trong nó hình bóng của cả một thời đại, với văn hoá, kiến trúc, điêu khắc và những dấu ấn đậm nét của nghệ thuật thủ công tinh tế.

No1 Passant Guardant - một trong những vỏ chai nước hoa đắt nhất thế giới của Clive Christian. Chai làm thủ công từ pha lê với mạng lưới vàng 24K bao phủ xung quanh và 2000 viên kim cương trắng được gắn xung quanh tác phẩm. Chú sư tử ở trung tâm có 2 mắt làm từ kim cương vàng và miệng được gắn kim cương hồng quý hiếm. The No 1 Passant Guardant có giá bán là 143.000 bảng (30ml) tại Salon de Parfums, Harrods.



Guerlain L'Heure Bleue 1912



Bộ ba của Le Sien, Amour Amour, và Que Sais Je của Jean Patou



Brise



Brise de Monte Carlo c1920s

photo from Perfume Bottles Auction



Guerlain Mitsouko với Baccarat năm 1919



Guerlain Coque d'Or 1937



Bình phun atomizer



Una boda victoriana inspirada en downtown abbey perfumes vintage

Thập niên 20, chất đô thị sắc sảo của Art Deco đã lấn át những chi tiết hoa lá cổ điển và cho ra đời dạng chai vuông thành sắc cạnh với bao bì màu rực rỡ (bộ ba của Le Sien, Amour-Amour, và Que Sais-Je của Jean Patou). Chính vào thời điểm này, CoCo Chanel cho ra mắt mẫu chai biểu tượng Chanel No 5 với hình chữ nhật trong suốt nghiêm ngặt tối giản, đồng đại là nhà thiết kế Jean Helleu đã lấy cảm hứng từ chai rượu Charvet (hay một nguồn thông tin khác là quảng trường Pháp Place Vendôme).

Thập niên 30, những mẫu chai thủy tinh sản xuất bằng máy với giá rẻ ồ ạt ra đời trong Đại Khủng hoảng, dẫn đến sự lao đao của những thiết kế thủ công phức tạp và huyền ảo. Hãng Coty đánh lừa thị giác của người mua bằng cách đặt những chai nước hoa thủy tinh đơn giản vào những chiếc giày cao gót bằng kính trong suốt. Nhưng khi kinh tế bắt đầu hồi phục trở lại ở thập niên 40, nhu cầu sử dụng nước hoa trong một chiếc chai đẹp lại tăng lên. Những tiến bộ trong ngành thủy tinh cho phép các perfumer có thể sản xuất hàng loạt các chai nước hoa cầu kỳ một cách nhanh chóng. Họ tráng men phần nắp, sơn mạ phần nút chai rồi đặt nước hoa trong những chiếc hộp nhung sang trọng để tái hiện lại hình ảnh hào nhoáng của quá khứ. Soir de Fête của hãng Germaine Lecomte là một ví dụ tiêu biểu của thời kỳ này với lót nhung đỏ, nắp mạ vàng và tua rua vintage.



A Scent by Issey Miyake 2009



Le Roy Soleil của Salvador Dali



Dior Homme 2005.

Issey Miyake Perfume & Fragrance Collection

Chloe Lisy Chloe 2008



Straight to Heaven By Killian 2007

Thập niên 50, cơn gió lạ từ các nghệ sỹ Siêu thực (Surrealism) và Trừu tượng (Abstract Expressionism) đã thổi vào thế giới thủy tinh và phả vào đó một âm hưởng mới mẻ, độc đáo. Trong đó, Salvador Dali là một dấu ấn đậm nét. Vị họa sỹ nổi tiếng của trường phái Siêu thực đã thiết kế chai cho hãng thời trang Elsa Schiaparelli cũng như hãng nước hoa Marquay. Đối với Marquay, đó là motif punk trừu tượng với hai màu đỏ đen tương phản và dòng chữ in đậm “Rock ‘N Roll” – thiết kế cho thấy một concept đi trước thời đại bởi nó mang nhiều hơi hướng nổi loạn của nhiều thập niên sau đó. Với Schiaparelli, đó là cảm hứng của buổi hoàng hôn vàng: phần nắp chai hình mặt trời với những chùm tia sáng sắc nhọn và cánh chim chiếu tà được xếp xếp như mặt người ở chính giữa vầng mặt trời đó. Sự kết hợp đa dạng giữa thủy tinh và các chất liệu hiện đại khác như vải, ren được các nghệ sỹ khai thác không giới hạn. Nghệ nhân thiết kế mũ Rose Valois đã tạo ra một bộ sưu tập những chiếc mũ mini rực rỡ và gắn lên những chai hoa mini Marotte của mình.

Nghệ thuật dân gian và chế tác chai thủ công có sự trở lại trong thập niên 60, nhưng không quay về motif hoa lá kiểu vintage mà hướng tới những thiết kế độc đáo và màu sắc tươi sáng, với ảnh hưởng sâu đậm của thời trang. Ngay cả những doanh nghiệp lớn như Avon cũng phát hành một bộ sưu tập 10 loại nước hoa với những thiết kế chai ngộ nghĩnh trẻ thơ. “Miss Lollipop” – một khuôn mặt hoạt hình duyên dáng trên nền hồng pastel và một chiếc mũ phớt là một ví dụ tiêu biểu của thời kỳ này.

Những thập niên tiếp theo, thiết kế chai ngày càng đa dạng, tiện dụng và gọn nhẹ hơn với những vật liệu mới như nhựa thay cho thủy tinh. Giá thành giảm, tiết kiệm chi phí, nước hoa không còn là món đồ sang trọng hay vật trang trí đặt trên bàn phấn: nó trở nên phổ biến như một sản phẩm vệ sinh cá nhân, để phụ nữ dễ dàng mang đi bất cứ đâu. Một số thương hiệu cao cấp như Dior vẫn duy trì hình ảnh hào nhoáng với nắp chai pha lê, nút mạ vàng, thân thủy tinh tím lộng lẫy (Poison).

Thiết kế tối giản lên ngôi trong những năm cuối thế kỷ XX, đầu thế kỷ XXI. Cấu trúc vuông hoặc chữ nhật gọn ghẽ, logo đơn giản, nút chai sắc nét với các màu trung tính như đen – trắng là hình mẫu mới của sự sang trọng. Một lần nữa, thiết kế chai của nước hoa Chanel cho thấy sự xuất sắc vượt thời gian, với sự kết hợp của tinh khiết, sang trọng và chức năng. Concept tối giản được lăng xê bởi những thương hiệu nổi tiếng như Kenzo, Issey Miyake, By Killian, Frederic Malle hay Jo Malone. Trong nhiều trường hợp, thiết kế tối giản thậm chí còn chuyển thành đơn giản một cách cực đoan như trường hợp của CB I Hate Perfume, với những lọ nước hoa mini như những lọ thuốc siro được dán nhãn (tất nhiên, đây là một hình thức phản ứng khá khiêu khích của CB I Hate Perfume với nước hoa thương mại tập trung quá nhiều vào bao bì mà quên đi bản chất của mùi hương, nhưng chúng ta sẽ nói về vấn đề này trong một bài viết khác).

Ở thập niên đầu tiên của thế kỷ XX, ảnh hưởng của trào lưu Art Nouveau mang đến những thiết kế chai cầu kỳ, sang trọng với nút chai bằng đồng và chữ mạ vàng (LT Piver và Floramye). Phát minh bình phun atomizer được áp dụng trong nước hoa đã dẫn đến sự ra đời của dạng chai vintage với một quả cầu nhỏ gắn liền với cần phun dài duyên dáng (Thiết kế này đến nay vẫn được lặp lại như trong mẫu chai Sexy Little Things của Victoria’s Secret).

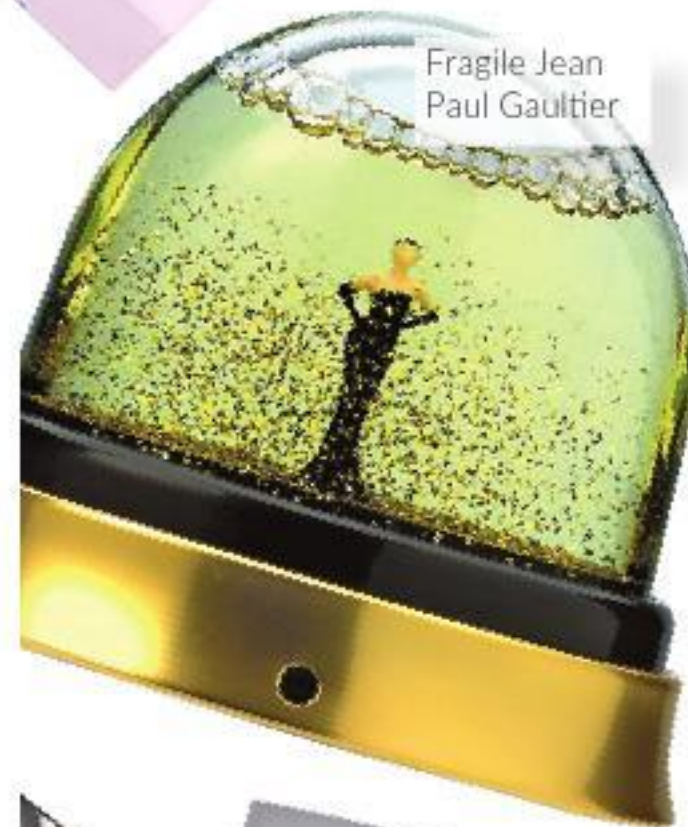
Too Too Pretty by
Betsey Johnson



Flowerbomb by
Viktor Rolf2



Fragile Jean
Paul Gaultier



Love Fury by
Nine West



Freak by
Illamasqua



Michael Kors
Palm
Beach với thiên kế mô
phong của chai nước hoa
đầu tiên Island



Ngày nay, thiết kế cho chai nước hoa có thể rất rẻ bởi công nghệ sản xuất hàng loạt, nhưng cũng có thể đắt một cách kỳ lạ vì những chi tiết độc quyền không đụng hàng. Trong một bài viết của mình, Chandler Burr tiết lộ chi phí sản xuất riêng phần vòi xịt cho chai Fragile của Gaultier có thể lên tới 200000 USD. Vì sao lại có mức giá này? Vì Gaultier đòi hỏi phần vòi xịt này phải được lắp dưới đáy chai Fragile – một kỹ thuật độc nhất vô nhị chưa thấy áp dụng ở đâu. Một chai A Modern Perfume của Michael Kors cần được chế tạo thủ công bởi 12 người. Nhà thiết kế mô tả nó là một bộ đồ dạ tiệc sang trọng. Chai nước hoa thứ hai của Michael Kors là Island, có “kiểu dáng đẹp, gợi cảm và một sự kết hợp của kết cấu”. Nhà thiết kế Chad Lavigne đã tạo ra một concept hoàn hảo trên lăng kính hình chữ nhật, với các góc độ chính xác một cách đáng kinh ngạc và đòi hỏi rất nhiều nỗ lực của các nhà chế tác thủy tinh. Island, ra mắt năm 2005, chỉ nặng gần 10 1/2 ounces, có mô hình sóng dập dờn trong các lớp kính dày trong suốt. “Như một chiếc bè cuộc sống trôi nổi trên một vùng biển màu ngọc lam, hay một lát cắt nhiệt đới đã bị cắt ra và đặt trang trọng trên một chiếc kệ” (Chandler Burr).

Khi sự sang trọng xa hoa của vật liệu và chế tác thủ công trong quá khứ dần được thay thế bằng sự độc đáo của ý tưởng thì những thiết kế chai kiểu như Clive Christian bỗng thành của hiếm. Thương hiệu này gần như đã phục dựng lại sự xa xỉ của chai nước hoa và thậm chí còn đẩy nó lên một đỉnh cao mới. Nước hoa Clive Christian's Imperial Majesty với mức giá khủng (khoảng \$215.000) là một tuyệt tác được cả thế giới biết đến bởi xếp hạng cao nhất của nó trong bảng danh sách những mùi hương đắt đỏ nhất thế giới. Vỏ chai làm từ pha lê Baccarat với vàng 18K và một viên kim cương trắng 5 carat. Chưa cần biết mùi hương của Imperial Majesty như nào, nhưng chỉ riêng thân chai cũng đã là một tuyệt tác. Và lại thêm một tác phẩm trong bộ sưu tập những tuyệt tác vô danh của nước hoa.

MERCEDES-BENZ VIỆT NAM

Mercedes-Benz Việt Nam vừa đạt được năm kinh doanh thành công nhất kể từ khi thành lập vào năm 1995 với mức doanh số 2.467 xe trong năm 2014. Trong đó, E-Class là mẫu xe bán chạy nhất của hãng và S-Class dẫn đầu mạnh mẽ trong phân khúc xe sang cỡ lớn. Với mức tăng trưởng 43% so với năm 2013, Mercedes-Benz Việt Nam đã có được động lực mạnh mẽ trước khi kỷ niệm 20 năm hoạt động tại Việt Nam vào năm 2015. Với tốc độ tăng trưởng kể trên, Việt Nam là thị trường tăng trưởng nhanh nhất châu Á và nhanh thứ hai toàn thế giới của thương hiệu Mercedes-Benz. Trên toàn cầu, Mercedes-Benz cũng đã lập kỷ lục doanh số mới với 1.650.010 xe, tăng trưởng 12,9% so với năm 2013 và phá kỷ lục doanh số lần thứ 4 liên tiếp.



LEXUS THĂNG LONG

LEXUS Việt Nam vừa chính thức ra mắt Đại lý LEXUS Thăng Long tại Hà Nội. Là đại lý chính hãng thứ hai của LEXUS tại Việt Nam, LEXUS Thăng Long sẽ tiếp nối hành trình trải nghiệm tuyệt vời của LEXUS ở khu vực phía Bắc. LEXUS Thăng Long chính thức bắt đầu hoạt động từ ngày 23 tháng 1 năm 2015 tại địa chỉ Ngã tư Phạm Hùng + Dương Đình Nghệ, Tổ Dân phố số 8, Phường Mỹ Đình 1, Quận Nam Từ Liêm, Hà Nội. Được phát triển theo tiêu chuẩn của LEXUS toàn cầu với ý tưởng lấy khách hàng là trung tâm, từng chi tiết, từng khu vực, từng quy trình tại LEXUS Thăng Long đều được chau chuốt kỹ lưỡng để mang lại những trải nghiệm tuyệt vời nhất cho khách hàng theo đúng tinh thần hiếu khách Omotenashi nổi tiếng của người Nhật.



CHANEL

Một khu vườn tự động hóa trong khuôn viên căn nhà kính sang trọng dưới mái vòm Grand Palais là nơi nhà thiết kế Karl Lagerfeld lựa chọn để ra mắt những thiết kế trong bộ sưu tập Haute Couture Xuân-Hè 2015 của CHANEL. Trước sự chứng kiến của các vị khách mời danh dự, Karl Lagerfeld đã mang tới cho khán giả một khúc hoan ca mùa xuân. Điệu waltz của các loài hoa đã được tạo nên với các tông màu hồng, cam, đỏ, xanh coban, vàng phấn, xanh rêu nhạt, đen, xám và trắng tô điểm cho những đường cong mềm mại của các mẫu thiết kế. Tinh tế và phong phú về màu sắc, bộ sưu tập CHANEL Haute Couture mới tái hiện lại Nghi thức mùa Xuân một cách uy nghiêm.



BLANCPAIN

Lần đầu tiên Blancpain cho ra đời mẫu đồng hồ Grand Date cho bộ sưu tập cổ điển nhất của mình Villeret. Chứa đựng cả sự quý phái và thuận tiện nhất, chiếc đồng hồ này có chức năng tối đa hoá việc xem giờ bằng hai cửa sổ thể hiện ngày nằm liền kề nhau. Với thiết kế tinh tế, Grand Date thể hiện giá trị vượt thời gian của việc làm đồng hồ truyền thống. Những yếu tố kinh điển của Villeret được nhấn mạnh trong thiết kế mới nhất với mặt đồng hồ màu trắng ngà kết hợp với đĩa số và khung bằng vàng hồng. Dây đeo da cá sấu màu nâu tạo nên vẻ sang trọng và trưởng thành cần thiết ở một chiếc đồng hồ hạng sang.



CHEVROLET COLORADO

Công ty TNHH General Motors Việt Nam (GM Việt Nam) vừa ra mắt toàn bộ bốn phiên bản của dòng xe Chevrolet Colorado, bao gồm: Chevrolet Colorado LTZ 2.8L AT 4x4, Chevrolet Colorado LTZ 2.8L MT 4x4, Chevrolet Colorado LT 2.5L MT 4x4 và Chevrolet Colorado LT 2.5L MT 4x2. Được trang bị khối động cơ tăng áp Duramax thế hệ 2 của dòng động cơ diesel Mỹ huyền thoại, Chevrolet Colorado mang đến sức mạnh động cơ từ mức khởi điểm là 2.5L MT 4x2 cho đến mức cao nhất 2.8L AT 4x4. Chiếc bán tải này sở hữu mô men xoắn ở mức cao nhất trong phân khúc số tự động và công suất cao nhất trong phân khúc số sàn. Từ ngày 19/1/2015 đến 28/2/2015, những khách hàng đặt mua Chevrolet Colorado mới sẽ nhận được ưu đãi đặc biệt từ GM Việt Nam. Dự kiến khách hàng sẽ được nhận xe khi xe được mở bán chính thức từ đầu tháng 4/2015.

LIFESTYLE

III TECH - AUTO WORLD - DESTINATION



STYLE Hi-Tech

NÊN MUA GÌ THỜI ĐIỂM NÀY?

ĐÂY LÀ THỜI ĐIỂM HÀNG LOẠT SMARTPHONE ĐANG THI NHAU GIẢM GIÁ SAU MỘT MÙA SÔI NỔI, LƯỢNG TIÊU DÙNG CÓ PHẦN CHỨNG LẠI. CHÍNH VÌ THẾ NẾU BẠN ĐANG CÓ Ý ĐỊNH ĐỔI ĐIỆN THOẠI, HÃY THAM KHẢO NHỮNG GỢI Ý SAU!

LG G3

Mẫu smartphone cao cấp này của LG vừa được giảm giá thêm khoảng 2 triệu đồng, xuống ở mức tầm 10,9 triệu đồng. Mặc dù không phải là phiên bản cao cấp nhất (với RAM 2GB và bộ nhớ trong 16GB), tuy nhiên các thông số khá hấp dẫn như màn hình 5.5-inch, viền siêu mỏng, camera 13MP lấy nét bằng laser, vi xử lý Snapdragon 801, pin 3000mAh, đủ khiến đây trở thành một lựa chọn đáng cân nhắc trong tầm giá hợp lý. Trong khi đó phiên bản bộ nhớ 32GB và RAM 3GB hiện cũng chỉ còn ở mức 12,9 triệu đồng.





SONY XPERIA Z1

Sony Xperia Z1 chính là siêu phẩm smartphone Android đến từ Sony Mobile tiếp nối siêu phẩm Xperia Z, nó được công bố trước sự trầm trồ, khen ngợi của người xem trong triển lãm công nghệ IFA 2013 diễn ra tại Đức. Máy có kết nối WiFi, 3G tốc độ cao. Sản phẩm được trang bị khá nhiều tính năng tiên tiến mà đàn anh Z không thể có được, nổi bật nhất phải nói đến đó là chiếc camera trang bị ống kính Sony G, độ phân giải đến 20.7MP. Ngoài ra Z1 còn gây chú ý hơn nữa với màn hình 5inch full HD, bộ xử lý Qualcomm Snapdragon 800 và thiết kế quá đẹp mắt, chắc chắn của nó. Theo quan sát, thì Z1 vừa giảm nhẹ vào khoảng 1 triệu đồng.



SAMSUNG GALAXY S5

Ở mức giá 10 triệu, một lựa chọn đáng chú ý khác là Samsung Galaxy S5, sản phẩm mới được giảm giá xuống còn 9,9 triệu. Như vậy Galaxy S5 sau 8 tháng có mặt trên thị trường đã giảm khoảng 6 triệu so với mức 16 triệu ban đầu. Bên cạnh khả năng chống nước và bụi đạt chuẩn IP67, S5 được trang bị màn hình 5.1 inch Full HD, chip xử lý Exynos 5420 8 nhân, RAM 2 GB và camera 16 MP, cộng với các trang bị phụ hữu ích như cảm biến vân tay, cảm biến đo nhịp tim, giao diện TouchWiz,...



LUMIA 930

Mẫu điện thoại cao cấp này của Nokia hiện cũng chỉ còn ở mức 9,5 triệu đồng, mức giá tốt cho một chiếc máy có thiết kế đẹp, viền nhôm chắc chắn và khả năng chụp ảnh thuộc hàng tốt nhất trong các smartphone hiện nay. Sản phẩm có màn hình 5-inch Full HD, với công nghệ hiển thị ClearBlack cho khả năng hiển thị rực rỡ và sắc nét, vi xử lý Qualcomm Snapdragon 800, RAM 2GB, bộ nhớ trong 32GB. Điểm ấn tượng nhất ở sản phẩm này có lẽ chính là camera 20MP, có thể tùy chỉnh chi tiết từng thông số, thích hợp cho những người yêu thích chụp ảnh trên điện thoại.



BLACKBERRY Z3

Sản phẩm giá rẻ nhất hiện nay của BlackBerry lại tiếp tục được giảm giá, trở thành một lựa chọn tốt cho những ai yêu thích thương hiệu BlackBerry cũng như mong muốn trải nghiệm hệ điều hành BB10 mới mẻ. Ra mắt tại Việt Nam hồi giữa năm 2014 với giá 4,5 triệu đồng, tới nay Z3 chỉ còn 3,5 triệu. Máy có màn hình 5 inch độ phân giải 540x960 pixel, sử dụng vi xử lý Snapdragon S400, RAM 1,5GB, bộ nhớ trong 8GB có thể mở rộng qua khe cắm thẻ micro SD. BlackBerry hiện đang chạy hệ điều hành BlackBerry 10, phiên bản 10.2 và có thể cài các ứng dụng từ kho ứng dụng của Android.

STYLE H - Tech

5 COOL GADGETS

CÁC SẢN PHẨM CÔNG NGHỆ KHÔNG CHỈ DÀNH CHO CÁC QUÝ ÔNG NỮA KHI PHỤ NỮ CÙNG BẮT ĐẦU LÀ NHỮNG KHÁCH HÀNG CÓ NHIỀU NHU CẦU VÀ CỰC KỲ TIỀM NĂNG!



EVERPURSE

Pin sạc dự trữ ngày này gần như là một vật không thể không có của rất nhiều người. Với phụ nữ, thêm một món đồ nữa vào chiếc túi vốn đã đủ thứ của họ là một phiền phức không nhỏ. Chính vì thế everpurse là một lựa chọn không tồi khi kết hợp pin dự trữ và một chiếc ví cầm tay thành một. Tuyệt vời hơn nữa, sẽ không có sợi dây lằng nhằng nào, tất cả việc bạn phải làm là để yên điện thoại trong ví, nó sẽ được sạc đầy đủ.

REBECCA MINKOFF FOR STELLÉ AUDIO CLUTCH

Sự kết hợp của nhà thiết kế nổi tiếng Rebecca Minkoff với Stellé Audio mang đến cho các tín đồ thời trang một chiếc loa ngoài trong dáng vẻ của một chiếc clutch thời thượng. Chiếc clutch này sử dụng Bluetooth để kết nối với điện thoại của bạn: đơn giản, tiện lợi và đẹp! Đó chẳng phải là những gì mà phụ nữ luôn yêu cầu hay sao?



APPLE WATCH

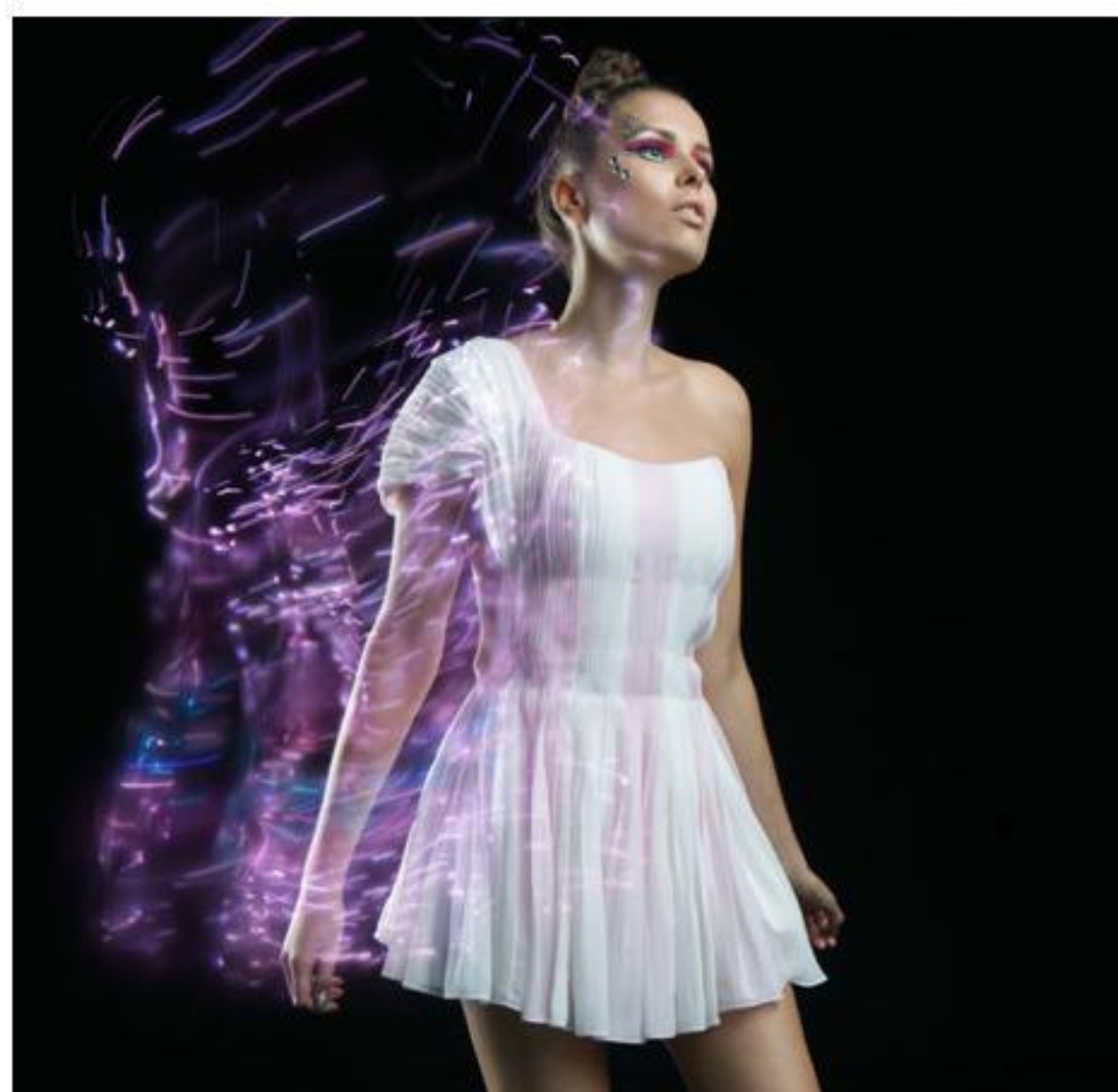
Sản phẩm có thể được xem là được trong đội nhất hiện nay của các fan Apple. Thiết kế hiện đại cùng một loạt các mẫu dây từ thời trang, thể thao cho đến cổ điển sang trọng, Apple Watch dường như đang định nghĩa lại khái niệm "smartwatch". Các tính năng không còn quá mới lạ như push notifications, nhận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

RINGLY SMART JEWELRY

Bạn đã nghe về đồng hồ thông minh có khả năng thông báo email, cuộc gọi, tin nhắn? Và giờ đây là một chiếc nhẫn. Với thiết kế hoàn toàn giống như một chiếc nhẫn mặt đá xinh xắn thanh lịch, chiếc nhẫn này sẽ thông báo bằng cách rung nhẹ và thay đổi màu sắc. Phụ kiện yêu thích của các quý cô trong chốc lát đã trở thành một công cụ hỗ trợ đầy tinh tế!

CUTECIRCUIT CLOTHING

Những thiết bị điện tử có thể mang được trên người đang là một xu hướng được ưa chuộng. Ví dụ như Google Glass, đồng hồ thông minh và thậm chí cả những chiếc áo ngực phòng vệ xít hơi cay. Thế nhưng nếu thực sự thời trang thì có lẽ CuteCircuit, một sản phẩm kết hợp công nghệ đèn LED được xem là đi gần tới đích nhất khi mang đến cho những chiếc váy mini, váy dạ hội của bạn sau mỗi chuyển động là ánh sáng lung linh cùng hào quang lấp lánh.



05 MẪU ĐỒNG HỒ CỦA NĂM 2015

NẾU BẠN THỰC SỰ YÊU **TISSOT** VÀ NHỮNG SẢN PHẨM CỦA HÃNG ĐỒNG HỒ DANH TIẾNG NÀY, HÃY CHỌN CHO MÌNH MỘT TRONG 05 MẪU-ĐÁNG-MUA-NHẤT TRONG NĂM 2015.

ĐỒ CÔNG TUẦN

NEW TISSOT T TOUCH EXPERT

New Tissot T-Touch Expert Solar là bản nâng cấp của phiên bản đột phá cũ - mẫu đồng hồ cảm ứng đầu tiên chạy bằng năng lượng mặt trời. Với sự kỳ vọng cao, mẫu thiết kế này sẽ không làm người hâm mộ thất vọng. Thậm chí, nó còn sở hữu nhiều chi tiết kỹ thuật hơn như gờ kính khắc các chữ chỉ hướng Đông Tây Nam Bắc thay cho các con số của phiên bản cũ và nhờ vào mũi tên phủ dạ quang Super-LumiNova® trên kim phút giúp bạn xem giờ và hướng đi dễ dàng kể cả trong bóng tối.

Ngoài ra, thiết kế mới của Tissot T-Touch Expert Solar cực kỳ góc cạnh, cá tính. Vài phiên bản có mặt số hai tông màu nhìn như đường chân trời và màn hình hiển thị bên dưới được ẩn đi một cách hoàn hảo trong tông màu tối của mặt số. Các nhà thám hiểm sẽ cực kỳ yêu thích những chi tiết như dây da Velcro với phần mở rộng, giúp bạn cài đồng hồ vào thiết bị leo núi, hoặc ba lô khi muốn rảnh tay. Và rồi tất cả sẽ thích 20 chức năng hữu dụng khi sử dụng hàng ngày như lịch vạn niên hiển thị ngày và số tuần, hai báo thức, hai múi giờ, dự báo thời tiết với áp suất tương đối, đo độ cao tuyệt đối và chênh độ cao, chức năng bấm giây thể thao với lap và split cùng bộ nhớ logbook, la bàn, bộ định giờ, góc phương vị, chức năng bấm giờ đua thuyền và đèn nền... Chính 20 chức năng cảm ứng này làm thay đổi diện mạo của ngành chế tác đồng hồ.

- Bộ máy quartz sử dụng năng lượng mặt trời có bộ chỉ báo mức tích điện.
- Mặt kính sapphire cảm ứng chống xước có lớp phủ chống lóa.
- Vỏ titanium kháng từ phủ lớp PVD màu đen.
- Kháng nước lên đến áp suất 10 bar (100m/330ft).
- Nhiều kiểu dây đeo khác nhau như cao su, titanium, da hoặc da kết hợp vải với khóa gập và nút bấm.





TISSOT CHEMIN DES TOURELLES SKELETON

Mẫu đồng hồ Tissot Chemin des Tourelles Skeleton lấy tên từ con phố Chemin des Tourelles, nơi mà nhà máy Tissot được xây dựng vào năm 1907 và tồn tại đến ngày hôm nay. Mẫu đồng hồ này thể hiện niềm tự hào về nguồn gốc và phản ánh chuyên môn của nhà Tissot với hơn 160 năm kinh nghiệm và nghệ thuật chế tác đồng hồ.

Vẻ đẹp của thiết kế này nằm ở chỗ giúp người đeo có thể nhìn thấy toàn bộ cơ chế hoạt động của máy với nhiều chi tiết thú vị. Thoạt nhìn, những cây kim trông khá hiện đại nhưng chính chi tiết màu xanh nhỏ, trên những chỉ số Ả Rập lại là kết quả của một phương pháp cổ xưa được dùng để bảo vệ thép khỏi bị ăn mòn. Rõ ràng, tính truyền thống đó khiến cho Tissot Chemin des Tourelles Skeleton trở nên bắt mắt. Tính cổ điển của mẫu này còn thể hiện ở bộ đếm giây tại vị trí số 9. Với tuyệt phẩm này, Tissot chắc chắn rằng sẽ làm hài lòng những người đam mê đồng hồ.

- Bộ chuyển động cơ lên dây bằng tay độc quyền của Tissot.
- Mặt kính sapphire hình vòm với 2 lớp phủ chống lóa
- Vỏ bằng thép không gỉ 316L
- Kháng nước lên đến áp suất 5 bar (50m/165ft)
- Dây da đen vân cá sấu với khóa gấp

TISSOT VINTAGE

Tissot là một trong những nhà chế tác tiên phong trong việc tạo ra những chiếc đồng hồ vàng 18 carat. Với bộ sưu tập Tissot Vintage, những chiếc đồng hồ vàng sang trọng đi kèm với các chi tiết thiết kế cổ kính là một minh chứng hùng hồn cho điều này. Với các mẫu khác nhau, phụ nữ có thể chọn cho mình mặt số khảm xà cừ lung linh với những điểm nhấn bằng vàng tinh tế, trong khi các quý ông bảnh bao có thể chọn để làm của để truyền lại cho con trai mình với mẫu cổ điển mặt số màu than với các họa tiết tinh tế, đảm bảo không lỗi mốt cho dù có truyền từ đời này sang đời khác.

Chọn một chiếc Tissot Vintage phù hợp với bạn, dù mẫu nam hay nữ, tự động hay quartz. Mỗi mẫu đều có chi tiết thiết kế khiến người đeo yêu thích. Phiên bản quartz mỏng, thuần khiết và cổ điển. Phiên bản tự động sang trọng, với họa tiết trang trí guilloché đẹp mắt trên mặt số, thậm chí còn được tái hiện lại trên mặt số khảm xà cừ. Riêng phiên bản lắp bộ chuyển động Powermatic 80 đột phá cho phép dự trữ năng lượng lên đến 80 giờ lại thổi một chút hiện đại để bổ sung vào nét thẩm mỹ cổ điển tuyệt vời một cách hoàn hảo.

- Bộ máy tự động Powermatic 80 hoặc quartz.
- Vỏ bằng vàng 18K hồng kim hoặc hoàng kim
- Mẫu tự động có thể nhìn thấy mặt sau.
- Mặt kính sapphire chống xước.
- Kháng nước lên đến áp suất 3 bar (30m/100ft).
- Dây đeo bằng da với khóa hình bướm và nút bấm.



PINKY BY TISSOT VALENTINE'S DAY

Có thể nói, Pinky by Tissot vừa là đồng hồ vừa là trang sức với phiên bản Double Tour thanh lịch cho phép dây đeo quấn hai vòng trên cổ tay khiến chiếc đồng hồ giống như chiếc vòng tay phù hợp với mọi trang phục. Dây đeo bằng da màu đỏ tươi này được dùng để tôn vinh một ngày đặc biệt: Valentine's Day. Đó là thời điểm để bạn gái hay vợ của bạn hiểu rằng cô ấy đặc biệt đến mức nào, và Pinky by Tissot là một món quà hoàn hảo cho những người phụ nữ vừa quyến rũ vừa nữ tính, biết tận hưởng những điều đẹp đẽ mà cuộc sống mang lại.

- Vỏ bằng thép không gỉ 316L.
- Mặt kính sapphire chống trầy
- Kháng nước lên đến áp suất 3 bar (30 m/100 ft).
- Dây da với khóa cài tiêu chuẩn.

TISSOT T RACE NICKY HAYDEN LIMITED EDITION 2015

Tiếp tục hợp tác với tay đua Nicky Hayden tài năng, Tissot tự hào giới thiệu mẫu T-Race Nicky Hayden Limited Edition 2015. Đây là hướng đi mới cho cả hãng đồng hồ và tay đua kiệt xuất khi phiên bản năm nay mang màu xanh lá cây cực chất, hoàn toàn phù hợp với màu sắc đội Aspar của Nicky Hayden. Nhìn gần và chi tiết hơn, bạn sẽ thấy rõ hơn như vị thế siêu sao của anh được phản ánh hoàn hảo bởi biểu tượng ngôi sao ở vị trí 6 giờ, xung quanh các chỉ số và kim giây.

Tissot T-Race Nicky Hayden Limited Edition 2015 đang giữ vị trí tốt nhất trong cuộc đua của mình. Tinh thể thao mạnh mẽ có thể được nhìn thấy tại vị trí số 12, 8 và 4 trên mặt số, trong khi đĩa phanh cổ điển và kính lúp trên màn hình hiển thị ngày cho thấy mẫu mới này vẫn mang đậm tinh thần của Tissot. Mặt sau in logo của chính Nicky Hayden như là một bảo chứng từ tay đua này. Phiên bản giới hạn chỉ có 4.999 chiếc đi kèm hộp đựng dạng mũ bảo hiểm để tạo ra một điểm nhấn thu hút với giới sưu tầm.

- Máy quartz, mặt kính sapphire chống trầy
- Vỏ thép không gỉ 316L, phủ PVD đen, gờ kính xoay ngược chiều kim đồng hồ với chức năng GMT
- Kháng nước lên đến áp suất 10 bar (100m/ 330 ft).
- Dây đeo silicon với khóa gấp và nút bấm.
- Phiên bản giới hạn với 4.999 chiếc.
- Hộp đựng kiểu mũ bảo hiểm độc đáo.



VÀ BẠN ĐÃ CHỌN ĐƯỢC MỘT CHIẾC ƯNG Ý CHO MÌNH!?



SUV

NHỮNG GIẤC MƠ MẠNH MẼ

SUV VẪN LUÔN LÀ SỰ LỰA CHỌN YÊU THÍCH CỦA NHỮNG NGƯỜI THÍCH SỰ KHOẺ MẠNH, RỘNG RÃI, KHÔNG GÒ BÓ VÀ CẢ SANG TRỌNG NỮA. VẬY TRONG THỜI GIẠN TỚI, CHÚNG TA NÊN TRÔNG ĐỢI NHỮNG MẪU SUV NÀO?

HOÀNG HÀ

2015 AUDI Q3

Dựa trên nguyên mẫu của sedan A3, mẫu SUV cỡ nhỏ Q3 2015 có một số thay đổi như khung lưới tản nhiệt sắc nét hơn, đèn pha xenon với đèn LED chiếu sáng ban ngày, sử dụng 3 động cơ tăng áp TFSI và 3 động cơ TDI 4 xi-lanh theo tiêu chuẩn Euro 6. Đối với phiên bản Q3 RS tiếp tục sử dụng động cơ xăng tăng áp 5 xi-lanh, dung tích 2.5L, công suất 340 mã lực và mô-men xoắn 450 Nm, hệ thống dẫn động AWD quattro, đi kèm hộp số S tronic 7 cấp. Xe có khả năng tăng tốc từ 0-100 km/h chỉ trong vòng 4,8 giây trước khi đạt tốc độ tối đa 250 km/h. Bên cạnh đó, Audi cũng đã lắp đặt một hệ thống ống xả RS. Giá bán khởi điểm rơi vào mức \$32.500.



2015 HONDA HR-V

Đây là phiên bản châu Âu của mẫu SUV giá rẻ Vezel đã ra mắt tại thị trường Nhật vào năm 2013. Mẫu SUV này được phát triển dựa trên người anh em Jazz quen thuộc. Thiết kế của HR-V theo phong cách mới và thông minh hơn so với người em CR-V của mình. Có ba phiên bản để khách hàng lựa chọn gồm S, E và EL. Trang bị tiêu chuẩn trên bản entry-level S gồm chìa khóa thông minh với nút khởi động, phanh đỗ điện tử, chế độ ECON, đèn hậu LED, màn hình cảm ứng 5 inch, Bluetooth, cảm biến nhiệt độ, phanh ABS, phân phối lực phanh EBD, hỗ trợ leo dốc, Isofix, hỗ trợ ổn định VSA và túi khí kép phía trước. Bản E sẽ có thêm đèn pha LED với dải đèn chiếu sáng ban ngày, lẫy chuyển số trên vô-lăng, kiểm soát hành trình, màn hình cảm ứng 7 inch, tích hợp smartphone, 2 cổng USB, cổng HDMI và hệ thống 6 loa. Bản đầu bảng EL sẽ có cửa sổ trời toàn cảnh panoramic, đèn hậu LED, nội thất màu đen, 6 túi khí.





2015 LEXUS NX

Lấy cảm hứng từ LF-NX concept, phiên bản sản xuất sở hữu diện ngoại hăm hố, khiến bạn sẽ có cảm giác thích hoặc ngay lập tức. Ngoài ra, xe còn sở hữu lưới tản nhiệt đặc trưng với đèn pha LED và đèn LED chiếu sáng ban ngày, cùng la-zăng hợp kim 17 hoặc 18 inch. khách hàng có thể trang bị gói tùy chọn F Sport với cản trước mới, lưới tản nhiệt dạng tổ ong, gương chiếu hậu màu đen và la-zăng hợp kim độc đáo. Gói tùy chọn này cũng gồm ghế ngồi thể thao, cụm điều khiển trung tâm điều chỉnh và cần số gắn trên vô-lăng. Tại Mỹ, Lexus NX có 2 lựa chọn động cơ: NX 200t sử dụng động cơ tăng áp 2.0L 4 xy-lanh, công suất 235 mã lực, mô-men xoắn 349 Nm; còn NX 300h trang bị động cơ Atkinson 2.5L và mô-tơ điện cho công suất kết hợp 194 mã lực, đi kèm hệ dẫn động cầu trước và tùy chọn hệ dẫn động bốn bánh.





2015 BMW X4

X4 thuộc dòng xe Sport Activity Coupe (xe coupe linh hoạt thể thao), là bản X6 được rút gọn. Kiểu dáng của concept X4 chịu nhiều ảnh hưởng từ thiết kế của mẫu X6 ra mắt cách đây 4 năm. Cả hai có chung những đường nét và kích thước cơ bản với đầu xe dốc, vè bánh xe lớn, hông xe cao, khung kính sau thấp và đuôi xe gần như thẳng đứng. Bên cạnh đó, không gian nội thất lấy cảm hứng từ X3 nhưng được trang bị bắt mắt hơn. Ghế ngồi sau chia theo tỷ lệ 40:20:40, khi gập xuống, dung tích chứa đồ có thể lên tới 1.400 lít. Giá bán tại Việt Nam hiện đang vào khoảng 2,768 tỷ đồng.

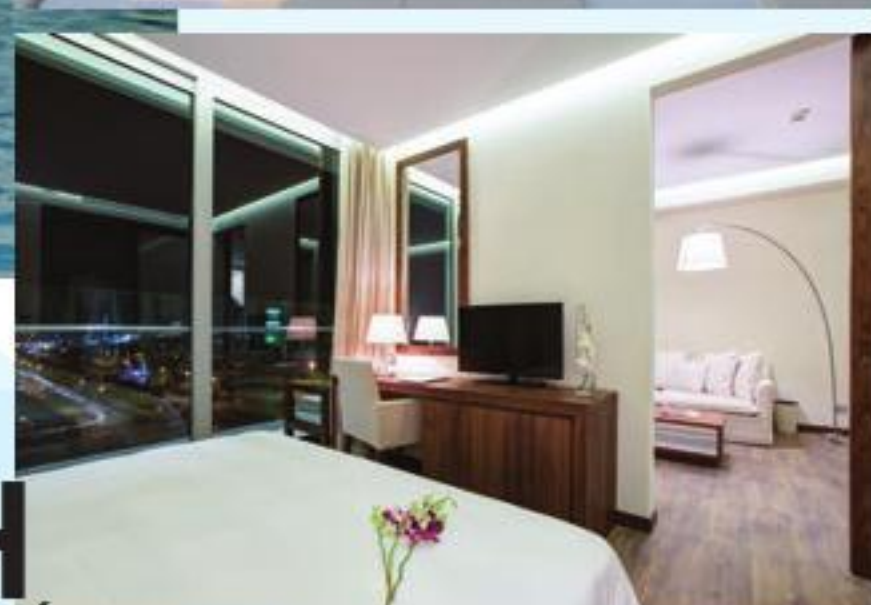




2015 MERCEDES BENZ GLA- CLASS

GLA-Class là một chiếc SUV nhỏ gọn sang trọng hấp dẫn những người đam mê lái xe. Cả 2 phiên bản GLA250 và GLA45 AMG sử dụng động cơ xăng tăng áp 4 xy-lanh, dung tích 2.0L, cho công suất lên đến 360 mã lực và mô-men xoắn cực đại 450 Nm. Kết hợp với hộp số ly hợp kép 7 cấp, GLA250 có thể tăng tốc từ 0-100km/h trong vòng 7,1 giây, trong khi đó phiên bản AMG làm điều tương tự chỉ trong 4,8 giây. Ngoài ra, các mẫu xe kể trên còn được trang bị màn hình màu cảm ứng 5.8 inch tiêu chuẩn và tùy chọn màn hình 7 inch, hệ thống âm thanh Harman Kardon, ghế ngồi điều chỉnh kèm chức năng sưởi và gói hỗ trợ điều khiển bao gồm kiểm soát hành trình, giữ làn đường cũng như hệ thống cảnh báo điểm mù.





À LA CARTE ĐÀ NẴNG BEACH

KIẾN TRÚC HIỆN ĐẠI VÀ TINH TẾ

Tọa lạc tại vị trí vàng trên đại lộ chính của thành phố Đà Nẵng, À La Carte Đà Nẵng Beach nổi bật giữa hàng rừng khách sạn tại Đà Nẵng bởi phong cách trẻ trung và nét độc đáo trong kiến trúc và thiết kế.

Với việc sử dụng các màu sắc nhạt và nhẹ, nguyên liệu gắn liền với biển và thiên nhiên, khách sạn mang trong mình thiết kế hiện đại, tinh tế phảng phất cảm giác của một khu nghỉ. Tại khu vực sảnh, mọi thứ được thiết kế như một “phòng khách” lớn, không giống với một sảnh thông thường. Mặt sàn gỗ và trần thấp với gương và đèn ngủ được gia công đặc biệt giúp khách cảm giác được sự ấm cúng như ở nhà.

Khu vực nhà hàng Delicious mang phong cách đương đại với không gian mở sắp xếp trải dài các loại bánh mì giúp du khách có thể tự do lựa chọn các loại bánh sừng trâu được chuẩn bị ngay bếp trước mặt du khách. Điều này tạo nên một sự tương tác thú vị giữa khách và nhân viên tại đây. Khu vực nhà hàng Bites ở tầng 02 cũng có sự tương tác tương tự khi nhà bếp kết nối trực tiếp với nhà hàng giúp du khách có thể ngắm nhìn những đầu bếp đang say sưa làm việc để cho ra đời những món ăn ngon.

Hai tầng trên cùng là khu vực spa Spice và The Top Bar. Spice có nghĩa là gia vị, ý tưởng chính của spa, kết nối với thiết kế chính được thể hiện qua việc vận dụng các màu sắc tạo nên sức sống, mang đến nhiều năng lượng mới trong các chủ đề được trang trí trên tường hoặc nội thất.

Điểm đặc sắc và nổi bật nhất tại À La Carte là hồ bơi tràn bờ trên tầng thượng đầu tiên tại Việt Nam, nơi du khách có thể đắm mình trong dòng nước mát lạnh, nhâm nhi những ngụm cocktail sáng tạo và ngắm nhìn toàn quang cảnh thành phố Đà Nẵng xinh đẹp với những cây cầu nổi tiếng thấp thoáng bên bờ biển dài xanh trong và núi non hùng vĩ. Hồ bơi được lát bằng gạch mosaic, màu sắc dễ chịu sử dụng các tông màu xanh dương huyền ảo. Giữa hồ bơi là một sàn gỗ nổi đa chức năng có thể sử dụng như một khu vực lounge thư giãn giúp du khách tắm nắng, thưởng thức spa cùng nhạc nhẹ hoặc biến thành sàn nhảy sôi động cho du khách trong những buổi tiệc thú vị tổ chức thường xuyên. Bar The TOP sẽ là điểm đến lý tưởng và đầy hấp dẫn cho du khách muốn tận hưởng một không gian trẻ trung, đương đại và tinh tế.

À La Carte Đà Nẵng Beach – Sự lựa chọn là của bạn

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

Điện thoại: 0511 3 959 555

Email: reservation-dn@alacarteliving.com



NHỮNG BÔNG LAI CÓ THẬT

NHỮNG NGÀY MÙA ĐÔNG RÉT MƯỐT NHẤT ĐÃ Ở LẠI SAU LƯNG. SAU MỘT THỜI GIAN DÀI ẨN MÌNH DƯỚI ĐẤT LẠNH, ĐÂY LÀ LÚC HẠT NẢY MẦM, CÂY CỐI ĐẬM CHỐI, NẢY LỘC. STYLE SẼ ĐƯA BẠN ĐẾN VỚI 4 KHU VƯỜN NỔI TIẾNG NHẤT THẾ GIỚI ĐỂ CÙNG CHÀO ĐÓN NHỮNG NGÀY XUÂN RỠ RÀNG TRƯỚC MẶT.

TRÂM ANH



“VƯỜN ĐỊA ĐÀNG” BUTCHART GARDENS, CANADA

Trải rộng trên diện tích 22 hecta, Butchart Gardens là tổng thể gồm nhiều khu vườn tuyệt mỹ (vườn kiểu Nhật, vườn kiểu Ý, vườn hồng...) với những cảnh quan ngoạn mục được so sánh với một thiên đường trên mặt đất. Thuộc sở hữu của dòng họ Butchart, khu vườn được mở cửa cho hàng triệu khách tham quan mỗi năm. Mùa xuân, Butchart Gardens giống như một bữa tiệc của màu sắc và hương thơm. Hàng trăm loài hoa: hoa trà, hải đường, mộc lan, thủy tiên, đỗ quyên, tulip đều đua nhau khoe sắc. Từ tháng 7 đến giữa tháng 9, khách sẽ du lịch sẽ thấy mình lạc trong vương quốc của hoa hồng. Hơn 900 loài thực vật vươn mình dưới ánh mặt trời. Ong bướm vẽ vòng, chim nhạn bay lượn trên không trung tạo nên một cảnh trí tuyệt đẹp khiến du khách phải sững sờ. Mùa thu lý tưởng nhất là đi thăm vườn Nhật và chiêm ngưỡng sắc đỏ lá phong, sắc vàng từ cây bạch quả. Mùa đông là thời điểm tận hưởng những cuộc đi dạo giữa những hàng cây thạch thảo và thưởng thức vẻ đẹp tĩnh lặng của loài hoa giọt tuyết.



“VƯỜN CHÂU ÂU” KEUKENHOF, HÀ LAN

Nằm không xa thủ đô Amsterdam, Keukenhof thuộc thị trấn nhỏ Lisse là vườn hoa lớn nhất thế giới với diện tích 32 hecta và khoảng 7 triệu hạt giống được gieo trồng hàng năm. Được mệnh danh là “vườn thượng uyển châu Âu”, Keukenhof giống như một thời nam châm thu hút khách du lịch bốn phương. Keukenhof trong tiếng Hà Lan có nghĩa là “vườn nhà bếp” bởi trong quá khứ, nó là nơi cung cấp các loài thảo mộc cho nhà bếp của nữ bá tước Jacqueline ở thế kỷ 15. Sau nhiều lần chuyển giao quyền sở hữu, hiện Keukenhof thuộc tài sản quốc gia. Thời điểm lý tưởng nhất để ghé thăm Keukenhof là khoảng thời gian từ tháng 3 đến tháng 5 khi mùa xuân đang ngự trị. Một Keukenhof rực rỡ sắc màu của hàng nghìn loài hoa sẽ khiến du khách phải ngẩn ngơ. Đặc biệt, nơi đây là thiên đường của loài hoa tulip. Đến với Keukenhof khách thập phương sẽ được chiêm ngưỡng hàng trăm loại tulip với mọi kiểu dáng, màu sắc, kích cỡ khác nhau. Các loài hoa được sắp xếp theo chủ đề, nhìn từ trên cao sẽ giống như một bảng màu rực rỡ của người họa sĩ.





VƯỜN AO GIVERNY, PHÁP

Nếu từng say mê những bức tranh hoa sủng của Claude Monet, khu vườn ao Giverny sẽ là một địa danh lý tưởng để bạn ghé thăm. Trong 30 năm cuối đời sống tại đây, danh họa đã dành phần lớn thời gian để cải tạo khu vườn và cho ra đời hàng trăm tác phẩm hội họa. Giverny được chia làm hai phần, một Vườn hoa tên mang tên “The Clos Normand” và một vườn ao (Water garden). Tháng 4 và tháng 5 là lúc hoa nở rộ. Những con đường quanh co, những bụi hoa mọc ngẫu hứng không ngay hàng thẳng lối sẽ khiến bạn cảm giác như lạc vào trong tranh. Giverny còn có ao rộng, thả hoa sủng, xung quanh trồng nhiều cây liễu rủ và đặc biệt có một cây cầu Nhật được bao phủ bởi nhiều đàn đậu tía. Mỗi năm, khoảng 500.000 du khách đổ về đây để thưởng lãm không gian sống của Claude Monet. Nếu không quá bận, hãy dành thời gian để chờ đám đông đi qua, ngồi xuống và tận hưởng sự yên tĩnh của khu vườn trong giây lát. Vẻ đẹp thanh bình của Giverny sẽ nhanh chóng cuốn bay đi những mệt mỏi trong cuộc sống thường ngày của bạn.





123^{STYLE}

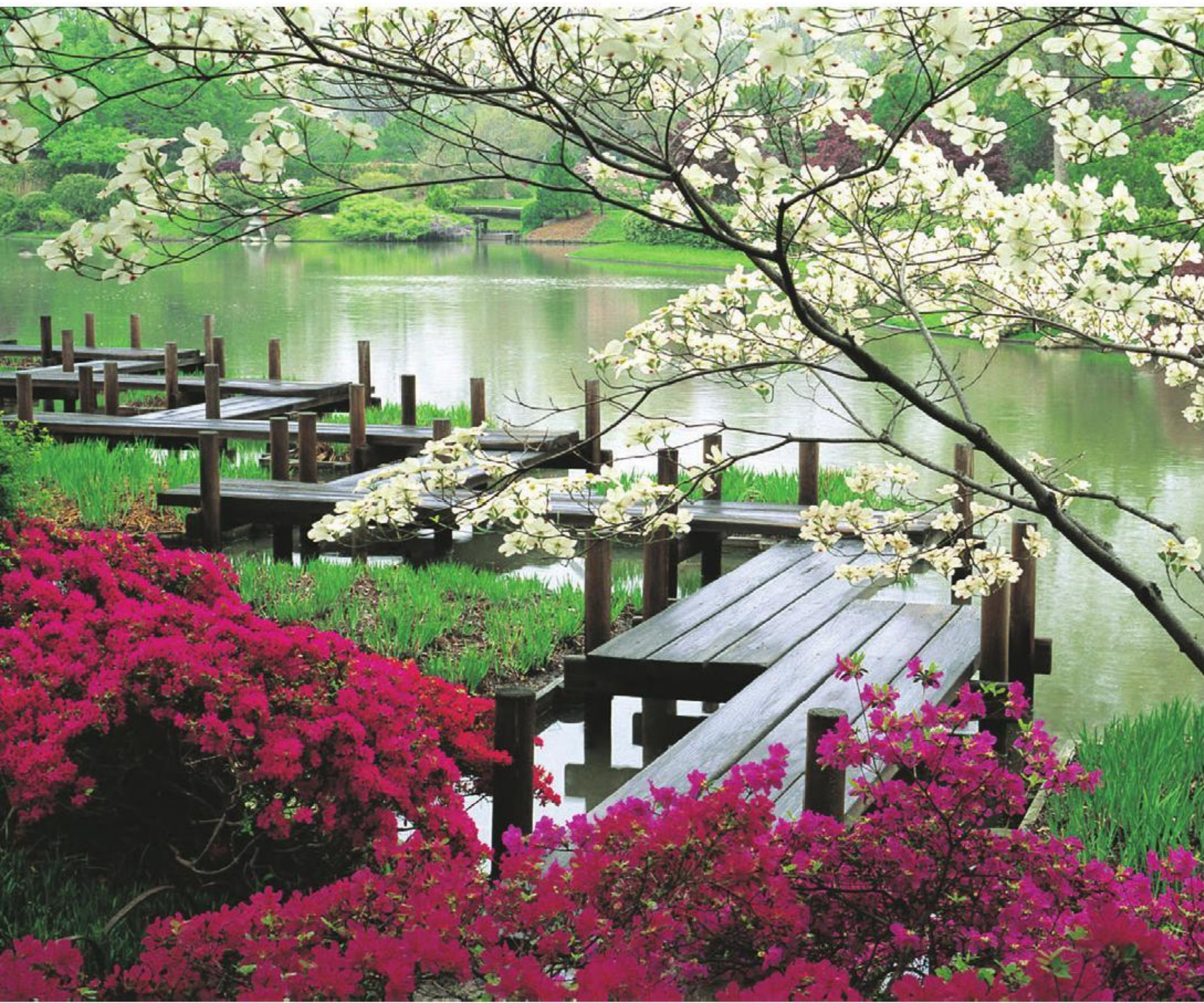
VƯỜN YUYUAN, TRUNG QUỐC

Tọa lạc ở thành phố Thượng Hải, vườn Yuyuan là một khu phức hợp giữa nhà cổ và vườn cảnh được xây dựng cách đây khoảng 400 năm vào thời nhà Minh. Tổng đốc tỉnh Tứ Xuyên khi ấy là ông Phan Doãn Đaoan đã dành tặng công trình này cho cha mẹ của mình để an dưỡng tuổi già. Đó là một không gian yên tĩnh, u tịch được bao quanh bởi những cây cổ thụ và các loài hoa quý hiếm. Những suối nước, ao sen, hòn non bộ và lầu son gác tía được bố trí hài hòa, đậm chất mỹ thuật Trung Hoa. Trong lịch sử hơn 400 năm tồn tại, vườn Yuyuan đã trải qua rất nhiều biến cố. Cuối thời Minh, nó chứng kiến sự lụn bại của dòng họ Phan. Thế kỷ 18, Yuyuan đã qua tay rất nhiều thương gia giàu có. Suốt thế kỷ 19 và đầu thế kỷ 20, khu vườn bị hư hại nặng do chiến tranh. Yuyuan đã trải qua 5 lần tu sửa trước khi chính thức mở cửa cho công chúng từ tháng 9, 1961.

Nhà đẹp kiểu NHẬT

NGÂN KHÁNH

HÀNG NGÀN NĂM TRUYỀN THỐNG ĐÃ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KIẾN TRÚC VÀ THIẾT KẾ NỘI THẤT CỦA NHẬT BẢN, MANG ĐẾN MỘT VẺ ĐẸP THANH THẢN, CÂN BẰNG VÀ ĐẬM CHẤT VĂN HOÁ. BẠN HOÀN TOÀN CÓ THỂ MANG ĐẾN CHO NGÔI NHÀ CỦA MÌNH MỘT HƠI THỞ NHẬT BẢN NẾU NẮM VỮNG ĐƯỢC NHỮNG QUY TẮC CHÍNH TRONG TRANG TRÍ CỦA HỌ.





THIÊN NHIÊN VÀ CON NGƯỜI LÀ MỘT

Văn hóa Nhật Bản được gây dựng trong một tình yêu và sự tôn trọng đối với thiên nhiên. Cách tốt nhất để duy trì một kết nối mạnh mẽ với thế giới tự nhiên, là hãy mang thiên nhiên vào nhà.

Đặt một thực vật Nhật Bản truyền thống như cây tre cảnh trong nhà, bạn sẽ bước đầu tạo ra màu sắc của Nhật Bản trong không gian. Nếu không phải là tre, bất cứ cây cảnh bon sai nào có màu xanh đều được. Nhưng hãy lưu ý, những cây hoa rực rỡ với tán lá um tùm không phải là cảnh sắc quen thuộc trong ngôi nhà Nhật Bản. Bởi vậy dù cây cảnh mà bạn chọn là cây gì, những đặc điểm chung nên là sự đơn giản và đơn sắc.

Người Nhật cũng yêu thích những ô cửa mở rộng sát đất, cho phép chứng kiến thiên nhiên từ mọi góc độ. Giống như căn phòng ngủ này, cửa kính trượt lớn mang đến một cảnh quan tuyệt đẹp. Chỉ cần vài giây mở cửa, thiên nhiên đã ùa vào căn phòng nối kết giữa không gian bên ngoài và không gian bên trong.



PHÒNG TẮM BẰNG GỖ MANG ĐẾN HƠI THỞ CỦA SPA

Những bồn tắm bằng gỗ là một yếu tố quan trọng trong thiết kế nội thất truyền thống của Nhật Bản. Âm thanh thanh bình của nước chảy xuống gỗ sẽ tạo ra những âm thanh thiền định và ngay tức khắc làm dịu tinh giác của bạn. Cũng giống như cây xanh, nước là yếu tố bắt buộc trong ngôi nhà Nhật Bản.

Ofuro là một thuật ngữ dành riêng cho kiểu tắm ở Nhật. Các thành viên gia đình sẽ lần lượt ngâm mình trong một bồn tắm nước nóng được làm bằng những mảnh gỗ Hinoki bền chắc ghép lại. Nước được giữ nóng liên tục qua đêm ở nhiệt độ 38-42 độ, và củi phải đốt liên tục dưới lò (ngày nay, các thiết bị hiện đại đã giúp công việc này trở nên dễ dàng hơn). Ngay cả những thiết bị khác trong phòng tắm như cán gáo Oke hay chiếc ghế ngồi để kỷ cộ Isu, hoặc chiếc chậu nhỏ cũng đều làm bằng gỗ.

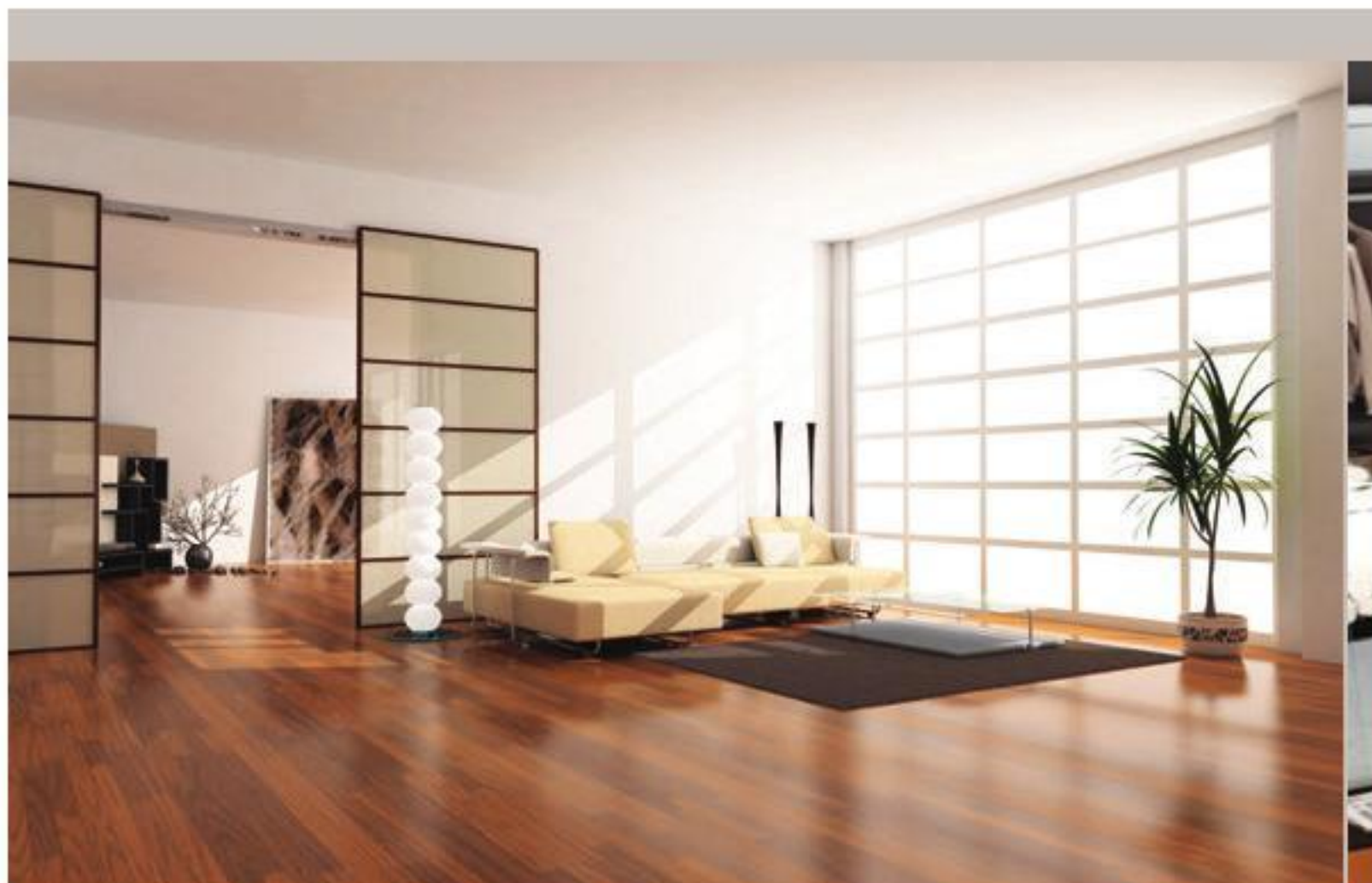
Nếu muốn thêm chút Nhật Bản cho phòng tắm, việc đầu tiên bạn cần là một chiếc bồn tắm bằng gỗ. Sau đó là một không gian gọn gàng, sạch sẽ và thoảng hương thơm của tinh dầu – không gian này không chỉ mang dấu ấn của Nhật mà còn đậm chất spa.



CỬA TRƯỢT

Một yếu tố đặc trưng không thể không nói đến trong ngôi nhà Nhật Bản là kiểu cửa trượt Shoji. Do chi phí xây dựng cao, ngôi nhà Nhật Bản thường có trần thấp và diện tích nhỏ. Mỗi một cm của sàn đều phải tận dụng một cách triệt để. Kiểu cửa trượt Shoji vừa đáp ứng được điều này vừa thoả mãn được tầm nhìn cảnh quan rộng rãi của người Nhật.

Theo truyền thống, các khung cửa Shoji được làm bằng giấy và được nẹp lại bởi các thanh gỗ. Trong phiên bản hiện đại, giấy được thay bằng kính nhưng các khung gỗ vẫn nguyên vẹn. Một cánh cửa trượt lớn bằng kính ốp nhìn ra khu vườn hay cảnh quan là một cách tuyệt vời để học tập chi tiết này của người Nhật.



VẬT LIỆU: GỖ VÀ TRE

Gỗ và tre là hai vật liệu chính trong các thiết kế Nhật Bản xưa. Tường cửa, cửa sổ, sàn nhà đều được làm từ gỗ tự nhiên. Các loại gỗ phổ biến nhất là gỗ phong, gỗ bách, gỗ độc cần và gỗ thông đỏ. Tre thì được sử dụng trong nội thất hoặc các vật dụng trang trí. Tất nhiên, chúng đều đơn giản, thanh thoát, hoàn toàn trái ngược với phong cách điêu khắc, chạm trổ rườm rà cột cầu kỳ trong văn hoá dân gian của ta.

Nếu muốn tăng cường các trang trí gỗ và tre trong nhà, hãy bắt đầu từ các vật dụng thiết yếu như bàn ghế. Rất nhiều hãng nội thất tại Việt Nam đang cung cấp các nội thất gỗ tối giản theo kiểu Nhật rất thích hợp cho các không gian nhỏ, bởi sự thoáng đạt, tiện dụng mà chúng mang lại.





NỘI THẤT ÁP SÀN

Cũng do diện tích nhỏ và trần thấp, người Nhật không sử dụng những nội thất có diện tích quá lớn hoặc quá cao. Hầu hết các đồ nội thất của họ khá thấp: một chiếc bàn gỗ mà người trong gia đình có thể ngồi ngay trên sàn và quây quanh bàn hay một chiếc giường thấp không chân gắn sát với sàn. Đệm được trải ra sàn để ngủ vào buổi tối và cất đi vào buổi sáng. Một buổi tiệc trà luôn được diễn ra trên đệm sàn chứ không phải trên bàn ghế.

Bạn có thể mô phỏng yếu tố này bằng các thiết kế nội thất thấp tương tự, ví dụ như kiểu giường gỗ thấp sát sàn đặc trưng của Nhật đang rất quen thuộc trong các thiết kế nhà ở hiện đại, bởi nó giúp mở rộng không gian phòng ngủ, đồng thời tránh được việc tích lũy bụi bẩn dưới một gầm giường cao.

Tuy nhiên, vấn đề quan trọng nhất là mọi đồ nội thất đều đi theo phong cách tối giản, với những hình học rõ ràng như tròn, vuông, chữ nhật và các màu trung tính. Trang trí chạm trổ hoa lá hoặc màu sắc rực rỡ là điều tối kỵ với phong cách này.



ÁNH SÁNG TỰ NHIÊN

Ánh sáng tự nhiên là chìa khoá mấu chốt để tạo ra một không gian mở trong ngôi nhà của người Nhật. Bạn có thể thấy điều này trong các thiết kế của Võ Trọng Nghĩa – một kiến trúc sư nổi tiếng Việt Nam chịu ảnh hưởng sâu sắc từ phong cách Nhật Bản. Các ngôi nhà của Võ Trọng Nghĩa luôn tràn ngập trong ánh sáng và cây xanh.

Để tạo ra ánh sáng tự nhiên trong những căn biệt thự lớn không khó: chỉ việc mở rộng cửa sổ hay đặt những bức tường kính rộng lớn. Nhưng mang ánh sáng vào những căn nhà ống hẹp dài hoặc những căn nhà nhỏ nằm sát kề nhau vẫn luôn là một chủ đề thách thức lâu nay của giới kiến trúc Việt Nam. Những giếng trời nhỏ bằng kính đan xen nằm rải rác hoặc ở những vị trí đặc địa để đưa ánh nắng chiếu thẳng xuống sàn nhà có thể là câu trả lời mới nhất cho câu hỏi này.



TIỀN SẢNH GENKAN

Khác với ngôi nhà Việt Nam, khách bước vào cửa chỉ bằng một bước chân, người Nhật dành ra một không gian nhỏ gọi là genkan – khu vực bắt buộc khách phải thay giày bằng những đôi dép đi trong nhà được đặt trong một tủ kệ getabako. Genkan có thể hiểu nôm na như tiền sảnh của ta. Khu vực này luôn luôn phải sạch sẽ, thông thoáng và không được để những vật dụng thừa thãi lộ ra. Hầu như không có bất cứ chi tiết trang trí nào ngoài tủ kệ getabako.

Điều này có thể là một thách thức lớn với những người quen xếp tất cả những vật dụng thừa ở khu để giày như chúng ta.

STYLE Food Porn

*Vào Bếp
Mùa Xuân*



Salad ngô và quinoa (hạt diêm mạch) với mật ong, chanh

GIỮA RẤT NHIỀU NHỮNG BÁNH TRỨNG, CANH MĂNG, NEM, THỊT KHO TÀU, VÀ BIẾT BAO NHIÊU MÓN ĂN CỔ TRUYỀN NGÀY TẾT, MỘT CHÚT SALAD RAU QUẢ CHẮC CHẮN SẼ LÀ MÓN ĂN HÚT KHÁCH ĐẾN BẤT NGỜ. VỊ NGỌT CỦA NGÔ KẾT HỢP VỚI VỊ MỚI LẠ CỦA HẠT DIÊM MẠNH, MỘT CHÚT NGỌT NGÀO NỒNG ẤM CỦA MẬT ONG VÀ VỊ CHUA THANH MÁT CỦA CHANH SẼ LÀ SỰ LỰA CHỌN THÔNG MINH CỦA CÁC BÀ NỘI TRỢ TIẾP ĐÃI CÁC THỰC KHÁCH NGÀY TẾT.



Nguyên liệu làm Salad:

2 hộp ngô
100g quinoa (hạt diêm mạch) đỏ
300g cà chua trộn, cắt đôi hoặc làm tư
4 cây hành lá, thái lát mỏng
1 trái ớt jalapeno, thái nhỏ
1 chén xắt nhỏ lá bạc hà
1 cốc lá rau mùi xắt nhỏ
Nước cốt của 1 quả chanh

Nguyên liệu trình bày:

3 thìa cà phê mù tạt nguyên hạt
3 muỗng cà phê mật ong
3 muỗng cà phê nước cốt chanh
1 tép tỏi, băm nhỏ
3 muỗng cà phê giấm
1/4 chén mayonnaise
2 muỗng canh kem phừ

Cách làm:

1. Đặt quinoa vào một cái chảo vừa, cho 1 chén nước và nấu sôi. Đun nhỏ lửa và nấu với nắp đậy trong khoảng 25 phút, cho đến khi quinoa trở nên mềm và cạn nước. Đặt sang một bên để nguội.
2. Đặt cà chua, hạt ngô, hành lá, ớt jalapeno, lá bạc hà và rau mùi lá vào một đĩa lớn. Trộn nước cốt chanh và để các nguyên liệu ngấm trong khoảng 30 phút
3. Thêm quinoa và trộn qua, sau đó rắc thêm nguyên liệu cho phần trình bày.

Trình bày:

Đặt tất cả các thành phần dùng để trình bày vào một bát nhỏ và sử dụng cây đánh trứng để trộn các nguyên liệu

Salad cá hồi hun khói

TRONG SẮC XUÂN NGẬP TRÀN, MỘT CHÚT ĐỔI GIÓ VỚI VỊ CHUA, NGỌT THANH VÀ TƯƠI MỚI CỦA RAU QUẢ TRONG MÓN SALAD CÁ HỒI HẸN SẼ LÀ ĐIỂM NHẤN THÚ VỊ TRONG BỮA ĂN. SALAD CÁ HỒI LÀ MỘT MÓN ĂN ĐƠN GIẢN, DỄ LÀM, RẤT NGON MIỆNG VÀ ĐẶC BIỆT CÓ THỂ KẾT HỢP VỚI CÁC LOẠI RAU CỦ QUẢ TÙY THEO SỞ THÍCH CỦA MỖI NGƯỜI. HÃY CÙNG STYLE BIẾN TẠO MÓN SALAD CÁ HỒI TRONG DỊP TẾT ẤT MÙI NHÉ!

Nguyên liệu

500g khoai tây tươi chia làm 2
200g măng tây
250g lá củ cải đường tươi hoặc cải xoong
Một bó rau mùi tây và bạc hà, nhặt lá và xắt nhỏ
140g củ cải, xắt lát mỏng
8 lát cá hồi nướng hun khói, bỏ da
4 cây hành lá, thái lát theo đường chéo

Dùng để trình bày:

3 muỗng canh nước chanh
125ml dầu olive
1 muỗng cà phê nguyên hạt mù tạt
2 trái ớt đỏ

Cách làm:

- Đun sôi khoai tây với nước muối trong 10 phút cho đến khi mềm, thêm măng tây cho trong 2 phút cuối. Để ráo nước và để nguội. Trộn cùng các thành phần dùng để trưng bày. Sau đó nếm nếm vừa ăn.
- Trong một bát lớn, trộn khoai tây, măng tây, lá xà lách, rau thơm và củ cải. Thêm 2/3 phần nguyên liệu để trình bày, trộn đều các thành phần, sau đó bày món salad trên một đĩa lớn. Thái lát phần cá hồi hun khói, sau đó rải trên cùng với hành lá. Kết thúc bằng cách rải phần nguyên liệu dùng để trình bày còn lại trên cùng.



THỰC ĐƠN THÁNG 3 TẠI DYNASTY



Có thể coi tôi khá may mắn, khi là một trong những người đầu tiên được thưởng thức các món ăn của Hei Wai Seng ngay khi anh vừa đến nhận chức bếp phó điều hành tại nhà hàng Dynasty hồi đầu tháng 2 vừa qua. Nói chung, tôi thích món ăn ngon và cách trình bày đẹp. Tôi quyết định quay trở lại Dynasty vào một buổi tối đẹp trời cùng cô bạn mới quen.

Sau khi tản bộ trên những bậc thang lộng lẫy từ sảnh khách sạn tới nhà hàng, chúng tôi được cô phục vụ dẫn đến một bàn ăn đã đặt trước, khá kín đáo dành riêng cho hai người. Cô bạn đi cùng có vẻ thích thú với không gian mở phóng khoáng khi nhìn từ đây xuống sảnh khách sạn, hay xa hơn nữa là phía bên ngoài với con đường Lê Lai lung linh ánh đèn và công viên 23/9.

Về thiết kế, Dynasty mang đậm phong cách của Trung Hoa đương đại với một không gian sang trọng, rộng rãi. Chính điều này mang lại nhiều lựa chọn cho chỗ ngồi, cũng như sự dễ chịu cho thị giác của thực khách. Đúng với thiết kế đó, Dynasty chuyên phục vụ ẩm thực truyền thống của Quảng Đông. Lần này, chúng tôi vẫn lại được đích thân bếp phó điều hành Hew Wai Seng giới thiệu một thực đơn đặc biệt của tháng 3 dành cho hai người. Thông thường, món ăn Hoa sẽ thích hợp với đồ uống là trà nóng, nhưng trong không gian của Dynasty một ly vang có vẻ hợp lý hơn. Và tôi chọn một chai Château Vallon Des Brumer 2011 từ vùng Bordeaux để bắt đầu cho bữa tối.

Sau khi dùng gần hết ly vang, những món ăn của chúng tôi lần lượt được mang lại. Tôi thích món Heo Sữa Quay, Bánh Bao Hấp với hai phần da heo và bánh bao trang trí ở nửa kia của chiếc đĩa, nửa còn lại là nước sốt ăn kèm được Hew Wai Seng tạo nên giống như một bản nhạc rất đẹp mắt. Khi ăn, những miếng da heo sữa quay giòn tan, bánh bao thì thơm, mềm. Còn cô bạn tôi lại thích món Canh Gà Hầm, Nấm Đen, Bánh Cảo Nhân Hải Sản vì cô cho rằng nước canh rất thơm, hợp khẩu vị, trong khi thịt gà mềm, ngọt, không bị bở. Tiếp đó, chúng tôi dùng thêm vài món là Tôm Càng Xanh Hầm, Bơ Tỏi; Cải Rổ Xào, Lá Mù Tạt Ngọt, Thịt Bằm và Cơm Chiên Xá Xíu, Sốt Lòng Trắng Trứng, Rau Bó Sỏi đều khá ngon miệng. Đặc biệt, tôi đánh giá cao món tráng miệng cuối cùng là Trái Lê Lạnh, Chè Tuyết Giáp, Nấm Trắng, Táo Tàu Khô và Chanh vì sự đẹp mắt và thanh mát.

Điểm cộng cuối cùng dành cho Dynasty chính là các nhân viên phục vụ thật sự chu đáo. Họ tránh làm phiền khách tối đa, nhưng luôn có mặt rất nhanh khi khách cần sự giúp đỡ. Và ấn tượng nhất là trên môi họ lúc nào cũng nở nụ cười.





ẨM THỰC PHÁP TẠI *L'OLIVIER*

*Nếu bạn thực sự yêu thích các món ăn
vùng Provence nước Pháp, hãy thử
đến nhà hàng L'olivier.*



Tọa lạc tại tầng 1 khách sạn Sofitel Plaza Saigon, L'olivier là nhà hàng truyền thống kiểu Pháp phục vụ thực khách các món ăn miền Provence cao cấp. Với sức chứa chừng 80 chỗ, L'olivier mang điểm nhấn tinh tế từ những nguyên liệu cổ điển với tông màu ấm áp của sàn và trần nhà. Đó là những hình ảnh ban đầu của tôi về L'olivier khi đặt chân đến đây cùng cô bạn vào một buổi tối đẹp trời.

Qua sự chỉ dẫn nhiệt tình của cô phục vụ, chúng tôi nhanh chóng chọn được một bàn ăn khá riêng tư. Theo quan sát tôi thấy tại tất cả các bàn ở L'olivier, luôn luôn có 3 ly từ nhỏ đến lớn được đặt theo thứ tự để dùng nước, vang trắng và vang đỏ. Dụng cụ ăn cũng lắm công phu (dù đã được đơn giản) với dao dùng cho pho-mát, dao cho hải sản, nĩa, muỗng cà phê, muỗng cho món tráng miệng và muỗng súp.

Chúng tôi bắt đầu với món khai vị là bánh mì, pho-mát, rau trộn và súp. Với món súp, bạn có thể chọn súp hải sản hoặc súp hành nấm Truffle. Cũng đa dạng như món súp, rau trộn ở L'olivier được chế biến theo nhiều kiểu như rau trộn thịt cua trộn ngò, sốt mayonnaise với mù tạt, bưởi kèm sốt dầu giấm Balsamic... Món khai vị tiếp theo, tôi chọn cho cả hai pa-tê gan vịt thạch ăn kèm cà rốt, tiêu Tứ Xuyên và chanh. Với món này, pate đóng thành

khối hơi chắc. Phải dùng nhiều lực mới có thể tách pate ra thành từng phần. Nhưng khi nếm thử, miếng pate nhanh chóng tan chảy trong miệng rất ngon.

Món chính của chúng tôi là cá hương bọc jambon Tây Ban Nha chiên giòn xốt xanh dùng kèm bông atiso. Đây là món đặc trưng của nhà hàng. Miếng thịt jambon mỏng khá mềm, nhưng khi ăn kèm miếng cá chiên bên dưới lại rất vừa miệng. Phải nói rằng vị bếp trưởng đã thật khéo léo vì có thể “dán” chặt cá và thịt jambon với nhau ngay cả khi lật ngửa miếng cá lên, thịt jambon vẫn dính liền ở đó. Và hầu hết các món ăn ở đây đều được bỏ thêm chút vang hoặc cô-nhắc để làm mềm thực phẩm và tăng hương vị đặc trưng cho món ăn.

Cuối cùng chúng tôi chọn sô-cô-la nóng làm món tráng miệng. Món ăn được trang trí đẹp mắt đến nỗi tôi không nỡ ăn. Lớp bên ngoài giòn xốp, lớp bên trong là chocolate nóng, đặc sệt, thơm ngậy, hòa trộn giữa vị đắng và ngọt, cho cảm giác không ngán khi ăn.

Trước khi ra về, tôi còn được biết một điều hết sức thú vị từ cô phục vụ: “Tại L' Oliver cứ 03 tháng sẽ có một đấu bếp hàng đầu châu Âu hoặc một trong số những vua đầu bếp Pháp về nấu tại nhà hàng”. Tôi thầm nghĩ, khi dịp ấy đến, tôi nhất định sẽ quay trở lại đây.



PLAYBOY VIP

Mỉm cười và tận hưởng cuộc sống tươi đẹp với hương thơm từ nước hoa nữ Playboy VIP, giúp bạn quyến rũ mỗi ngày và cả trong những dịp đặc biệt. Với hương đầu của hoa cam, nước trái cây mát lạnh và hoa mẫu đơn, bạn sẽ trở nên cực kỳ nữ tính, đặc biệt và nóng bỏng. Sản phẩm hiện có bán tại các quầy hàng mỹ phẩm và siêu thị trên toàn quốc. Hoặc liên hệ địa chỉ văn phòng: Văn phòng miền Nam: Tầng 6, tòa nhà Citi Light, Phường Đa Kao, Quận 1, tp Hồ Chí Minh; Văn phòng miền Bắc: Tòa nhà Mipec, 229 Tây Sơn, Quận Đống Đa, Hà Nội.



THE BODY SHOP

Tháng 1-2015, The Body Shop tiếp tục đẩy mạnh sự phát triển ở thị trường Việt Nam bằng hai cửa hàng mới nhất tại miền Trung (TTTM Parkson Đà Nẵng) và miền Nam (Hai Bà Trưng, Q.1). Đặc biệt, Parkson Đà Nẵng chính là cửa hàng chính thức đầu tiên của The Body Shop tại miền Trung Việt Nam sau 5 năm có mặt. Cửa hàng The Body Shop Parkson Đà Nẵng nằm tại cao ốc Vinh Trung Plaza tại vị trí huyết mạch của đô thị Đà Nẵng, được kỳ vọng sẽ là bước đột phá trong lĩnh vực bán lẻ thời trang, mỹ phẩm ở miền Trung Việt Nam. Ở phía Nam, cửa hàng The Body Shop Hai Bà Trưng tọa lạc tại số 216 Hai Bà Trưng, thu hút mọi ánh nhìn tại vị trí đắc địa giao thoa giữa quận 1, 3, Phú Nhuận và Bình Thạnh. Sự kiện này cũng đánh dấu độ phủ cả ba miền Việt Nam của thương hiệu The Body Shop, nâng tổng số cửa hàng toàn quốc hiện nay lên con số 18 và một gian hàng ở sân bay quốc tế Đà Nẵng.

SHU UEMURA

Là sắc đỏ ấn tượng cho cô nàng cá tính, sắc hồng cuốn hút cho cô công chúa kiêu kì hay sắc cam ngọt ngào cho cô gái trẻ trung và thời thượng. Tất cả đều quy tụ lại trong lần ra mắt dòng son "không thể không sở hữu" của các quý cô có niềm đam mê bất tận với cái đẹp – Laque Supreme từ Shu Uemura với 15 sắc màu. Sở hữu công nghệ đặc biệt tạo ra dòng son với công thức chứa nước, laque supreme mê hoặc bất cứ bờ môi nào với khả năng lên màu chuẩn xác, nổi bật và để lại lớp son rất nhẹ nhàng và hơn hết là độ óng ánh, mịn màng tựa sơn mài. Thiết kế đầu cọ ôm sát bờ môi cũng là điểm nổi bật của Laque Supreme, giúp động tác thoa son trở nên dễ dàng và cho lớp son vẫn đều màu và nhẹ nhàng. Giá bán: 690.000 VND/cây.



SHISEIDO

Trong mùa Xuân năm nay, dòng sản phẩm trang điểm dành cho các bạn gái trẻ cho ra mắt các sản phẩm trang điểm mới với thiết kế và màu sắc tươi vui, phù hợp với không khí rộn ràng của mùa Xuân Hè 2015. Thiết kế các hộp sản phẩm Maquillage nổi bật với màu vàng lấp lánh trên nền đen như khẳng định gu thời trang sành điệu, sự tinh tế và nữ tính của những cô gái trẻ hiện đại. Bộ sản phẩm Maquillage mới gồm son, phấn má, màu mắt và nước hoa mùi hương ngọt ngào chắc chắn sẽ là những tặng phẩm không thể thiếu để giúp bạn gái tỏa sáng nét đẹp kiều sa và nổi bật về nữ tính đầy quyến rũ trong thời khắc mùa Xuân đang tới. Các sản phẩm hiện đang được bày bán tại hệ thống cửa hàng Shiseido trên toàn quốc.



STYLE ENTERTAINMENT

CELEBRITY - PERSONALITY - PILLOW TALKS







Những Cô Gái Mùa Xuân

TÔI KHÔNG NGHĨ LẠI CÓ NGƯỜI PHỤ NỮ NÀO NHẸN MÀY HOẶC TỎ RA KHÓ CHIU KHI NGHĨ VỀ HOA VÀ VÁY CƯỚI. CHẴNG PHẢI LÀ CÁC CÔ GÁI RẤT THÍCH TƯỞNG TƯỢNG VỀ Đám Cưới TRONG MƠ CỦA MÌNH SAO? NHÂN DỊP ĐẦU NĂM MỚI, STYLE SẼ GIỚI THIỆU VỚI ĐỘC GIẢ MỘT VÀI GƯƠNG MẶT CỦA "NHỮNG CÔ GÁI MÙA XUÂN". HỌ LÀ NHỮNG NGƯỜI GÓP PHẦN HIỆN THỰC HÓA NHỮNG GIẤC MƠ HỒNG CỦA PHÁI ĐẸP.

ANH TRÂM

LEK CHI

“BÀ TIÊN” CỦA ĐAM CƯỚI TRONG MƠ

Photographer: Thai Pham



Mọi cô gái đều có đôi lần ước mơ mình là Lọ Lem, đi đôi giày thủy tinh, khoác lên người bộ váy tuyệt đẹp và đến gặp chàng hoàng tử của đời mình. Lek Chi thì không như vậy. Nếu sống trong một câu chuyện cổ tích, chị thích trở thành một bà tiên hơn. Chị muốn có đủ quyền năng trao tặng các cô gái chiếc váy mà họ đã khao khát cả đời. Với chiếc váy ấy, họ sẽ thật lộng lẫy và xinh đẹp để tham dự bữa tiệc lớn nhất của đời mình: đám cưới.

Lek Chi kể chị tin vào định mệnh và tin vào việc nghề chọn người. Trước đây chị từng tốt nghiệp thủ khoa Đại học Mỹ thuật Công nghiệp, chuyên ngành...sơn mài. Đó là cả một cố gắng đào thoát của Lek Chi khỏi sự định hướng về thời trang của mẹ. Mẹ chị từng mở một ảnh viện áo cưới nên muốn con gái học ngành thiết kế để nối nghiệp sau này. Chị vâng lời, song học được 3

tháng thì bỏ, xin chuyển ngành. Từng quyết liệt như vậy, nhưng cuối cùng chị vẫn quay lại với công việc của một nhà thiết kế. Bởi không biết từ bao giờ, việc sống với những giấc mơ của các cô dâu đã ngấm vào hơi thở của chị, trở thành một thứ quen thuộc như cơm ăn, nước uống hàng ngày.

Những chiếc váy cưới của Lek Chi thường tinh tế, mỏng manh và gợi cảm. Nổi bật nhất là phần lưng được thiết kế cầu kỳ. Chị bảo lưng là nơi phô bày sự nữ tính của người phụ nữ. Đó cũng là phần lưu giữ điểm nhìn của người ta nhiều nhất. Không ai muốn là một kẻ bất lịch sự nhìn chằm chằm vào mặt và ngực cô dâu. Nhưng khi cô ấy quay đi, mọi người sẽ ngoái lại rất lâu để thỏa mãn việc ngắm nghía của mình. Phần lưng váy cũng tạo điều kiện để chị có thể thoải mái sáng tạo: mảng trong, mảng đục, khoét nông, khoét sâu... Chị muốn cô gái nào khoác lên chiếc váy ấy sẽ trở thành một cô dâu tuyệt đẹp ngay cả khi nhìn từ đằng sau.





Lek Chi tâm sự chị phải mất một thời gian rất dài để thuyết phục khách hàng tin vào gu thẩm mỹ của mình. Cách đây khoảng 7, 8 năm khi chị còn là thiết kế chính tại ảnh viện của mẹ, mọi người vẫn ưa những chiếc váy hoa mỹ, lòe loẹt và dính thật nhiều cườm. Đó là quãng thời gian chị cảm thấy rầu rĩ và bế tắc nhất. Đầu óc trống rỗng, ý tưởng cạn kiệt. Lúc nào chị cũng đấu tranh tư tưởng giữa việc thỏa mãn đam mê sáng tạo và thỏa hiệp với khách hàng. Cuối cùng chị quyết định tung hê hết, nghỉ việc ở xưởng của mẹ và dành một năm chỉ để đi lang thang. Chị đi với hội nhiếp ảnh, đi một mình, xê dịch liên tục để giải tỏa tâm lý và để nhìn nhận cuộc sống theo một cách khác. Một năm ấy khiến chị cảm thấy bình tĩnh lại, đầu óc thoáng hơn. Chị trở về, xây dựng một thương hiệu cho riêng mình. Sau 5 năm, Lek Chi Bridal đã có chỗ đứng vững vàng tại thị trường Hà Nội.

Không nhiều người biết rằng Lek Chi là con gái của cố diễn viên Hồng Sơn. Từng chứng kiến sự đổ vỡ hôn nhân của bố mẹ, dường như chị càng trân trọng giá trị của hạnh phúc. Chị vui lòng với vị trí là một người giúp cho ngày trọng đại nhất của cô dâu- chú rể trở nên đẹp đẽ và trọn vẹn hơn. Mỗi chiếc váy cưới giống như một lời chúc phúc của chị tới cuộc sống viên mãn của cặp vợ chồng sau này.

139^{STYLE}

“KHU VƯỜN BÍ MẬT” CỦA HOA THẮNG HAI

Những người quen với những shop hoa truyền thống, khi đến với Hoa Tháng Hai có lẽ sẽ bị bất ngờ khi không tìm thấy một bó hoa nào đã được gói sẵn để có thể chọn đại rồi chạy ù đi luôn. Nếu người ấy không quá bận, rất có thể sẽ được hai cô chủ mời vào shop, ngồi bên chiếc bàn gỗ, uống trà, ăn bánh và hỏi đủ thứ chuyện: Bạn muốn tặng hoa cho ai, người ấy bao nhiêu tuổi, tính cách như thế nào, tặng nhân dịp gì. Một lúc sau, tự tay Liên sẽ chọn hoa và cắm thành một bó phù hợp nhất với những gì mà vị khách hàng kia vừa chia sẻ.

Cách đây 3,4 năm khi khái niệm hoa thiết kế dành riêng cho từng người vẫn còn rất xa lạ và mơ hồ, thì Hoa Tháng Hai đã là những người mở đầu cho xu hướng. Câu chuyện khởi đầu từ tình bạn giữa hai cô sinh viên học chung trường Đại học Mỹ thuật Công nghiệp. Liên học ngành trang sức và có niềm yêu thích dành cho việc cắm hoa từ nhỏ. Hoa học ngành đồ họa và là một người ủng hộ nhiệt thành những sản phẩm từ người bạn thân. Ra trường, mỗi người làm một nghề theo đúng chuyên môn mà mình được đào tạo. Tuy nhiên, Liên cảm thấy không hạnh phúc. Công việc 8 tiếng ngặt nghèo, môi trường làm việc khắt khe, đi nửa bước cũng có camera theo dõi khiến cô cảm thấy áp lực và bí bách. Cô nghĩ việc và nghĩ đến việc mở một shop hoa nho nhỏ. Đó sẽ là nơi mà cô được thư thái hàng ngày, không phải lo lắng hay nghĩ ngợi quá nhiều. Mọi thứ khởi đầu không thuận lợi, việc hợp tác với người đầu tiên đổ bể. Cô “cầu cứu” Hoa, người bạn đại học vẫn luôn đồng cảm và ủng hộ mọi thứ cô làm. Vậy là Hoa Tháng Hai ra đời, được đặt tên theo tháng sinh của hai người. Đó cũng là thời điểm khởi đầu của mùa Xuân khi hoa bắt đầu nở rộ.

Nhìn những bó hoa đẹp dễ lung linh, ít người tưởng tượng được đó là một công việc vất vả, đầu tắt mặt tối như thế nào. Để ra một thành phẩm đẹp dễ, người làm hoa phải trải qua những đêm dài mất ngủ, những buổi sáng ra chợ chọn hoa trước khi mặt trời mọc, những bữa ăn vội vã, qua quýt. Tay những người làm hoa cũng hiếm khi đẹp bởi thường xuyên dính nhựa hoặc bị kéo cắt, gai đâm.





Từng bó hoa là mồ hôi tâm huyết của người cắm vì vậy Hoa tháng Hai có một chủ định nghe qua tưởng khá ngược đời. Không chỉ người mua chọn hoa mà chính người cắm hoa cũng ngầm “chọn” khách. Nằm ở một con phố vắng, không quá tiện đường, Hoa Tháng Hai không dành cho những khách vãng lai hời hợt, mua hoa cho có. “Chơi hoa đã dễ mấy người biết hoa”. Nơi đây chỉ dành riêng cho những người biết trân trọng hoa và thực sự có tình cảm chân thành với người nhận quà. “Điều này có làm giảm lượng khách tạt qua” – Liên chia sẻ - “ Nhưng đôi khi mình cũng phải hy sinh một cái gì đấy để tạo thói quen mới cho người tiêu dùng”.



NHỮNG BÔNG HOA CỦA CÔ BÉ KHOAI

Ảnh: Nhân vật cung cấp

“Trụ sở” của Bông Floral Fancy nằm trong con ngõ nhỏ trên đường Lý Thường Kiệt. Đó là một ngôi nhà xinh xắn, yên tĩnh với bàn gỗ, ghế mây, tách trà ấm sức và cơ man là hoa. Nhà có phòng khách, có bếp, có chỗ làm việc và ban công ở tầng hai để sưởi nắng. Trên bức tường trắng tinh, những cô chủ nhỏ tìm cách đính đủ dụng cụ làm hoa: từ chiếc kéo đến chiếc lát buộc, từ cuộn nơ đến cây tuốt gai. Ngoài cùng, các cô đặt một cái khung gỗ để làm thành một bức tranh độc đáo.

Thanh Hà (Khoai), chủ nhân của Bông, gợi tôi nhớ đến một câu chuyện cổ của Andersen: “Những bông hoa của cô bé Ida”. Có lẽ là vì qua cách cô say sưa trò chuyện, tôi bị thuyết phục rằng loài hoa nào cũng đẹp và kỳ diệu cả. Cô cho tôi xem những tấm ảnh mà ở đó những đóa hoa đại ven đường được bó lại hoặc cắm trong những bình milo, những phin cà phê rất đẹp. Ngay cạnh chỗ chúng tôi trò chuyện, là một đám cỏ lan chi xanh tươi tuôn trào từ một chiếc bình tưới. Hà tiết lộ: cỏ lan chi rất bền, rất rẻ. Chỉ mất chưa đến mười nghìn (số tiền không đủ mua một ổ bánh mì) và cộng thêm một chút sáng tạo, ta đã có cả một góc xanh trong nhà.

Ngắm ảnh sản phẩm từ Bông, tôi suýt ngã ngửa thấy cô sử dụng cả quýt, cả súp lơ, thậm chí cả...đầu quả dưa để tô điểm cho những bó hoa. Kỳ lạ là, những thứ thực phẩm thường ngày ấy, khi kết hợp với các loài hoa đắt tiền lại không hề bị kệt cớm, quê mùa. Ngược lại, chúng trông rất tự nhiên và độc đáo. Hà trong mắt tôi giống một em bé đang chơi đùa với những đóa hoa: không bao giờ ngại thử nghiệm những ý tưởng mới. Cùng với một khiếu thẩm mỹ bẩm sinh, những thử nghiệm của Hà luôn khiến người ngắm ngạc nhiên một cách thú vị.

142^{STYLE}



Cách Hà tư duy về hoa rất khác với những người mà tôi từng biết. Cô không làm hoa theo kiểu thương mại: “trăm bó như một” đã đành; cô còn rất khác với kiểu cắm hoa vintage, “rất Tây”, “rất Pháp” đang thịnh hành ở thời điểm hiện tại. Bông Floral Fancy của cô nhiều màu hơn. Những bông hoa được cắm hơi lộn xộn một chút, không theo chuẩn “chéch 30 độ” mới là đẹp mà giống như đang sống, đang vươn mình trong tự nhiên. Trong các sản phẩm hoa của cô, đôi khi tôi bắt gặp một số loài hoa “cấm kị” như tigôn, huệ trắng hay hồng vàng chẳng hạn. Đó là những loài hoa thường bị mọi người tránh đi vì cho rằng nó mang ý nghĩa xấu: gợi sự chia li, tang tóc hay phản bội. Thế nhưng Hà không nghĩ vậy. Cô bảo: cứ đóng khung một loài hoa vào một định kiến như thế thì thật tội nghiệp cho nó. Nếu làm đúng cách thì chẳng có đóa hoa nào xấu hay xui xẻo dưới ánh sáng mặt trời.

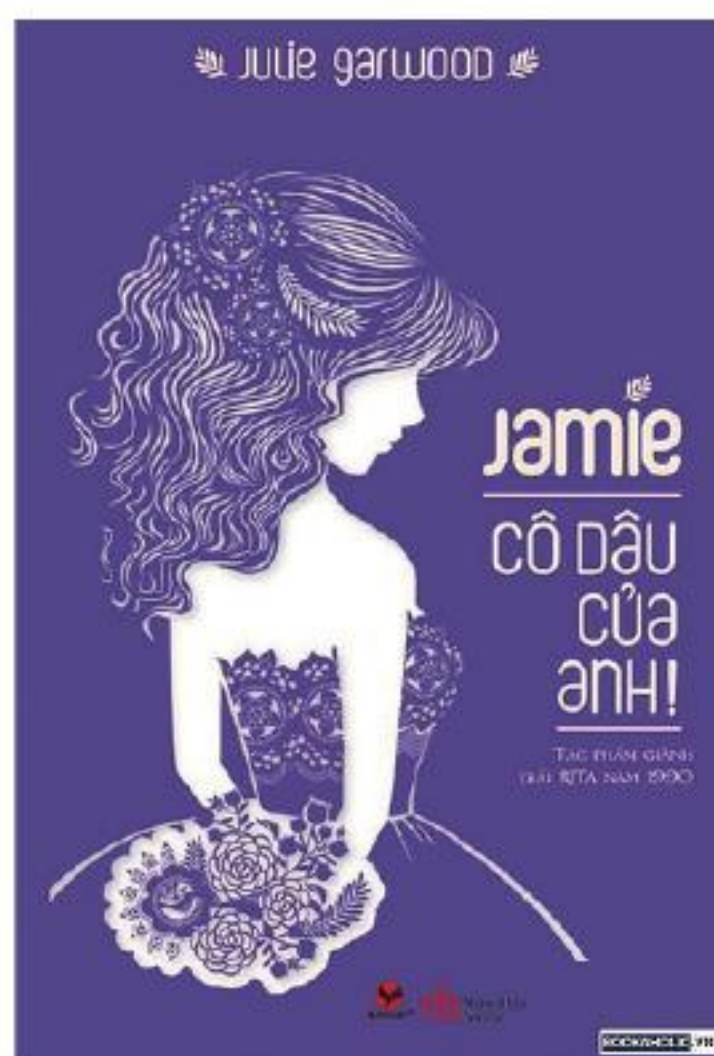
Đã từng học chuyên ngành du lịch nhưng Hà lại quyết định chọn cắm hoa như một nghề nghiệp cả đời. Luôn tìm tòi và luôn tỉ mỉ, Hà hy vọng rồi mọi người sẽ có cái nhìn khác đi về công việc mà cô theo đuổi. Đó không chỉ là một sự quen tay mà là một môn nghệ thuật hẳn hoi, đòi hỏi chất xám và sự say mê của người làm.





ĐÁNH CƯỢC VỚI TÌNH YÊU
TÁC GIẢ: **SUZANNE ENOCH**

Một câu chuyện nhẹ nhàng có thể đọc cùng tách trà sữa ngọt ngào trong một chiều cuối tuần đẹp trời. Tình yêu là gặp đúng người vào đúng thời điểm và ở đúng nơi. Quý cô Diane Benchley - chủ nhân câu lạc bộ Tantalus và Oliver Warren - Hầu tước Haybury có vẻ đã gặp đúng người để khởi đầu những cảm xúc dịu dàng nhưng đã sai thời điểm để có thể duy trì nó thành trái ngọt. Sự chia ly để lại nhiều nỗi đau đớn và ám ảnh khôn nguôi cho cả hai. Cho đến khi họ quyết định gặp lại nhau lần nữa trong một canh bạc của vận mệnh, để giải đáp câu hỏi vẫn vương vấn trong tim. Liệu họ có tìm thấy câu trả lời, trong một thời điểm khác và một không gian khác?



JAMIE CÔ DÂU CỦA ANH
TÁC GIẢ: **JULIE GARWOOD**

Julie Garwood là một cái tên nổi tiếng trong mảng tiểu thuyết lịch sử lãng mạn, với mô típ anh hùng – giai nhân đậm chất Scotland. Rất khác với kiểu tiểu thuyết lịch sử lãng mạn của những tác giả như Judith Macnaught xoay quanh giới quý tộc phương Tây xa hoa, các nhân vật của Garwood thường có vẻ đẹp lãng mạn của sự mạnh mẽ, thô ráp miền cao nguyên. Tình yêu của Julie Garwood hiếm khi diễn ra trong cái khung đầm ấm vương giả của áo xống và nước hoa, mà thường đắm chìm này lộn trong bầu không khí hùng hục của những cuộc chiến đẫm máu, những khu rừng khắc nghiệt, những miền đất lộng gió – nơi sản sinh ra những chiến binh đích thực lớn lên trong gươm đao và cái chết. Nếu bạn thích một câu chuyện hài hước nhẹ nhàng với những anh chàng vui nhộn và những cô nàng ngây thơ thì hẳn đây không phải là câu chuyện dành cho bạn.



ĐỜI KHÔNG NHƯ LÀ MƠ
TÁC GIẢ: **KRISTAN HIGGINS**

Chuyện về những nàng "hàng tồn lâu năm" và đủ các chiêu trò quân sự, mai mối của bạn bè, họ hàng giờ cũng chẳng còn xa lạ. Nhưng với Grace Emerson, một cô giáo dạy sử tại trường cấp ba Manning, tình huống xem ra còn vượt xa mức thê thảm. Chồng chưa cưới phải lòng em gái ruột và đã cô không thương tiếc. Bản thân phải quay trở lại cuộc sống độc thân, quay trở lại với thói quen khó bỏ từ thời niên thiếu: tưởng tượng ra một chàng người yêu hoàn hảo nhằm trốn tránh thực tại. Và tệ hơn cả là chàng hàng xóm ở nhà đối diện, Callahan O'Shea - quyến rũ chết người với thân hình săn chắc, khiếu hài hước sắc như dao, trái tim nhân hậu, cái đầu sáng suốt và... mới ra tù!

Giữa giấc mộng hoàn hảo và hiện thực thô ráp, giữa những ích kỷ cá nhân và tình thân gia đình, tác giả Kristan Higgins với ngòi bút tinh tế và hóm hỉnh của mình đã đưa nhân vật Grace Emerson và cả những độc giả của mình đến với lựa chọn đúng cảm nhất, đúng đắn nhất.

BOOKS

CHAPPIE

Đạo diễn: NEILL BLOMKAMP

Sản xuất: Media Rights Capital , Alpha Core , Columbia Pictures

KHỞI CHIẾU: 06/03/2015

Chappie - bộ phim hành động với sự góp mặt của "Người sói" Hugh Jackman, là một câu chuyện thú vị, ly kỳ về một chú robot không-giống-ai. Đạo diễn Neil Blomkamp ("cha đẻ" của District 9 và Elysium) đã thổi linh hồn vào bộ phim tiếp theo của mình, tạo nên một hành trình giàu cảm xúc, nghẹt thở những không kém phần hài hước cho Chappie. Đặc biệt, trong Chappie lần này, các bạn còn được gặp lại chàng "Người sói" nổi tiếng Hugh Jackman với vai cựu quân nhân Vincent. Thế nhưng, không còn là "siêu anh hùng" cứu thế, Hugh Jackman lần này sẽ vào vai kẻ phản diện đối đầu với robot vui tính Chappie và "đuổi cùng giết tận" sinh vật được cho là "dấu chấm cho nhân loại" này. Có lẽ vai diễn này là 1 cú lột xác hoàn toàn của "Wolverine" ra khỏi hình tượng thường có và đa dạng hóa khả năng diễn xuất của bản thân.



MOVIES



WOMEN WHO FLIRT

Đạo diễn: HO CHEUNG PANG

Sản xuất: China Film Co-Production Corporation , Huayi Brothers Media , Making Film

KHỞI CHIẾU: 06/03/2015

Nhân vật chính là cô nàng tomboy Trương Tuệ vì cảm nắng anh bạn học cùng từ đại học Tiểu Cung mà quyết định thay đổi bản thân, đặc biệt từ khi có sự xuất hiện của kiểu nữ xứ Đài với vẻ đẹp đáng yêu "chết người" - Bội Bội.

Bội Bội là một vai diễn mắt xích trong phim vì nhờ có cô mà Trương Tuệ mới quyết định thay đổi mình, từ phong cách tomboy sang nữ tính, dịu dàng và quyết tâm khổ luyện kỹ thuật "nhõng nhẽo" để của đổ anh chàng Tiểu Cung (Huỳnh Hiểu Minh).

Và rồi Tiểu Cung sẽ có sự lựa chọn như thế nào? Tomboy cá tính hay nữ tính dịu dàng?

"Vận may của người phụ nữ là gì, liệu có phải chỉ có những cô gái dịu dàng, nũng nịu mới giành được vận may đó?"



HỒI SINH - THE LAZARUS EFFECT

Đạo diễn: DAVID GELB

Sản xuất: Blumhouse Productions, Lionsgate , Mosaic Media Group , Relativity Media

KHỞI CHIẾU: 27/02/2015

Bộ phim được thực hiện bởi đạo diễn David Gelb với sự tham gia của Olivia Wilde - nữ diễn viên, người mẫu nổi tiếng hàng đầu nước Mỹ. Nội dung kể về một nhóm các nhà nghiên cứu khoa học đã vô tình giết chết một đồng nghiệp trong quá trình thí nghiệm về việc lập bản đồ não. Tuy nhiên sau đó họ đã dẫn đường cho một thể lực tàn ác đến với thế giới thông qua việc hồi sinh người bạn của họ. Các thành viên trong nhóm giờ đây không những phải đấu tranh cho sự sinh tồn đồng thời còn phải tìm cách ngăn chặn người bạn trên trước khi cô ta thâm nhập vào thế giới bên ngoài. Và mọi chuyện sẽ đi đến đâu?



CÔ BÉ LO LEM - CINDERELLA

Đạo diễn: KENNETH BRANAGH

KHỞI CHIẾU: 13/03/2015

Đây không phải lần đầu tiên Disney đưa Cinderella lên màn ảnh rộng, nhưng so với phiên bản hoạt hình từ những năm 1950 thì công nghệ làm phim hiện đại của thế kỷ 21 cùng sự tham gia của các diễn viên nổi tiếng đã thực sự mở ra trước mắt khán giả một thiên đường cổ tích lung linh, sống động hơn bao giờ hết. Bộ váy xanh lơng lẫy, đôi giày thủy tinh lấp lánh, cỗ xe bí ngô dát vàng cùng những con tuần mã khỏe mạnh - tất cả đã đánh thức giấc mơ đẹp nhất thời thơ ấu trong trái tim mỗi người.

145^{STYLE}



The Tale of Princess Kaguya

NHƯ MỘT LỜI CHIA TAY

PHẢI MẤT 14 NĂM SAU SỰ THÀNH CÔNG CỦA MY NEIGHBORS THE YAMADAS, ĐẠO DIỄN GẠO CỘI ISAO TAKAHATA MỚI QUAY TRỞ LẠI LÀM PHIM. RẤT CÓ THỂ ĐÂY LÀ TÁC PHẨM CUỐI CÙNG CỦA BẠC THẦY ĐIỆN ẢNH NÀY.

ANH TRÂM



147^{STYLES}

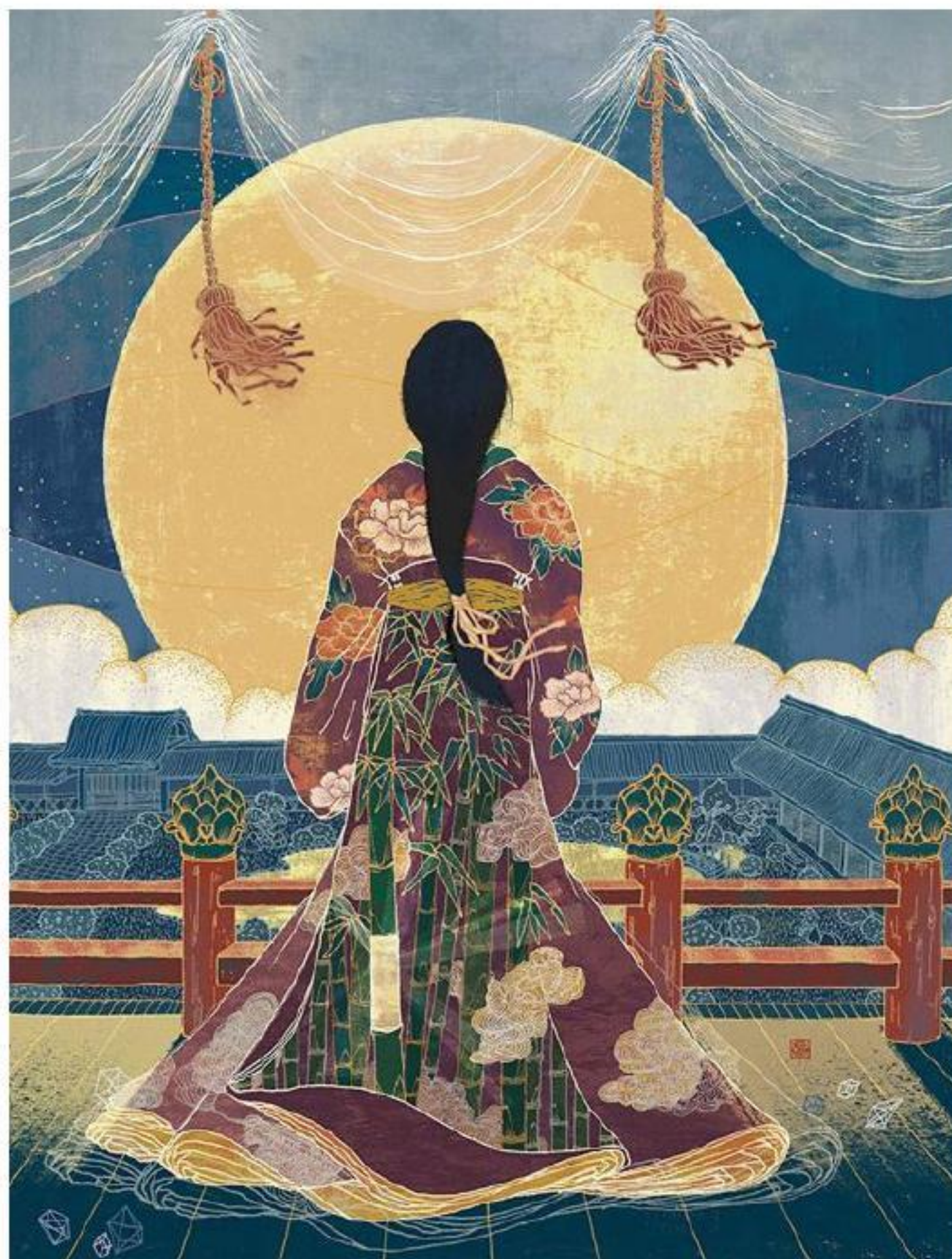
Nhắc đến hãng phim hoạt hình huyền thoại Ghibli, người hâm mộ thường không quên “bộ đôi vàng” của điện ảnh Nhật Bản: Hayao Miyazaki và Isao Takahata. Nếu Miyazaki thường kể những câu chuyện ấm áp, sức mùi năng, màu nhiệm, trí tưởng tượng bay bổng tuyệt vời thì người bạn đồng hành của ông là Takahata lại ưa những câu chuyện nhỏ, dung dị, trầm lắng và chậm rãi. Mỗi bộ phim của ông giống như một lát cắt cuộc sống. Khác với Miyazaki thường thích truyền tải những thông điệp lớn lao về bảo vệ môi trường, chiến tranh – hòa bình, Takahata thường tập chung vào những chủ đề gần gũi như sự trưởng thành, tình người, sự tìm kiếm giá trị bản thân.

Xem những phim của Miyazaki như Spirited Away hay Howl’s Moving Castle, khán giả thường ngỡ ngàng trước những hình ảnh vẽ tay mỹ lệ, tỉ mỉ và trau chuốt. Trái ngược lại, phim hoạt hình của Takahata thường có nét vẽ thô mộc, tối giản, giàu chất biểu tượng. Hayao Miyazaki có vẻ ngoài hào hoa, phong nhã như tài tử điện ảnh, còn Isao Takahata thì trông chất phác, gần gũi như một người ông của đàn cháu ở nhà. Vì nhiều lý do, Miyazaki được phương Tây biết đến nhiều hơn nhưng giới phê bình phim chưa bao giờ vì thế mà cho rằng tài năng của Takahata không bằng.

Năm ngoái The Wind Rises của Miyazaki lọt vào danh sách đề cử Oscar cho Phim nước ngoài hay nhất. Năm nay đến lượt Isao Takahata cũng nhận được một đề cử Oscar ở hạng mục Phim hoạt hình với The Tale of Princess Kaguya. Bộ phim được chuyển thể từ chuyện cổ tích mà trẻ con ở Nhật ai cũng thuộc nằm lòng. Một nàng công chúa trên cung trăng vì lý do nào đó bị đày xuống trần gian. Nàng được một ông lão tiểu phu hiếm muộn tình cờ tìm thấy trong một đốt tre phát sáng và đem về nhà nuôi nấng như con đẻ. Sống dưới hạ giới một thời gian, một ngày nọ nàng từ biệt cha mẹ nuôi để bay về trời.

The Tale of Princess Kaguya đã mang đến cho khán giả một câu chuyện cổ tích đúng nghĩa. Khác với các nhà làm phim Hollywood thích “làm mới” những câu chuyện cũ, thêm thắt nhiều tình tiết li kì làm khán giả bất ngờ (điển hình nhất là bộ phim nhạc kịch Into the Woods gần đây), Isao Takahata đã trung thành với nguyên tác hết mức có thể. Đó là một quyết định can đảm và gần như đi ngược với xu hướng đương thời.

Xem phim, khán giả sẽ không ngỡ ngàng, khó chịu vì thấy câu chuyện cổ tích yêu thích của mình bị bóp méo. Vẫn những tình tiết cũ ấy nhưng Isao Takahata đã tập trung đi sâu vào tâm lý cũng như cá tính của nhân vật. Theo định mệnh, tiên nữ phải bay về trời, đó là điều không thay đổi được. Nhưng quãng đời



dưới trần thế của nàng như thế nào? Nàng đã sống, đã cảm nhận cuộc đời ra sao, đã chứng kiến những gì? Tại sao trần gian là khổ ải, thoát trần là thoát khỏi kiếp đi đây, mà trong câu chuyện cổ tích từ thế kỷ thứ 10 vẫn tràn đầy tình lưu luyến của nàng công chúa? Isao Takahata đã khai thác sâu thế giới nội tâm của cô gái và kể một câu chuyện nhiều lớp lang ý nghĩa, nhiều cảm xúc day dứt cho khán giả.

Những người yêu thích chuyện cổ Nhật Bản đều biết cổ tích Nhật gần như nằm ngoài dòng chảy của cổ tích thế giới. Cổ tích Nhật ít những câu chuyện “ở hiền gặp lành”, “người tốt được báo ơn” mà thường buồn và dang dở. Chúng là những câu chuyện về sự bấp bênh của lời hứa, sự lặn lội của kiếp người và những hạnh phúc tưởng như trong tầm tay lại dễ vụt mất. Câu chuyện Nàng tiên trong ống tre, qua cách kể lại của Isao Takahata, vì thế lại càng khác biệt so với những bộ phim kết thúc có hậu của Disney.

Xét cho cùng, Kaguya là một người vô cùng cô độc, không một ai hiểu được nàng. Bố mẹ nuôi, các hoàng tử, Nhật hoàng hay thậm chí cả những đồng loại trên thiên giới đều không quan tâm đến cảm giác của nàng. Họ đều làm những gì mà họ cho là tốt nhất với Kaguya. Cha mẹ nuôi muốn nàng được gả

vào chốn giàu sang. Các hoàng tử muốn dùng của cải quý giá để mua được tấm chân tình. Người trên cung trăng ép nàng về cung, bắt mặc chiếc áo thần để quên hết nỗi lưu luyến với cuộc sống dưới trần.

Lời thoại ám ảnh nhất trong phim là khi Kaguya gặp lại người bạn thanh mai trúc mã của nàng và nói: “Chúng ta đã có thể hạnh phúc biết bao”. Hạnh phúc trong tầm với đã bị mọi người chối bỏ: vì định kiến, lễ thói và sự kiêu ngạo. The Tale of Princess Kaguya kết thúc trong sự tiếc nuối: những điều muốn làm thì không thể làm, những điều không muốn làm thì lại buộc phải làm.

Isao Takahata năm nay đã bước sang tuổi 80. Nhiều khả năng đây sẽ là bộ phim cuối cùng của ông. The Tale of Princess Kaguya vì thế còn mang nhiều trăn trở của vị đạo diễn đã bước qua tuổi “xưa nay hiếm” từ lâu. Cuộc đời ngắn ngủi quá, buồn nhiều hơn vui, nhưng dù sao vẫn rất quý giá, chẳng ai muốn xa rời. Kiếp người hữu hạn, chưa kịp làm gì, chưa kịp tận hưởng thì đã phải kết thúc và bay về trời.

Bộ phim được vẽ bằng chì, mực và màu nước. Cách vẽ hồn hậu, tự nhiên, ảnh hưởng của mỹ thuật truyền thống Nhật Bản và chủ nghĩa ấn tượng. Những vệt màu nhòe đi trong những cảnh nhân vật chuyển động, thể hiện tâm trạng xáo động bất an của nàng



công chúa. Nét vẽ bay bướm, nước chảy mây trôi, hình khối lẩn lộn khiến bộ phim đẹp đẽ, hư ảo như một giấc mơ.

Phần âm nhạc của phim do Joe Hisaishi đảm nhiệm. Đó là một cái tên quen thuộc đối với fan trung thành của hãng Ghibli vì tên tuổi ông gắn liền với những bộ phim hoạt hình của Hayao Miyazaki. Đây là lần đầu tiên Hisaishi hợp tác với Takahata trong một bộ phim. Kết quả thật mỹ mãn: giai điệu u hoài, đượm nỗi tiếc nhớ càng khiến *The Tale of Princess Kaguya* trở nên đẹp đẽ và ám ảnh hơn.

Chứng kiến một bộ phim cảm động và kỳ diệu như vậy, người hâm mộ lại càng có cơ để tiếc rẻ. Hy vọng Takahata sẽ làm việc chăm chỉ hơn và tác phẩm này không phải là lời tạ từ mà ông dành cho điện ảnh.

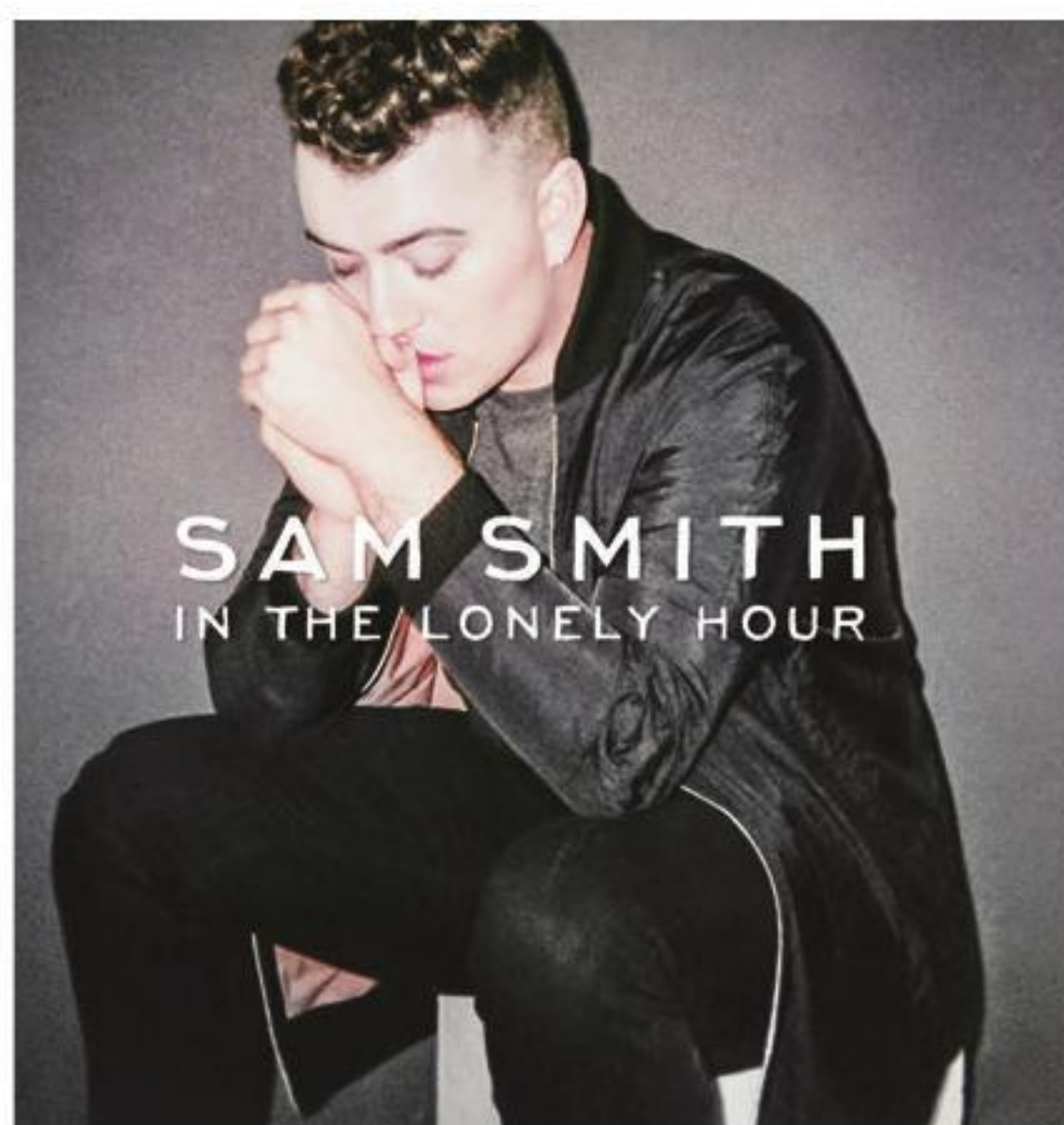


SAM SMITH

CHÀNG TRAI ĐA CẢM CỦA XỨ SỞ SƯƠNG MÙ

TỪ MỘT ANH CHÀNG CỌ TOILET TRONG QUÁN BAR ĐẾN MỘT CA SĨ NỔI DANH VỚI 4 GIẢI GRAMMY TRONG TAY, SAM SMITH LÀ VÍ DỤ ĐIỂN HÌNH CỦA HÀNH TRÌNH "FROM ZERO TO HERO".

ANH TRÂM



NHỮNG BƯỚC ĐẦU GIAN NAN

Sinh ra ở London nhưng phần lớn thời thơ ấu của Sam Smith trải qua ở vùng nông thôn Great Chishill, nước Anh. Ngay từ hồi nhỏ, cậu bé Sam đã vạch ra tương lai của mình: "Chuyển đến London, trở thành một ca sĩ nổi tiếng". Ở trường học, cậu tham gia tích cực vào các buổi nhạc kịch. Nhận thấy khả năng và niềm đam mê của con, cha mẹ Sam - hồi bấy giờ còn đang rất khá giả - đã thuê cho cậu một gia sư riêng dạy nhạc, chính là nữ nhạc sĩ Joanna Eden nổi danh. Ở tuổi 13, Sam Smith đã có quản lý riêng. Song mọi chuyện chẳng có gì dễ dàng. Mẹ cậu mất việc, gia đình phá sản và rơi vào cảnh nghèo túng. Năm Sam 18 tuổi, cha mẹ cậu đường ai nấy đi. Sam kiếm sống bằng các công việc chân tay đồng thời vẫn duy trì niềm đam mê ca hát.

Đã có những thời điểm, Sam phải làm công việc lau dọn nhà vệ sinh trong một quán bar từ thứ hai đến chủ nhật. Không có tiền để đi tàu điện ngầm, cậu thường phải đi bộ về nhà để tiết kiệm. Lúc đó Sam đã qua 6 đời quản lý mà sự nghiệp vẫn giậm chân tại chỗ. Anh cảm thấy rất tuyệt vọng: "Tôi bắt đầu từ năm 13 tuổi. Khi đó tôi đã 19, tất cả những bạn bè của tôi đều học đại học và đi đây đi đó khắp nơi. Còn tôi thì mắc kẹt ở London lau chùi toilet". Anh tự hứa với mình sẽ cố gắng thêm một năm. Nếu mọi thứ không tiến triển, Sam sẽ bỏ ca hát, chu du thế giới và mở một cửa hàng bán hoa ở Ý.

Có lẽ số phận cũng không muốn một con người tài năng như Sam mãi là một kẻ vô danh tiểu tốt, suốt ngày quanh quẩn bên gương và bồn cầu. Cơ hội đến khi Sam bắt tay hợp tác với Disclosure trong ca khúc Latch. Ra mắt vào tháng 10, năm 2012, Latch vươn lên vị trí thứ 11 trên bảng xếp hạng UK. Tháng 5, 2013, ca khúc La La La mà anh thực hiện cùng Naughty Boy chiếm vị trí quán quân và là bước đệm để anh nổi tiếng toàn cầu với In the Lonely Hour.



151 STYLE

CUỘC CHINH PHỤC NƯỚC MỸ

Năm 2014, Sam Smith phát hành album đầu tay với tên gọi *In the Lonely Hour*. Album này giống như một quyển nhật ký về một tình yêu đơn phương không được đáp lại. Sam chia sẻ: “Tôi đã tiết lộ mọi điều bí mật trong album: những bí mật sâu kín và đen tối nhất. Tôi là một người rất cởi mở và trung thực. Nhưng điều mà tôi luôn giấu kín là sự thực thì tôi khá cô đơn và sự thực thì có lẽ tôi đã yêu một người nào đó và không được người ta yêu lại”.

Trong *In the Lonely Hour*, khán giả bắt gặp một Sam Smith khi thì mong manh yếu đuối, van xin người mình yêu hãy rời bỏ người tình để đến với anh (*Leave Your Lover*), mong mỏi có một ngày cả hai cùng tiến vào lễ đường (*Lay Me Down*), buồn bã khi biết mình không phải là người duy nhất (*I'm Not the Only One*), khi thì lại mạnh mẽ khẳng định không ai có thể yêu nhiều như anh (*Like I Can*). Mặc dù album là lời bày tỏ tình cảm của anh đối với một người đàn ông đã có gia đình, Sam Smith chủ trương không dùng từ “He” (anh ấy) trong bất cứ đoạn điệp khúc nào. Cả album là một cuộc đối thoại giữa “I” và “You”. Sam muốn album có thể chạm đến trái tim của người nghe thuộc mọi giới tính. Bất cứ ai cũng có thể liên hệ với những gì được chia sẻ trong bài hát.

In the Lonely Hour vươn lên vị trí số 1 tại bảng xếp hạng các nước Anh, New Zealand và Thụy Điển, đồng thời giành vị trí á quân tại các bảng xếp hạng của Australia, Canada, Đan Mạch, Ireland, Na Uy và nước Mỹ. Nó cũng là album bán chạy thứ 2 tại Anh và album bán chạy thứ 3 tại Mỹ, tính riêng trong năm 2014.

Khán giả yêu mến Sam không chỉ vì anh có một giọng hát cao chót vót tuyệt vời mà còn vì sự mong manh, nhạy cảm mà anh thể hiện. Với gương mặt trẻ thơ, búng ra sữa, Sam Smith mang vẻ đẹp của một cậu trai mới lớn đa sầu đa cảm và dễ bị tổn thương. Sam là một người đàn ông, nhưng sâu trong anh là tâm hồn của một người phụ nữ. Với vẻ ngoài hơi mũm mĩm, ngố tàu, Sam dễ dàng lấy được thiện cảm của người hâm mộ. Tháng 12, 2014 Sam nhận được 6 đề cử Grammy. Trong buổi lễ trao giải vừa qua, anh giành chiến thắng thuyết phục ở bốn hạng mục: Nghệ sĩ mới xuất sắc nhất, Thu âm của năm, Bài hát của năm và Album nhạc Pop hay nhất cho *In the Lonely Hour*.



MỘT HOÀNG TỬ TÌNH CA NHIỀU ÁM ẢNH

Quãng thời gian vừa qua đối với Sam Smith đẹp mỹ mãn như một giấc mơ khiến đôi khi anh cũng không dám tin tất cả những điều xảy đến với mình là sự thực. “Mọi thứ đã rất tồi tệ trong một thời gian dài, rồi đột nhiên tất cả đều trở nên thật tuyệt vời. Một buổi sáng, tôi tỉnh dậy và thấy tất cả đều đã khác đi. Ngày nào tôi cũng nhận được tin tốt lành. Tôi rất sợ rằng chuyện này một lúc nào đấy sẽ dừng lại”.

Quá khứ đã dạy Sam một điều là không nên vui mừng chuyện gì đó quá sớm. Gia đình anh đã từng rất giàu có với thu nhập khoảng 500.000 bảng mỗi năm. Họ từng có một dinh cơ lớn ở Cambridgeshire với nhà kính và bể bơi. Họ đi du lịch khắp nơi trên thế giới và tổ chức tiệc tùng quanh năm. Rồi tất cả đột nhiên dừng lại, mẹ anh mất việc, gia đình phá sản, những bạn bè thân quen bỗng nhiên biến mất. Sam sợ rằng điều tương tự sẽ xảy đến với mình.

Sam mắc chứng rối loạn ám ảnh cưỡng chế (OCD). Anh luôn cảm thấy lo lắng về chuyện gì đó tồi tệ có thể xảy ra. Trước khi ra khỏi nhà, Sam luôn kiểm tra đi kiểm tra lại vòi nước để đảm bảo rằng mọi thứ đã ổn và không bị ngập lụt khi về nhà. Anh cũng luôn nghi ngờ tài năng thực sự của mình “Tôi không hiểu mọi người nghe thấy gì trong giọng hát của tôi”. Thậm chí lúc này khi đã nổi tiếng, được bạn bè vây quanh, Sam cũng cảm thấy không an tâm: “Tôi tự hỏi họ có vây quanh tôi như vậy không nếu album tiếp theo của tôi xếp hạng thứ 104”.

Sự thiếu tự tin ấy khiến cho những bài hát của anh luôn có gì đó mong manh và bất an. Điều đó đôi khi lại tốt cho sự nghiệp của Sam. Ở cái thời mà trong các bài hát luôn thừa mứa sự tự tin và cái tôi cá nhân, sự khiêm tốn, nhạy cảm ở anh lại là của hiếm. Không ai thích “lên gân” mãi cả. Khi những bài hát đậm chất tuyên ngôn đang tràn ngập thị trường làm khán giả mệt mỏi, họ sẽ tìm về với Sam để nghe anh thủ thỉ: Tôi yếu đuối và chẳng có gì sai khi yếu đuối cả.



ADIDAS PURE LIGHTNESS

Sản phẩm nước hoa dành cho nữ Adidas Pure Lightness có hương thơm thuộc nhóm hương trái cây kết hợp hương hoa cỏ, mang phong cách hiện đại, năng động, tươi vui. Hương đầu: Dứa gang, táo. Hương giữa: Hoa nhài, mộc lan, lan chuông, hoa violet. Hương cuối: Xạ hương. Sản phẩm hiện có bán tại các quầy hàng mỹ phẩm và siêu thị trên toàn quốc. Hoặc liên hệ địa chỉ: Văn phòng miền Nam: Tầng 6, tòa nhà Citi Light, Phường Đa Kao, Quận 1, tp Hồ Chí Minh; Văn phòng miền Bắc: Tòa nhà Mipec, 229 Tây Sơn, Quận Đống Đa, Hà nội.



EVERSOFT

Da trắng thôi, chưa đủ! Da cần được nuôi dưỡng sâu bên trong và bảo vệ khỏi tác động từ bên ngoài để trắng sáng và khỏe mạnh. Hiểu được nhu cầu của làn da, Eversoft đã nghiên cứu bí quyết làm đẹp cho làn da của phụ nữ Á Đông và cho ra đời dòng sản phẩm làm đẹp Eversoft. Với thành phần có nguồn gốc từ Nhật Bản, chiết xuất ngọc trai, vitamin E và chất chống tia cực tím, Eversoft giúp nuôi dưỡng làn da mềm mịn, trắng sáng. Sản phẩm với giá cả hợp lý, hiện có bán tại các cửa hàng và siêu thị trên toàn quốc.



L'OCCITANE

Từ những cánh đồng cỏ trên cao nguyên của Provence, có một loài hoa biết tận dụng ánh sáng mặt trời, chuyển dần dần màu từ vàng nhạt sang màu trắng rực rỡ trong ánh sáng. Nắm bắt được công dụng làm sáng thần kỳ của loài hoa này, L'OCCITANE tận dụng khả năng làm sáng đưa vào dòng sản phẩm Renine Blanche hoàn toàn mới, giúp làn da trắng và rạng rỡ với vẻ tự nhiên và sự mềm mịn của da. Sau một thời gian sử dụng, làn da lấy lại được vẻ sáng mịn tự nhiên và ngày càng rạng rỡ. Bộ sản phẩm gồm có: sữa rửa mặt ILLUMINATING FOAMING CLEANSER 200ML, nước cân bằng da ILLUMINATING TONER 200ML, tinh chất dưỡng sáng da WHITENING SERUM 30ML, kem dưỡng trắng da WHITENING CREAM 50ML và kem chống nắng ILLUMINATING UV SHIELD SPF 50 30ML.



MURAD VIỆT NAM

Murad Việt Nam vừa ra mắt dòng sản phẩm chăm sóc mắt mới: Instant Radiance Eye Cream. Công thức đã được chứng minh làm sáng làm mịn và mượt mà vùng túi mắt, cho độ trẻ trung và rạng rỡ. Phức hợp Vitamin C thế hệ mới (Resilient-C Complex™) cho phép sản xuất collagen tối đa và làm làn da sáng lên. Retinyl Palmitate và bơ vỏ quýt làm mượt và che đi các vết chân chim và nếp nhăn nhỏ. Thành phần khuếch tán ánh sáng giúp quảng thâm bằng cách làm sáng rạng rỡ vùng da quanh mắt. Giảm quảng thâm mắt đến 30% sau 15 phút và 48% nếu tiếp tục sử dụng. Nâng cấp độ mượt mà đến 48% chỉ sau 1 lần thoa. Giá: 2.017.000 VND.

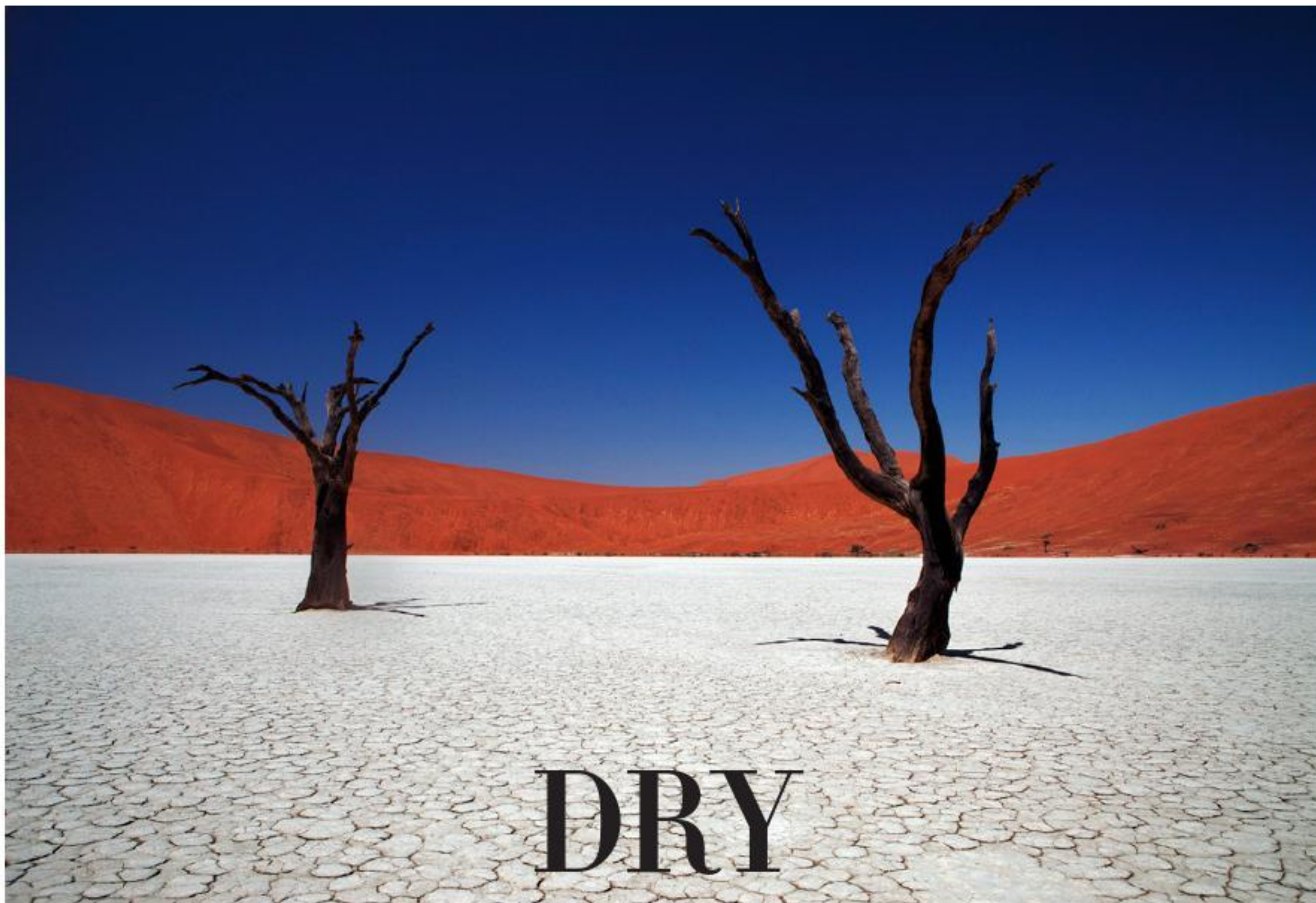


RUNWAY

Ngày quốc tế phụ nữ 8-3, hãy đồng hành và sẻ chia niềm vui này cùng với Runway. Nhiều ưu đãi mua sắm và làm đẹp dành riêng cho khách hàng nữ sẽ được áp dụng riêng từng cửa hàng trong ba ngày duy nhất từ ngày 6/3 đến ngày 8/03/2015. Hãy nhanh chân ghé vào hệ thống cửa hàng Runway gần nhất để lựa chọn và sắm cho mình những trang phục và phụ kiện mới nhất đến từ các hãng thời trang danh tiếng trên thế giới như Balenciaga, Givenchy, Chloe, Lanvin, Celine, Saint Laurent Paris... và nhiều hơn thế nữa. Thông tin chi tiết, truy cập: www.runway.vn hoặc facebook.com/runwayvietnam.

RỒI
SẼ CÓ
MỘT NGÀY,
NÀNG MỞ MẮT RA
VÀ THẤY THỨ MÀ MƠI
NGÀY HÔM TRƯỚC THÔI MÌNH
VẪN CÒN MÊ Đắm, NAY CHẲNG CÒN
LẤY MỘT MILIGRAM XÚC CẢM NÀO CHO
NÓ. ĐÓ CÓ THỂ LÀ CHIẾC VÁY CÓ GIÁ TIỀN BẰNG
NỬA THÁNG LƯƠNG MÀ NÀNG MỚI TẬP TỐI QUA, LÀ
MÓN CHOCOLATE ĐẲNG NÀNG CỰC KỲ YÊU THÍCH, HOẶC
ĐÁNG BẤT NGỜ HƠN CẢ LÀ NIỀM ĐAM MÊ CHẶN GỐI HAY GẮN GỬI
MỘT NGƯỜI ĐÀN ÔNG NÀO ĐÓ. ẤY MỚI LÀ MỘT SỰ CHẤM DỨT ĐAM MÊ
ĐÁNG GIẬT MÌNH.

BỔNG DỪNG MẮT HÚNG



DRY SPELL

LỜI NGUYỄN “KHÔ KHÔNG KHỐC”

“Theo nghiên cứu khoa học thì đàn ông đạt đỉnh về ham muốn và khả năng “yêu” khi 18 tuổi. Còn với phụ nữ, con số này là 35 tuổi. 35 tuổi mà có hiểu không? Tao còn chưa đến 30, sao đã thấy chán “yêu” thế này?” Cô bạn tôi vừa ngồi trong quán café vừa giật đùi đùng đùng lên như bị ma nhập. Mà nàng hốt hoảng thế cũng phải. Đến tôi còn phải hốt hoảng và lo lắng thay cho cô ấy. Nàng - phụ nữ tuổi 26, cái tuổi vẫn đang căng tròn tràn trề nhựa sống, không còn ngây thơ nhút nhát mà đã biết cách để hưởng thụ mật ngọt yêu đương, ấy vậy mà bỗng dưng một ngày, cô ấy thấy mình chán “yêu”. Nếu trước đây nàng là một người yêu đương bình bình, ham muốn thường thường, thì tôi cũng chẳng có gì phải thắc mắc. Đằng này, nàng là gái Thần Nông, sao Hòa lại tọa ngay cung Bạch Dương (hãy google để biết sao Hòa ở Bạch Dương thì sẽ máu lửa thế nào!), đời sống chần gối yêu đương chỉ có trong giới hạn từ mặn đến rất mặn, từ nóng đến rất nóng. Ấy vậy mà giờ, tất cả với nàng chỉ khô khốc và tro trọi như hoang mạc Sahara. Mà làm quái gì có chuyện hôm qua còn cháy bùng bùng, hôm nay lửa đã tắt ngay như thế?! Tôi nhẹ nhàng hỏi xem tình cảm giữa nàng và chàng người yêu có vấn đề gì không, thì nàng thờ dài não nuột “Đột rồi tao bận chạy dự án, lảo ý đi công trình liên miên, cả hai đi làm về là mệt

phờ râu trê, đến sờ lên người mình để thay quần áo còn nản chứ đừng nói là sờ vào người nhau. Được khoảng tháng như vậy thì bỗng dưng tao chẳng thấy thêm “yêu” nữa.” Rồi nàng dăm chiêu chép miệng “Có khi phải đi khám thôi mà à, không khéo máy móc lại “hỏng” thì toi!”

Một chị bạn khác của tôi cũng dính phải lời nguyền khô khốc tương tự. Số là chị yêu chết đi sống lại một anh cùng công ty. Ai cũng khen anh chị đẹp đôi, là cặp trai tài gái sắc, hợp nhau cả ngoài đường lẫn... trên giường (chị khoe thế, hãnh diện lắm). Những tưởng cả hai sẽ đường hoàng làm lễ cưới và có một kết thúc viên mãn, ai ngờ đâu con gái sắp tổng đi du học ở Mỹ lại về làm đúng công ty của anh chị. Tréo ngoe làm sao cả công ty trai nhiều như quân Nguyên lại chỉ có đúng người yêu chị lọt vào mắt xanh của tiểu thư con sắp. Vậy là ẻm công khai là người thứ ba, kiên cường phá đám và xen vào tình yêu của hai người. Chị thì chỉ là nhân viên bình thường, chẳng thể cho anh người yêu tương lai xán lạn với danh xưng “con rể sắp tổng” được. Vậy là chia tay. Chị ngơ ngác vì bị nắn tay trên một cách đau đớn. Xin chuyển việc, chị gần như biến thành một người khác, hẳn học với đời, với người, và chẳng còn một chút ham muốn yêu hay “yêu” ai nữa.

LỬA TÌNH ĐÃ NGUỘI

99% các nàng khi gặp phải tình trạng này sẽ rú lên rằng “Cái quái gì đang xảy ra với mình thế nhỉ?!” và cảm thấy vô cùng hoang mang sợ hãi. Cũng đúng thôi. Nếu không phải là bệnh, tại sao nàng lại thấy chán, thậm chí là sợ “yêu” như vậy? Thực ra tất cả đều bắt nguồn từ những thay đổi, cú sốc tinh thần mà nàng phải vượt qua.

Những nàng độc thân, luôn gật đầu dễ dàng với one night stand hay giữ mối quan hệ friends with benefits với một (vài) anh chàng luôn là những người dễ dính phải lời nguyền này nhất. Nàng yêu tự do, chưa thích cam kết nhưng vẫn muốn nếm đủ “trái ngon vật lạ” trên đời. Cho đến một ngày kia, nàng thấy phát sợ những mối quan hệ tình cảm ngắn ngủi kiểu qua đường và 1001 kinh nghiệm đau thương không bao giờ muốn nhớ đến của những cuộc tình một đêm ấy. Sự nhạt nhẽo, vô vị lặp đi lặp lại cộng hưởng vào cùng là một phần nguyên nhân đẩy nàng rơi vào tình trạng chán “yêu”. Ngược lại, những nàng đã ở trong một mối quan hệ tình cảm quá lâu mà không chịu làm mới chuyện yêu đương thì lại dính lời nguyền này theo kiểu khác. Khi ấy, sự nhàm chán cùng với hàng loạt những mâu thuẫn khác trong cuộc sống sẽ khiến nàng cảm thấy mệt mỏi và thậm chí là ghét cay ghét đắng người đàn ông của mình. Người ta vẫn bảo chẳng có gì nóng bỏng và khó quên hơn make-up sex (cuộc yêu làm hòa), nhưng tin tôi đi, sẽ có lúc bạn không còn hứng thú để mà cãi nhau chứ đừng nói đến gần gũi nhau.

Thêm một đối tượng nữa cũng rất dễ cảm thấy “bỗng một ngày cái “hứng” bỏ ta đi”, ấy là những nàng bị chia tay một cách bị động. Khi ấy, toàn bộ tình cảm, ham muốn của nàng đã dành hết cho người đã quay lưng đi thẳng kia rồi. Mất niềm tin, thất vọng, chán chường, nàng khép chặt mọi cánh cửa của trái tim và những vùng cơ thể khác. Không còn hứng thú, chẳng còn đam mê, nàng sống nhạt nhòa và mờ ảo như cái bóng của chính mình.

HOA TÀN, HOA NỞ

Phụ nữ giống như những bông hoa, khi e ấp, khi bung nở, có loài hoa tỏa hương, có loài hoa hữu sắc. Phụ nữ, cứ nhất định là phải đẹp, đáng thèm muốn và quyến rũ trước đã. Nhưng khác với những bông hoa, một khi héo tàn không thể nào tươi trở lại, phụ nữ hoàn toàn có khả năng hồi sinh từ những cánh hoa tàn úa và sống dậy thành những bông hoa tươi tắn và rạng rỡ nhất trong khu vườn của mùa Xuân.

Tất cả những gì nàng cần khi phải đối mặt với điều không ai mong muốn - mất cảm giác “yêu” tạm thời là cứ bình thản đón nhận nó, đối diện với nó. Có nhiều cách để vượt qua lời nguyền đáng sợ này. Với nàng này có thể là những bài tập yoga nhẹ nhàng thư thái để đầu óc, cơ thể được thư giãn, nghỉ ngơi; với nàng kia có thể là bày chiêu trò làm mới tình yêu với người đàn ông của mình (như tắm chung hay xem phim nóng cùng nhau chẳng hạn)... Chỉ cần nhớ rằng, nàng đừng bao giờ nên tạo áp lực cho mình. Cơ ham muốn không thể quay lại một sớm một chiều, nó cần một quá trình và sự tích lũy, cũng như nỗ lực của cả nàng và đối phương. Biết đâu một sớm kia thức dậy, điều đầu tiên nàng muốn thì thào vào tai chàng sẽ là “Mình yêu nhau đi anh”.

Vậy là thế giới lại hòa làm một.



GUY LAROCHE

Để chào mừng ngày Quốc tế Phụ nữ, Guy Laroche mang tới cho quý khách chương trình khuyến mại vô cùng hấp dẫn: Từ 2/3 - 9/3 giảm 10% cho hóa đơn dưới 7.000.000VNĐ, giảm 20% cho hóa đơn từ 7.000.000VNĐ. Với chất lượng da thật 100% được thuộc bằng công nghệ hiện đại và thiết kế thanh lịch, Guy Laroche chắc chắn là lựa chọn hấp dẫn dành cho phái đẹp. Hãy ghé thăm gian hàng Guy Laroche tại: TTMS Robins - Royal city - HN (04. 6686 2415), Lotte Department Store - 54, Liễu Giai, Hà Nội (04. 3267 6005) hoặc Diamond Plaza, HCM (08. 2212 2947) và TTMS Robins - Crescent Mall - HCM! Để biết thêm thông tin chi tiết, truy cập: <https://www.facebook.com/guylarochevietnam>



CARLO RINO

Hãy sẵn sàng cho các buổi dạo phố với BST túi được tô vẽ bởi những nét hình sống động. Không gian đêm tĩnh mịch bao trùm những tòa nhà mang phong cảnh cổ điển và thấp thoáng nét huyền bí. Trong không gian đó, bầu trời như nhảy múa với những chữ cái cách điệu Carlo Rino. Với những chi tiết kim loại vàng sáng nổi bật, dòng túi Sleek In The City là bộ đôi hoàn hảo với đầm đen. Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ theo số điện thoại: 0169.2415.399



LONGCHAMP

Như một món quà tới phái đẹp trong ngày Quốc tế Phụ nữ, thương hiệu Longchamp hân hạnh mang tới cho khách hàng chương trình khuyến mại hấp dẫn: Từ 1/3 - 14/3 tặng voucher mua hàng trị giá 1.000.000VNĐ cho hóa đơn từ 10.000.000VNĐ. Những chiếc túi xách thanh lịch mà sang trọng với chất lượng da tuyệt hảo mang trên mình lịch sử lâu đời cùng làn gió từ kinh đô thời trang thế giới chỉ có tại địa chỉ: Số 6 - Phan Chu Trinh - Hà Nội. (04. 3938 8432). Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: <http://prestigevietnam.com.vn>



MORGAN HANDBAGS

Nhân ngày Quốc tế Phụ nữ, Morgan Handbags dành tặng cho quý khách chương trình khuyến mại cực hấp dẫn, từ ngày 02/03/2015 - 09/03/2015, giảm giá 20% cho toàn bộ các sản phẩm Morgan Handbags. Chương trình áp dụng tại Morgan handbags: Tầng 2 Lotte Department Store - 54, Liễu Giai, Hà Nội (04. 3267 6005) và TTMS Robins - Crescent mall - HCM (08. 6685 5551). Hãy đến để trải nghiệm tận tay và lựa chọn sản phẩm yêu thích của bạn! Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: <https://www.facebook.com/pages/Morgan-de-Toi-Vietnam/>



LI-NING

"Một bộ đồ thật đẹp" mix cùng "một đôi giày thể thao cá tính" diện trong dịp Tết là điều mà bất kỳ một tín đồ thời trang nào cũng mong muốn. Hãy ghé qua các cửa hàng thời trang thể thao Li-ning để có được những trải nghiệm mua sắm tuyệt vời và đón nhận chương trình khuyến mại lớn nhất trong năm. Toàn bộ các sản phẩm quần áo, giày dép của hãng sẽ được giảm giá 30 – 50%++ từ ngày 23/1. Cơ hội khó có thể bỏ lỡ! Chi tiết xem tại Website: www.lining.com.vn/ Hoặc Facebook: www.facebook.com/LiningFashion



BONIA

Mùa này, lấy ý tưởng những chuyến du lịch dài, BST giày của BONIA tập trung vào các kiểu dáng đơn giản mang tính ứng dụng cao. Với phong cách sang trọng, giày tua trang trí cá tính sẽ tôn thêm vẻ duyên dáng khi diện cùng quần jeans denim hay váy. Sẵn sàng trải nghiệm nét sang trọng với đôi giày BONIA đầy tinh xảo. Giày cao gót đế vừa và bít mũi là lựa chọn hoàn hảo cho diện mạo tươi trẻ, năng động. Dây thắt da trang trí, đế giày êm ái khiến bạn như đang thư giãn trên chính sự kiểu cách của mình. Sản phẩm có bán tại các cửa hàng BONIA Union Square, Crescent Mall, Keangnam, Vincom Bà Triệu,...



PARADISE SUITES

Sau một năm đi vào hoạt động, Paradise Suites vinh dự nằm trong top 25 khách sạn tốt nhất Việt Nam theo bình chọn của khách du lịch trên trang TripAdvisor. Là khách sạn boutique đầu tiên và duy nhất trên vịnh Hạ Long được lấy cảm hứng từ vẻ đẹp thiên nhiên, Paradise Suites quyến rũ và tinh tế đến từng chi tiết nhưng vẫn thật đẳng cấp và thanh lịch. Đi vào hoạt động từ tháng 1 năm 2014, Paradise Suites đã làm hài lòng du khách với những dịch vụ và tiện nghi không thua kém gì những khách sạn đẳng cấp quốc tế. Chất lượng nghỉ dưỡng tối ưu cùng sự tỉ mỉ, tinh tế luôn đem lại cho quý khách sự hài lòng tuyệt đối. Được du khách đánh giá là "một khách sạn sang trọng và đẳng cấp, Paradise thực sự là thiên đường", Paradise Suites tự hào mang đến cho quý khách chất lượng dịch vụ hoàn hảo nhất.



TOPSHOP

Mở màn cho chiến dịch Xuân Hè 2015 toàn cầu, Topshop ra mắt BST Denim với sự góp mặt lần đầu tiên của chân dài Hailey Baldwin. BST Topshop Denim mang đến sự đa dạng trong chất liệu cũng như hình dáng của sản phẩm như sự đa dạng về các đường cắt, vết rách, độ mài mòn và viền nổi nhằm đón đầu xu hướng và mang đến thật nhiều kiểu dáng cho những người đam mê chất liệu này. Mùa Xuân Hè 2015, Topshop trình làng 9 phong cách khác nhau bao gồm những kiểu đã và đang rất được ưa chuộng như Leigh và Baxter. Đặc biệt, trong chiến dịch này, Topshop ra mắt ba phong cách mới: Binx, Girlfriend và Jamie Flare. Điều này thật sự là bước đi mới nhằm đem lại nhiều sự lựa chọn hơn cho các cô nàng cá tính.



FORTUNA HÀ NỘI

Một bữa tiệc kỉ niệm sẽ thay lời cảm ơn gửi tới các đồng nghiệp, các đối tác nữ, hay một món quà ý nghĩa dành tặng người phụ nữ bạn yêu thương. Hãy cùng Khách sạn Fortuna Hà Nội chúc mừng ngày Quốc Tế Phụ Nữ - 8/3/2015 với các chương trình ẩm thực ngọt ngào và hấp dẫn. Như một món quà đặc biệt từ trái tim, bếp trưởng Kenji của Nhà hàng Emperor sẽ chuẩn bị Thực đơn 6 món Hương Vị Tuyệt Hảo, là sự giao thoa hoàn hảo giữa ẩm thực và rượu mạch nha đơn. Thực đơn được giới thiệu tại Capital Lounge từ ngày 2 đến 8 tháng 3 với giá VND 1,600,000++/ người.



JW MARRIOTT HÀ NỘI

Tháng 1 vừa qua, Khách sạn JW Marriott Hanoi vinh dự đón nhận Giải thưởng Khách sạn Quốc tế (International Hotel Awards), với số điểm cao nhất tại cả hai hạng mục: Khách sạn tốt nhất Việt Nam (Best Hotel in Vietnam) và Khách sạn có dịch vụ Hội nghị, Hội thảo tốt nhất Việt Nam (Best Convention Hotel in Vietnam). Giải thưởng được sáng lập vào năm 1995 bởi Tổ chức Truyền thông Bất động sản Quốc tế (International Property Media Ltd). Ngoài ra, trong năm 2014 -2015 khách sạn JW Marriott Hanoi còn lần thứ hai liên tiếp có tên trong danh sách Best of the Best – Khách sạn Tốt Nhất năm 2014 của tạp chí uy tín Robb Report Việt Nam, đồng thời nhận giải Traveler's Choice Awards của TripAdvisor.com và giải Excellence for Guest Reviews do Khách hàng đánh giá đến từ Booking.com.



SOFITEL LEGEND METROPOLE HÀ NỘI

Nếu bạn đang băn khoăn về một nơi thật lãng mạn cho bữa tiệc ngày 8-3, hãy đến Sofitel Legend Metropole Hà Nội. Thực đơn đặc biệt dành cho phái đẹp ở nhà hàng Spices Garden – Vườn Hương Vị, tọa lạc trong khuôn viên vườn yên tĩnh rất thích hợp cho bữa tiệc mừng ngày Quốc tế phụ nữ. Còn nhà hàng Pháp Le Beaulieu với không gian sang trọng và lãng mạn, là nơi lý tưởng để thưởng thức bữa tối cùng người phụ nữ của cuộc đời bạn. Các đầu bếp tài năng của Metropole hân hạnh phục vụ một thực đơn thật ngọt ngào, hấp dẫn. Bạn cũng có thể mừng ngày lễ này tại gia với những món quà đầy ý nghĩa mua tại cửa hàng L'Épicerie du Metropole.



PULLMAN HÀ NỘI

Bạn từ phương Nam và muốn đón một cái Tết se se lạnh trong tiết xuân với sắc hoa đào đỏ thắm? Pullman Hanoi sẽ dành tặng cho bạn và người thân yêu một món quà "Tết ở Hà Nội", bao gồm: Một đêm nghỉ tại phòng Standard, nâng hạng phòng tùy vào tình trạng sẵn có; Bữa sáng dành cho Hai người; Bữa trưa hoặc bữa tối tự chọn tại nhà hàng La Cheminée*; Sử dụng phòng tập Fit Lounge miễn phí, Wi-Fi và các loại nước uống miễn phí trong minibar. Giá trọn gói: 2.300.000 VND (Giá đã bao gồm 10% thuế GTGT và 5% phí dịch vụ). Đặt ngay từ bây giờ cho thời gian nghỉ từ 14/2 – 22/2/2015. Số điện thoại: 04 3733 0688 ext 44020.



MOVENPICK HÀ NỘI

Cùng gia đình, người thân và bạn bè thưởng thức thực đơn đặc biệt "Tết Sum Vầy" chào đón Tết Ất Mùi gồm các món ăn truyền thống tại khách sạn Mövenpick Hà Nội. Các món ngon đặc biệt như Súp hải sản với gừng, ớt và nấm hương thái sợi, Tôm sú hầm cốt chiên, Gà cuộn hấp gừng sả và nhiều món ngon khác sẽ là lựa chọn tuyệt hảo để quý khách có thể tận hưởng bên gia đình nhân dịp đầu năm mới. Thực đơn Tết được phục vụ từ ngày 16/2 đến ngày 27/2 với giá 420,000 ++/người. Để biết thêm chi tiết vui lòng liên hệ nhà hàng Mangosteen tại số điện thoại +84 4 3822 2800 máy lẻ 6201 hoặc email ngoc.nguyen@moevenpick.com.

ĐỊA CHỈ MUA SẮM

Atelier (Dior,Versace,Tag Heuer)

- Số 9 Tràng Tiền, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

Axara

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

Balenciaga

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

Bally

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

Banana Republic

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

Bang & Olufsen

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

BCBG Max Azria

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

Bebe

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

Bốn Mùa Boutique

- 30 Hàng Cân, Hà Nội
- Vincom Center B

Burberry

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

Bvlgari

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

Parkson Plaza

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

Cartier

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

Chanel

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

Chloé

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

Chopard

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

Clé De Peau Beauté

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

Clinique

- 28 Lê Thái Tổ, Hà Nội

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

Diesel

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

Crescent Mall

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

Dilusso

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

Dior

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

DKNY

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

Vincom Center A

- ♦ 171 Đồng Khởi, Q1, Tp.HCM

Elizabeth Arden

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

Estée Lauder

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

FCUK

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

Givenchy

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

Gucci

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

Guess

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

Hermès

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

Hugo Boss

- ♦ 60 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Jimmy Choo

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

Just Cavalli

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

Kenzo

- ♦ 32 Hàng Bài, Hà Nội

Korloff

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

L'Occitane

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

New World Hotel

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

L'Oréal

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

Lacoste

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

Lancôme

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

Lee Shop

- ♦ 41 Nguyễn Trãi, Q.1
- ♦ Parkson Hùng Vương (tầng 2) – 126 Hùng Vương, Q.5
- ♦ Parkson Flemington (tầng 2) – 184 Lê Đại Hành, Q.11
- ♦ Nowzone (tầng 1) – 235 Nguyễn Văn Cừ, Q.1
- ♦ Vincom (tầng B1) – 72 Lê Thánh Tôn, 47 Lý Tự Trọng, Q.1

Louis Vuitton

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

Luala

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

Mango

- ♦ Vincom Center 114 Mai Hắc Đế, Hà Nội
- ♦ 33A-35A Lý Thường Kiệt, Hà Nội
- ♦ Parkson Viet Tower 198B Tây Sơn, Hà Nội
- ♦ 40-42 Nguyễn Trãi, Q.1, Tp.HCM
- ♦ Saigon Centre, Q.1, Tp.HCM
- ♦ 96 Mạc Thị Bưởi, Q.1, Tp.HCM

Marc Jacobs

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

Milano

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

Minelli

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

Mobiado

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

Montblanc

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

Morgan

- ♦ Vincom Galleries 191 Bà Triệu, Hà Nội

Moschino

- ♦ 3 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Naf Naf

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

Nautica

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

Nine West

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

Omega

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

Paris & France

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

Pedro

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

Ralph Lauren

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

Runway

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

Salvatore Ferragamo

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

Sergio Rossi

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

The Body Shop

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

Tissot

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

Tommy Hilfiger

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

Crescent Mall

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

Topshop/Topman

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

Valentino

- ♦ 59 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Van Laack

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

Versace

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

Vertu

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

Vichy

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





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 TRỊNH

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
BOI LẶN 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 (38328991) • **Vincom Center** 216 Võ Văn Ngân, Q.TĐ (37223433) **Hà Nội** • **Lotte Center**, 54 Liễu Giai, Q.BĐ (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 (38328991)

T **+** *18 Carat Gold*



TISSOT VINTAGE POWERMATIC 80. AUTOMATIC MOVEMENT
WITH UP TO 80 HOURS OF POWER RESERVE, **18K ROSE
GOLD** CASE AND SCRATCH-RESISTANT SAPPHIRE CRYSTAL.
INNOVATORS BY TRADITION.

TISSOT.CH

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

TOPTEN | Hà Nội: Phố Phạm Ngọc Thạch - 91 Thạch Thị Thanh, Q.1, TP.HCM - Tel: (84-8) 3820 3204 - Fax: (84-8) 3820 3959 - Email: contact@bplenco.com.vn - Website: www.bplenco.com.vn
BOUTIQUE: Sun Wah Tower 115 NGUYỄN HUE, Q.1, TP.HCM (3821 9279) | Bg C Thăng Long 222 TRẦN DUY HƯNG, Q.CG, HÀ NỘI (27 832301) | SERVICE CENTER: Sun Wah Tower 115 NGUYỄN HUE, Q.1, TP.HCM (3821 9279)

SAIGON: Saigon Center 65 Lê Lợi, Q.1 (38213221) | Vincom Center 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1 (39939099) | Vincom Center 216 Võ Văn Ngân, Q.TB (27 223432) | Union Square 116 Nguyễn Huệ, Q.1 (38257739) | Diamond Plaza 24 Lê Duẩn, Q.1 (38227884) | Parkson Saigon Tourist 25-45 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38277578) | Parkson CT Plaza 60A Trương Sơn, Q.TB (62971839) | Maxmark 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (38228991) | Maxmark 15-17 Cộng Hòa, Q.TB (39482327) | Tân Tân 48 Lê Lợi, Q.1 (38213778) | Minh Thẳng 728 Lê Lợi, Q.1 (38220465) | Tfc Tac 72 Đồng Khởi, Q.1 (38293392) | TDC 293 Điện Biên Phủ, Q.3 (39290685) | Minh An 867 Nguyễn Trãi, Q.5 (38554549) | PNU 174 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38247311) | PNU 5-7 An Dương Vương, Q.5 (38302399) | PNU 159 Phan Đăng Lưu, Q.Ph1 (39900489) | PNU 52 Nguyễn Văn Trỗi, Q.Ph1 (38441212) | PNU 362A Nguyễn Văn Nghi, Q.GV (38954597) | **HÀ NỘI**: Vincom Megamall Times City 458 Minh Khai, Q.HBT (32001400) | Vincom Megamall Royal City 72A Nguyễn Trãi, Q.TX (62620560) | Duy Anh Watch 7 Hàng Khay, Q.HK (66566660) | Vincom Center 191 Ba Triệu, Q.HBT (22200268) | Savico Megamall 7-9 Nguyễn Văn Linh, Q.LB (62550099) | Lotte Center, 54 Liễu Giai, Q.BĐ (32676555) | Lotte Mart, 229 Tây Sơn, Q.BĐ (38539966) | Duy Anh Watch 200A Phố Huế, Q.HBT (2248236) | New Watch 37 Hàng Khay, Q.HK (39344865) | **VINH**: Bg C Vĩnh 2 Quang Trung (3596226) | **ĐÀ NẴNG**: Bg C Vĩnh Trung Plaza 225-227 Hùng Vương (3666066) | Indochina Riverside Mall 74 Bạch Đằng (3843818) | PNU 128 Hùng Vương (3812618) | **QUY NHƠN**: PNU 324 Trần Hưng Đạo (3812590) | **HA TRĂNG**: **NHA TRANG** Center 20 Trần Phú (6516666) | **VŨNG TÁU**: Đại Hùng 228 Bạc Liêu, P2 (3530085) | **BIÊN HOÀ**: PNU 482 Phạm Văn Thuận (3811818)