

STYLE

PHONG CÁCH CỦA BẠN

2015
Blush + Liner

CÙNG STYLE
ĐẾN PARIS
FASHION WEEK!

SUMMER KEYWORDS

MESH
PATCHWORK
FRINGE
POP ART



SUMMER HAIRSTYLES

TỰ NHIÊN
UPDO
5/5
NGÂY THƠ

IT GIRL

Việt Nam là ai?

FEATURES

HÀ ANH

"HỌ GHÉT TÔI VÌ TÔI ĐẸP!"

ĐÃ BAO LÂU

EM CHƯA TOẢ SÁNG?

GREEN WITH
Envy
Bạn Có Dám Ghen?



NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

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

PHIÊN BẢN MỚI
FIESTA TREND SEDAN AT

Nạp đầy hứng khởi

Với gói bảo dưỡng 2 năm miễn phí*



Hệ thống
phanh ABS



Hệ thống
hỗ trợ khởi hành ngang dốc



Hệ thống
cân bằng điện tử

Giá đặc biệt: **566** triệu
đồng

Trải nghiệm ngay cảm giác phấn khích trên chiếc **Ford Fiesta Trend Sedan AT** mới. Công nghệ an toàn hàng đầu cho bạn tự tin trên mọi cung đường. Bạn sẽ sớm nhận ra niềm vui sau vô-lăng mới chỉ là điểm khởi đầu.

Hãy lái thử và “Nạp đầy hứng khởi” ngay hôm nay tại các Đại lý Ford trên toàn quốc.



Go Further

ford.com.vn

*Gói bảo dưỡng định kì trọn gói 2 năm hoặc trong 40 000 KM. Chỉ dành cho 100 khách hàng mua xe đầu tiên. Chương trình có thể thay đổi không cần báo trước và không muộn hơn 30.06.2015

• **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 Thù Nhậm, 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. Hạ Long. Tel: 033.3628699
• **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh. Tel: 038.3515292
• **DANANG FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555
• **DANANG FORD BINHDINH:** 73 Tây Sơn, Quý Nhôn, 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:** Số 216-218, Quốc lộ 13, Phường Hiệp Bình Chánh, Q.Thủ Đức, TP. HCM. Tel: 08.37262626
• **PHUMY FORD:** Lô B1, Đường C2, KCN Cát Lái 2, Quận 2, TP. HCM. Tel: 08.37425454
• **SAIGON FORD:** 61A Cao Thắng, Quận 3, TP. HCM. Tel: 08.38181458
• **SAIGON FORD PHOQUANG:** 104 Phó Quang, Tân Bình, TP. HCM. Tel: 08.38442947
• **SAIGON FORD TRAN HUNG DAO:** 6A, Trần Hưng Đạo, Phường Phạm Ngũ Lão, Quận 1, TP. HCM. Tel: 08.39153244
• **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP. HCM. Tel: 08.38776732
• **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa. Tel: 061.3857130
• **CANTHO FORD:** Lô 11C - Võ Nguyên Giáp, Cái Răng, TP. Cần Thơ. Tel: 0710.3730720
• **BINH DUONG FORD:** Lô C13, Nguyễn Huệ, Khu Liên Hợp, TP. Thủ Dầu Một. Tel: 0650.3801381

☎ ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888



VERSACE JEANS



“cuộc sống là nét đẹp năng động”



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

hcmc • union square • new world hotel • hanoi • vincom royal city • pacific place • ba trieu

*cuộc sống là nét đẹp năng động



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

hcmc • union square • new world hotel • hanoi • vincom royal city • pacific place • ba trieu

*cuộc sống là nét đẹp năng động



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

hcmc • union square • new world hotel • hanoi • vincom royal city • pacific place • ba trieu

*cuộc sống là nét đẹp năng động



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

hcmc • union square • new world hotel • hanoi • vincom royal city • pacific place • ba trieu

GREEN WITH *Envy*



CONCEPT & CREATIVE: **SAMUEL HOÀNG**
 PHOTOGRAPHER: **SAMUEL HOÀNG**
 MAKEUP: **ANDY PHAN**
 HAIR: **BARNES**
 MODEL: **HÀ ANH**
 STYLIST: **HUYỀN COCO**
 FASHION: **HERMÈS, LA PERLA, MOSCHINO, VALENTINO, ROBERTO CAVALLI**

Nếu mở một buổi nghị bàn về những tính xấu của phụ nữ, có lẽ GHEN sẽ trở thành một đề tài nói mãi cũng chưa thể ngừng lại. Phụ nữ ghen khi yêu là lẽ thường tình, nghe mãi rồi. Nhưng phụ nữ còn đố kị lẫn nhau nữa đôi khi chỉ vì "xinh hơn một tí" hay "có chồng chiều hơn chồng mình vài tẹo". Có hàng tỉ lí do để thấy bất mãn với chính mình khi vô tình hay cố ý đem so sánh với một trường hợp lung linh lấp lánh nào đó. Rồi từ đó kéo theo sự bất mãn với cả đối tượng bị đem ra so sánh. Thế nên, trong tiềm thức của nhiều người, SỰ GHEN TÌ đã trở thành một cảm xúc tiêu cực và xấu xa.

Tuy nhiên, Style lại không hoàn toàn nghĩ như vậy. GHEN là một cảm xúc cơ bản của con người. Mà đã là cảm xúc thì không có hoàn toàn đúng hay hoàn toàn sai. Nó luôn đến vô cùng thuần túy tự nhiên và cách mà chúng ta đối diện xử lý mới quyết định biến nó thành hệ quả gì tiếp theo sau đó. Chính vì lí do đó mà ấn phẩm này của Style muốn mang đến một góc nhìn khác, cởi mở hơn, tích cực hơn. Chúng tôi giới thiệu những sản phẩm đáng mơ ước, kể chuyện về những nhân vật đáng khát khao không phải để bạn "tức giận" hay "tự ghét mình" mà giúp SỰ GHEN TÌ một lần được thanh minh. Rằng nó chỉ đang giúp bạn nhìn nhận lại bản thân đúng mực, đánh động ước mơ và khao khát bên trong. Rồi từ đó bạn có thêm sức mạnh nghị lực để đứng thẳng lên, làm tốt hành trình riêng một cách xứng đáng.

Vẫn luôn luôn đồng hành cùng bạn, Style khuyến khích bạn trân trọng và đừng chối bỏ mọi xúc cảm cá nhân, cho dù là nhỏ nhất. Bởi không có gì là đáng xấu hổ hay tự ti khi chúng ta luôn luôn có cơ hội để biến những gì tiêu cực trở nên tích cực bằng cách thay đổi cách nhìn nhận về nó. Vì thế, hãy ghen tị một cách thông minh và tự trọng để toả sáng hơn mỗi ngày theo một cách riêng!

Style Team

ESCADA

STYLE

NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

HÀ NỘI: 64 Bà Triệu - Hoàn Kiếm - ĐT: (84.04) 39434044 – 62631704

FAX: 04.39436024. Website: nxbthanhvien.vn

EMAIL: info@nxbthanhvien.vn

TP. HỒ CHÍ MINH: 27B Nguyễn Đình Chiểu, phường Đa Kao, Quận 1 - ĐT: (08) 39305243

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN

PHÓ GIÁM ĐỐC PHỤ TRÁCH: NHÀ VĂN NGUYỄN TRƯỜNG

BIÊN TẬP : ĐOÀN PHAN THẮNG

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 YÊN

yen.phan@chaubachmedia.com

THAM GIA BIÊN SOẠN

FASHION: HOÀNG MINH CHÂU

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: Apps Store / Viet Bookstore / Style www.3nana.vn

Nhà xuất bản THANH NIÊN

SỐ XÁC NHẬN ĐĂNG KÝ XUẤT BẢN: 937- 2015 / CXBIPH / 08 - 57 / TN, THEO QĐ SỐ 95 / NXBTN

KHỔ: 21x28.5cm

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

In xong nộp lưu chiểu tháng 4 năm 2015

ISBN: 978-604-85-0322-2

GIÁ: 39.500 VNĐ



BRUNELLO CUCINELLI

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



Street style tại Tuần lễ thời trang Paris Thu Đông 2015

I INSPIRATION

- 28.** SPRING/SUMMER 2015
- 44.** COLLECT
- 46.** NHỮNG CUỘC CHIA TAY ĐỊNH MỆNH
- 52.** STYLE AROUND



Marco De Vincenzo

B BEAUTY

- 94.** NHỮNG CÔNG THỨC THẨM HỌA
- 96.** SAY TRONG LÀN KHÓI
- 100.** LÀN DA ÁNH SÁNG
- 103.** YÊU TỪ CÁI NHÌN ĐẦU TIÊN



Dolce & Gabbana

H HI TECH

- 114.** 5 COOL GADGETS
- 116.** SMARTPHONE: MUA GÌ THÁNG NÀY?
- 118.** NHỮNG GIẤC MƠ BỐN BÁNH



Bugatti Type 57SC Atlantic



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



Street style tại Tuần lễ thời trang Paris Thu Đông 2015

E EXPERIENCES

108. NHỮNG XỨ ĐẢO THẦN TIÊN

124. KHÔNG GIAN CỦA JULIET

130. LUXURY DINNER



Bali

F FEATURES

142. HÀ ANH:

"HỌ GHÉT TÔI VÌ TÔI KHÁC HỌ!"

156. HELLY TỐNG: IT GIRL 2.0



Helly Tống

S STYLE TALKS

148. KHI CÁC SAO "GHÉT NHAU RA MẶT"

152. ĐIỆN ẢNH & VĂN HỌC: NHỮNG CÁI "BẮT TAY" KINH ĐIỂN



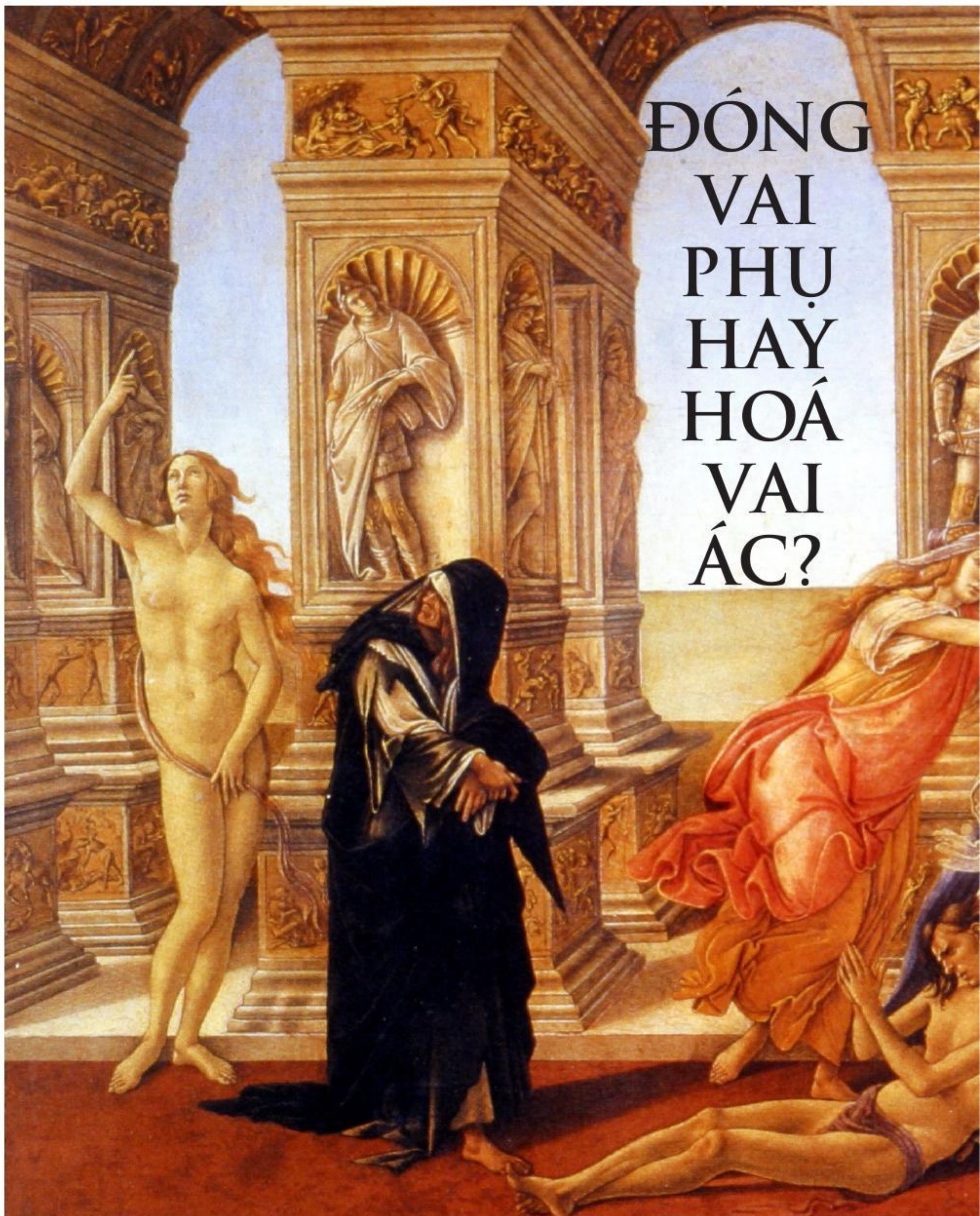
Madonna vs. Elton John

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

KENZO



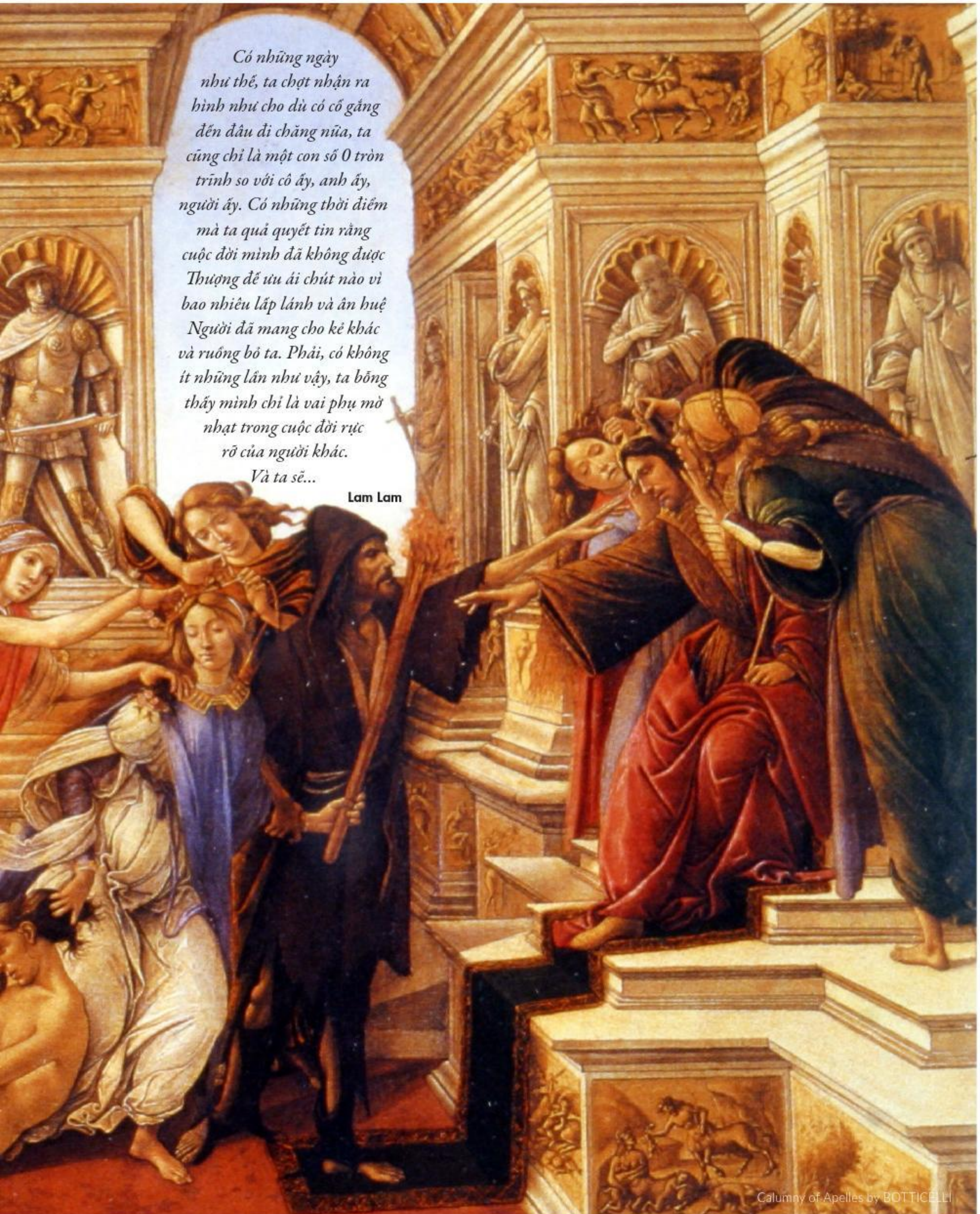
ĐÓNG VAI PHỤ HAY HOÁ VAI ÁC?



Có những ngày
như thế, ta chợt nhận ra
hình như cho dù có cố gắng
đến đâu đi chẳng nữa, ta
cũng chỉ là một con số 0 tròn
trĩnh so với cô ấy, anh ấy,
người ấy. Có những thời điểm
mà ta quả quyết tin rằng
cuộc đời mình đã không được
Thượng đế ưu ái chút nào vì
bao nhiêu lấp lánh và ân huệ
Người đã mang cho kẻ khác
và ruồng bỏ ta. Phải, có không
ít những lần như vậy, ta bỗng
thấy mình chỉ là vai phụ mờ
nhạt trong cuộc đời rực
rỡ của người khác.

Và ta sẽ...

Lam Lam



Calumny of Apelles by BOTTICELLI



Chắc hẳn những ai đã xem tác phẩm nổi tiếng Othello của William Shakespeare đều không quên cụm từ “*green-eyed monster*” kinh điển, một phép ẩn dụ về sự ghen tuông, lòng đố kỵ tột cùng đến mức hoá thành những con quỷ mắt xanh giận dữ. Chữ ghen ngấm ngấm hay bốc hoả vốn dĩ không chỉ đơn thuần xuất hiện giữa những người yêu nhau mà có thể xuất hiện với bất cứ ai, vào bất cứ thời khắc nào, không phân biệt giới tính, độ tuổi, sắc tộc. Là cô bạn đồng nghiệp bỗng dưng lấy được anh chồng đẹp trai, có học vấn, thu nhập cao, lái xe xịn, chiều chuộng cung phụng đủ điều; Là “*đứa em*” tự nhiên tuyên bố có người yêu và đưa đến ra mắt đúng cô gái bấy lâu theo đuổi mà không suy chuyển; Là “*thằng bạn học*” ngày xưa toàn đứng cuối bảng mà giờ gặp lại đã thành giám đốc tỉ phú địa ốc đếm không xuể... Tất cả những ví dụ đó đều có thể nhóm lên trong lòng ta ngọn lửa rầm rứt không yên. Ghen, nó tự nhiên đến, đôi khi tự nhiên đi nhưng phần lớn là ở lại tương đối dai dẳng trong lòng, đẩy lên những suy nghĩ cùng cảm xúc tiêu cực khác trước khi chủ thể có thể bình tâm điều phối lại trạng thái của bản thân. Chính vì vậy mà ghen thường đi kèm với bất mãn, với phủ nhận, định kiến. Ghen vô hình đẩy cùng nó sự tự ti, tâm lý thua

kém mặc cảm (mà không dám thừa nhận). Và để cứu mình, đa số sẽ tìm cách đìm đối tượng xuống hòng vớt vát cái tôi đang tổn thương, xuống dốc.

Do đó, sự ghen tuông dù là trong tôn giáo, lễ nghĩa nào cũng thường được xem là một kiểu tội cần loại bỏ và đáng lên án. Nó khiến con người “hèn kém” đi, nhỏ nhen đi trong tâm trí và thậm chí độc ác, nhẫn tâm trong lời nói hay hành động. Trong sách Sáng Thế Kỳ, câu chuyện về anh em Cain và Abel là một minh chứng điển hình nhất rằng sự đố kỵ là nguồn cơn của hàng hà xấu xa. Cain vì tức giận việc Thượng đế chỉ nhận lễ vật từ Abel mà sát hại chính em trai mình và sau đó bị nguyên rủa vĩnh viễn. Ở thời hiện đại, cụm từ GATO (Ghen ăn tức ở) được sử dụng đại chúng như một cách diễn đạt dễ hiểu nhất về thứ cảm xúc tiêu cực này. Vì GATO nên không công nhận thành công, sắc đẹp, phẩm chất của người khác. Vì GATO nên cứ hay nói xấu sau lưng đặt điều hay tìm cách hãm hại rồi hả hê khi người ta gặp chuyện không may mắn bất hạnh. Thế nên, chẳng mấy ai dám thừa nhận là mình ghen hết cả. Tình yêu cũng không. Mà cuộc đời cũng không. Tuy nhiên, có phải lúc nào mọi việc cũng đáng sợ đến thế?



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE


SUCCESS IS A MATTER OF STYLE



KHI VAI PHỤ HOÁ CHÍNH

Nào hãy thử soi gương và một lần thành thật rằng bạn đã từng ghen tị với ít nhất một ai đó rồi không? Tôi dám cá là có. Chắc chắn có. Đó có thể là lúc bé với cô bạn nhà hàng xóm với chiếc váy mới; là tuổi 18, mái tóc xù xì không suôn mượt như bạn Linh bạn Phương ngồi bàn kế bên; là thời sinh viên đi làm quán quật mà vẫn không đủ tiền mua chiếc túi mới trong khi đám đồng trang thì tuần nào cũng tậu thêm son giày; là sao *"con kia xấu tính thế mà thay hết anh người yêu này đến người yêu khác trong khi mình cứ mãi ăn cơm uống cà phê xem phim một mình?"*... Những chuyện bé nhỏ, những chi tiết vụn vặt đời thường nhưng đôi khi đủ sức khiến ta buồn và thậm chí thất vọng về chính bản thân và cảnh ngộ của chính mình. Nhưng nó không phải lúc nào cũng lôi ta xuống dốc hay hoá ta thành một kẻ ác độc ác mồm và nhẵn tâm.

Tôi từng có quen một đôi bạn. Hai cô ở gần nhà, đi học cùng nhau và đều giỏi giang xinh đẹp. Nhưng từ bé đã luôn thể hiện thái độ "đối thủ" và không nhân nhượng. Tuy nhiên, hai cô lại hoàn toàn không phải là câu chuyện về phụ nữ kèn cựa hay *"con gà tức nhau tiếng gáy"* mà ngược lại họ công khai tranh đấu, thẳng thắn thừa nhận những lần thất bại và công nhận sự thành công của nhau. Hai cô là đôi bạn thân cho đến tận bây giờ, vui buồn tâm sự, thành công chia sẻ, khó khăn đỡ đần. Tổ ấm của họ, sự nghiệp của họ đủ đầy không hoàn toàn như nhau cơ mà họ đều kể với tôi rằng bí quyết là từ bé đã nhìn nhau để cố gắng, để không chịu đầu hàng.

Sự ghen tị ở phụ nữ, hay cả đàn ông nữa, tôi tin nó rất cuộc cũng là chỉ là một liều cảm xúc đẩy thử thách. Nó như chút vị cay, chút vị đắng rơi rắc để nhắc nhở chúng ta về vị trí của mình, về ước vọng và mong mỏi thực sự trong bản thân. Rồi từ đó ta đi tìm liều thuốc chữa trị hợp lý cho những điều tiêu cực đang xảy ra với chính mình. Có người sẽ bi lụy, có người sẽ để cho sự độc ác lên ngôi nhưng có người lại coi đó là nguồn động lực để xốc lại tinh thần, đứng lên cố gắng hơn nữa. Và khi đó, chẳng phải ghen tị thực sự là một khởi nguồn đáng giá hay sao? Xúc cảm của con người vốn dĩ không có đúng sai hay trắng đen rõ ràng. Tôi nghĩ thế. Sự ghen tị hay chút đố kỵ cũng vậy. Nó đều chỉ là điểm bắt đầu và hoàn toàn vô tội. Cách ta đối diện và chấp nhận nó mới đúng là thứ khiến ta trở nên tốt đẹp hơn hay xấu xa đi. Trong tình yêu, ghen thấp lại lửa tình lấp lánh. Trong cuộc sống, ghen giúp ta thôi kiêu ngạo, bớt hợm hĩnh, ảo tưởng, bước ra khỏi trạng thái tự thoả mãn để vươn lên. Có thể là chứng minh cho xã hội, hay một ai đó thấy giá trị của ta cũng được. Điều quan trọng nhất là chính bản thân ta sau khi vượt qua chướng ngại về cảm xúc rồi sẽ đạt được điều ta vẫn hằng mong muốn.

Bạn thấy đấy, rốt cuộc đóng vai chính trong cuộc đời của chính mình được hay không, quyền quyết định vẫn luôn nằm ở trong tay chúng ta hết cả. Vậy nên, đôi khi ai cũng cần một chút ghen tị để biến cuộc sống trở nên muôn màu một cách đầy tích cực. Và biết đâu khi ấy, ta lại trở thành đối được *"bị ghen tị"* thì sao nhỉ?



Giải pháp hiệu quả nhất

Điều trị chống rụng - Kích thích mọc tóc

Bộ sản phẩm trị rụng với liệu trình điều trị chuyên nghiệp tại các Salon chuyên nghiệp kết hợp với liệu trình chăm sóc ban đêm tại nhà có thành phần là Capixyl, tế bào gốc thực vật Phytostaminals và tinh dầu Argan.

Nguyên tắc điều trị để có hiệu quả tốt:

CapixylTM: hoạt chất ngăn cản việc rụng tóc và có thể kéo dài thời gian tăng trưởng của tóc

Buddleja davidii Stems CellsTM: Kích thích hoạt động, phục hồi sự sống trong các nang tóc

Tinh dầu Argan hữu cơ: Tác động làm tăng độ dài, độ suôn mượt, nuôi dưỡng và vẻ đẹp cho tóc.

Liệu trình bao gồm 04 sản phẩm:

1. Dầu gội tẩy tế bào chết, chống rụng 500ml

(được sử dụng tại salon)

- Dùng để gội đầu, tẩy tế bào chết
- Tinh dầu argan tác động trực tiếp vào da đầu tăng khả năng lưu thông và phục hồi nang lông
- Chữa trị vùng da bị trầy xước và làm sạch da đầu

2. Huyết thanh trị rụng (dùng tại salon)

- Nhỏ vào phần chân tóc và da đầu cần chữa trị rụng tóc sau khi gội đầu
- Chỉ cần dùng trong lần đầu tiên trước khi sử dụng bộ chăm sóc chống rụng tại nhà

3. Dầu gội trị rụng 200ml (dùng tại nhà)

- Sử dụng để gội đầu chăm sóc tại nhà

4. Xịt dưỡng đặc trị rụng 07 ngày

- Xịt vào da đầu và chân tóc cần chữa trị rụng tóc trước khi đi ngủ

5. Xịt dưỡng đặc trị rụng 30 ngày

- Xịt vào da đầu và chân tóc cần chữa trị rụng tóc trước khi đi ngủ

Liệu trình là sự kết hợp hoàn hảo giữa quy trình đặc trị tại Salon với quy trình chăm sóc tại nhà với thành phần CapixylTM, Phytostaminals và tinh dầu Argan góp phần ngăn ngừa rụng tóc trong vòng 7 ngày, tiếp tục làm khỏe nang lông, tăng cường lưu thông tế bào màu và kích thích khả năng mọc tóc trở lại

LIỆU TRÌNH TẠI SALON

trong salon với CapixylTM 5%

LIỆU TRÌNH TẠI NHÀ

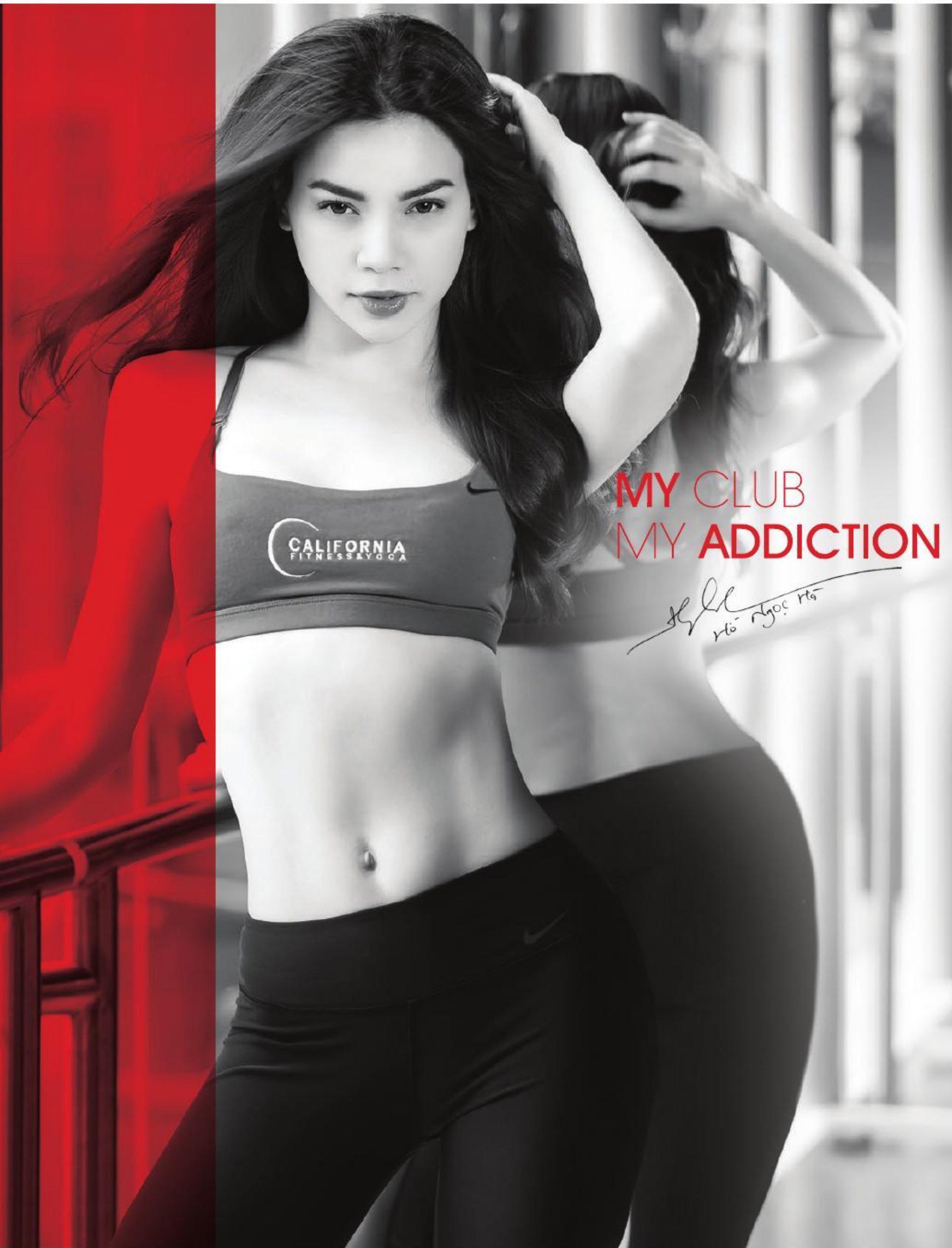
với CapixylTM , Phytostaminal , Argan



PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



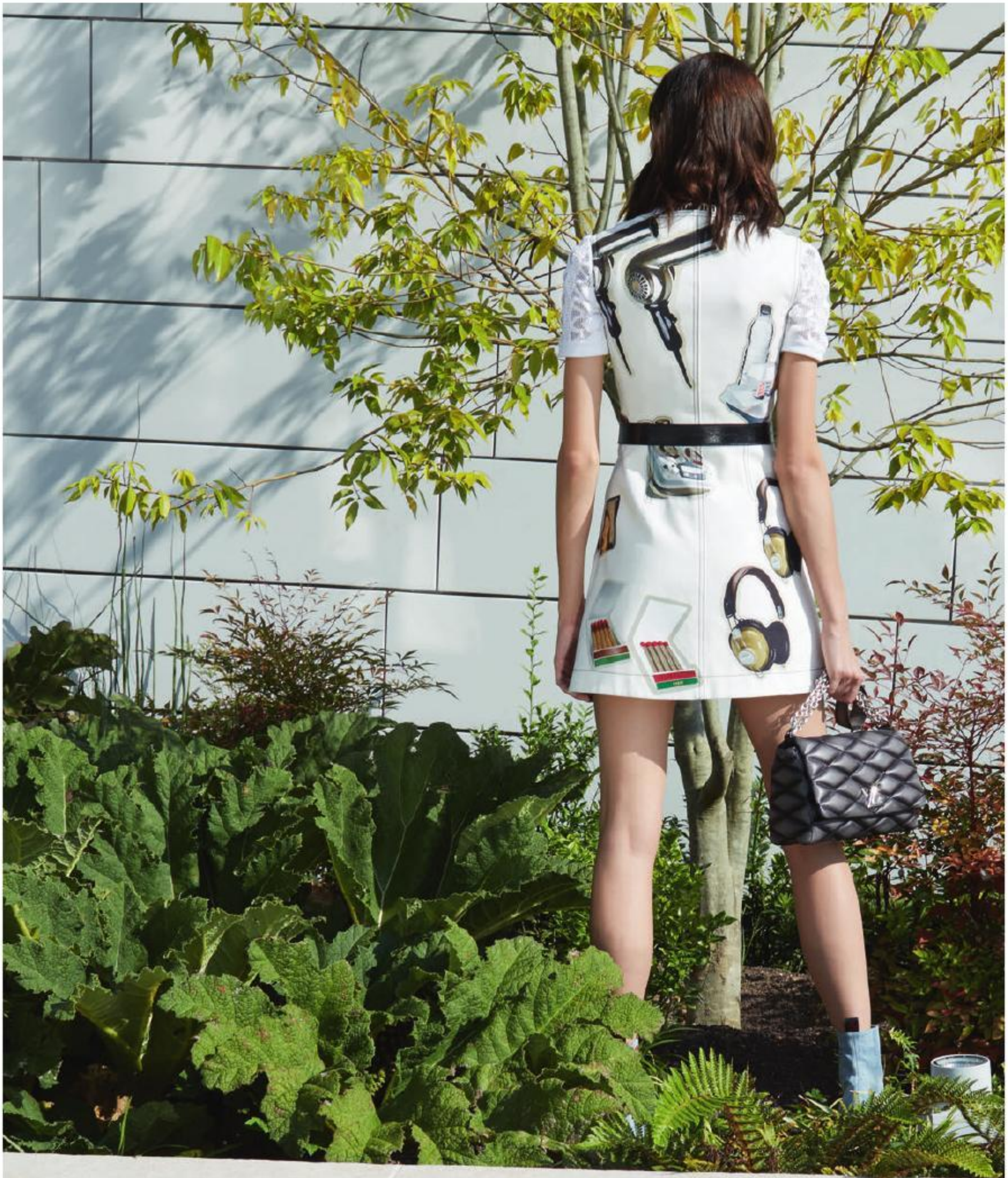
CALIFORNIA
FITNESS & YOGA

MY CLUB
MY ADDICTION

Thị Ngọc Hà

BE STYLE, BE YOU

FASHION STORY - INSPIRATION - EDITOR'S PICKS - COLLECT - NEW FLASH - PICKED FOR HIM



Bộ ảnh lần đầu được thực hiện trong khuôn viên Louis Vuitton Fondation
LOUIS VUITTON, SPRING SUMMER 2015

28

SPRING/SUMMER 2015



Novis

46

NHỮNG CUỘC CHIA TAY
ĐỊNH MỆNH



Nhà thiết kế
Alber Elbaz

Nhà thiết kế Tom Ford

Nhà thiết kế
Nicolas
Ghesquière

Nhà thiết kế
Yves Saint
Laurent

Nhà thiết kế
Jil Sander

“*Hãy luôn mặc
đẹp như thể bạn sắp
đối diện với đối thủ
của mình.*”

STYLE

www.facebook.com/stylemagazine

Liên hệ quảng cáo: 04.3773.8005

96

SAY TRONG LÀN KHÓI



Knize Ten

Chanel Cuir de Russie

Estée Lauder Sensuous

Bvlgari- Black

100

LÀN DA ÁNH SÁNG



Phấn nền da chức năng Sulwhasoo
PERFECTING CUSHION cho lớp
nền đẹp tự nhiên mềm mịn.
Giá: 1.200.000 VND

MESH MATCHING



Có thể nói, hầu hết các chất liệu được dùng để thiết kế các trang phục lưới được lấy cảm hứng từ sportswear (đồ thể thao). Đây là một xu hướng mà chúng ta thường ít thấy ở các mùa trước. Chính vì thế, bạn đừng ngần ngại vận dụng nó vào mùa này để tạo cho mình một phong cách khác biệt. Mesh – tùy theo kích cỡ và hình dáng lỗ lưới kết hợp với kiểu dáng trang phục, có thể mang đến cho người mặc những sắc thái khác nhau. Khi thì thể thao (sporty) và năng động (như trong thiết kế của Alexander Wang, Opening Ceremony), lúc lại gợi cảm sexy pha chút bí ẩn (trong Versace, Calvin Klein, Alexis Mabille, DKNY), hoặc cá tính mới mẻ (như Altuzarra, Balenciaga, Balmain, Proenza Schouler). Không chỉ phổ biến với màu đen, các thiết kế lưới năm nay còn có mặt trong các phiên bản màu sắc khác. Nếu như vẻ quyến rũ của ren nằm ở sự cổ điển thanh lịch, dịu dàng và mềm mại thì nét hấp dẫn của lưới nằm ở sự táo bạo hiện đại, khỏe khoắn và mạnh mẽ, vô cùng thích hợp với những cô nàng fashion-forward và edgy!



PATCHWORK PERFECT

Patchwork (Đắp vá)

là phương pháp may, khâu, nối, đắp, ráp nhiều miếng vải nhỏ (có thể không cùng chất liệu, không cùng họa tiết hoặc không cùng màu sắc) với nhau để tạo nên một tổng thể lớn hoàn chỉnh của trang phục. Phương pháp này ra đời cách đây hơn 5000 năm, ban đầu phục vụ mục đích chính là tận dụng vải vóc thừa để tiết kiệm nhưng dần dần nó đã phát triển thành một nghệ thuật xử lý vải với nhiều ứng dụng rộng rãi trong may mặc, nội thất, mỹ thuật và thời trang. Những thiết kế patchwork thường mang lại hiệu ứng thị giác mạnh mẽ đầy thu hút ở tính ngẫu hứng và phong phú (về màu sắc, họa tiết hay chất liệu). Đôi khi chỉ cần một hai "mảnh đắp" tương phản và ấn tượng cũng đủ tạo nên diện mạo trẻ trung, hiện đại và phá cách cho bộ trang phục. Những "miếng ghép" đầy biến tấu len lỏi vào các bộ sưu tập trên nhiều hình thái và chất liệu khác nhau (không chỉ dừng lại ở denim như mùa trước) đã thổi một làn gió mới đầy khác biệt vào thời trang Xuân Hè 2015.

FANCY FRINGE



Xu hướng "fringe" –

"tua rua" trở nên đặc biệt phổ biến và thịnh hành vào những năm 20 thời kỳ nhạc Jazz của thế kỷ trước với hình ảnh các cô gái mặc váy flapper vô cùng cá tính trong điệu nhảy Charleston đầy sôi động. Gần một thế kỷ đã trôi qua, tua rua vẫn luôn là xu hướng được vận dụng trong không ít các phong cách khác nhau. Các chi tiết tua rua (đặc biệt trên da lộn màu nâu) khi đi cùng các họa tiết đa sắc màu mang vẻ đặc trưng của phong cách thổ dân, bohemian, gypsy và thậm chí là hippie của những năm 70. Trong khi đó, sự te tua của tua rua màu đen toát lên vẻ bụi bặm, chất chơi đôi khi là nổi loạn kiểu rock chic. Một nét đặc biệt của mùa Xuân Hè 2015 là sự xuất hiện của các thiết kế tua rua trắng, rất cá tính nhưng vẫn rất thanh lịch. Dù là với phong cách nào, tua rua cũng mang đến cho người mặc nét năng động, uyển chuyển và phóng khoáng.

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.



Chưa bao giờ cảm hứng Pop Art & Pop Culture (nghệ thuật và văn hóa đại chúng) lại nở rộ trong các bộ sưu tập thời trang như thời gian gần đây. Chúng ta có thể dễ dàng nhận thấy các motif trong tranh của Sonia Delaunay xuất hiện trên các thiết kế của Dsquared2. Trong khi đó, những đường nét, hình khối hiện đại khỏe khoắn và phóng khoáng mang màu sắc rực rỡ trở thành điểm nhấn cho trang phục của Jean-Charles de Castelbajac, Roksanda, Loewe và Junya Watanabe. Đôi khi, việc khoác lên mình những thiết kế mang họa tiết in là những hình ảnh đời thường vui nhộn (như của Leitmotiv, Au Jour Le Jour) sẽ ngấm “phát đi” thông điệp tới người đối diện rằng bạn là người vui vẻ, cá tính, đặc biệt có óc hài hước. Một chú ý nhỏ nhỏ khi mặc những trang phục “bắt mắt” như thế này: hãy tối giản các phụ kiện đi kèm (cả về số lượng, màu sắc lẫn họa tiết). Diện những trang phục này ra phố, hãy yên tâm rằng trông bạn sẽ luôn nổi bật, trẻ trung, tươi mới và rất “cool” giữa những ngày hè đầy sôi động và thú vị.

POP ART & POP CULTURE



KARL LAGERFELD

PARFUMS

KARL.COM #KARLPARFUMS

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

Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.1509, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP.HCM: 174/14/QCMP-HCM.

À TRAVERS DU TEMPS

MÙA XUÂN HÈ NĂM NÀY, NGƯỜI PHỤ NỮ CỦA NHÀ LOUIS VUITTON SẼ DỄ DÀNG DỊCH CHUYỂN GIỮA CÁC THẾ KỶ VÀ TÙY Ý KẾT HỢP NHỮNG MẪU THỜI TRANG YÊU THÍCH CỦA MÌNH Ở MỌI THỜI ĐẠI, MỌI NƠI CHỐN. VẪN LÀ MỘT SỰ KẾT HỢP TRANG PHỤC ĐẦY BẢN NĂNG. VẪN LÀ MỘT TÚ QUẦN ÁO – NHƯNG LẦN NÀY THÊM PHẦN TINH TẾ, ĐA DẠNG, TRANG NHẢ VỚI RẤT NHIỀU MẪU TRANG PHỤC ĐÁNG THÊM MUỐN. QUA LĂNG KÍNH CỦA CHỦ NGHĨA VỊ LAI, NICOLAS GHESQUIÈRE ĐÃ ĐƯA CHÚNG TA TRỞ VỀ NHỮNG NĂM CỦA THẬP NIÊN 50 VÀ 70 BẰNG SỰ KẾT HỢP GIỮA PHONG CÁCH TECHNO SÀNH ĐIỀU VÙNG SAN FRANCISCO CÙNG NÉT CHÂU ÂU GẮN GÙI, ẤM ÁP VÀ HOÀI CỔ.

PHOTOGRAPHER: **JUERGEN TELLER**

MODELS: **EMMY RAPPE, OLYMPIA CAMPBELL, ANGEL RUTLEDGE, AND LULULEIKA RAVN LIEP**

TRANG PHỤC VÀ PHỤ KIỆN: **LOUIS VUITTON SPING SUMMER 2015**

HAIR: **PAUL HANLON**

MAKEUP: **PAT MCGRATH**

















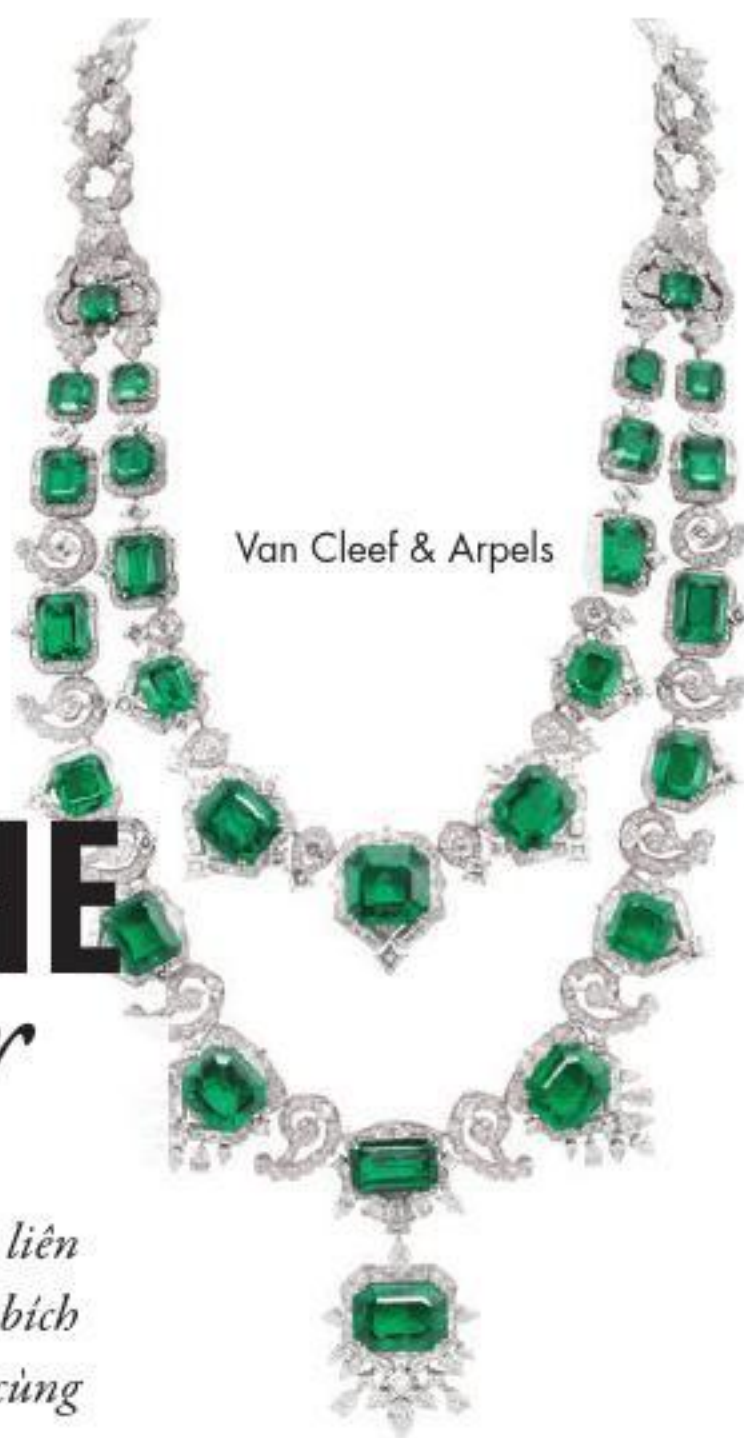


“Không chỉ gắn liền với hình ảnh của của sự sống sinh sôi nảy nở, của thiên nhiên và sự hài hòa, màu xanh lá cây trong văn hóa phương Tây còn có mối liên hệ với sự ghen tuông, lòng đố kỵ của con người (khi ai đó ghen tị trên da sẽ tiết ra một chất sắc tố màu xanh). Bởi vậy trong tiếng Anh mới có câu thành ngữ “green with envy””

Ippolita Wonderland Silver 5-Stone Ring



Van Cleef & Arpels



GREEN IS THE new glamour

Chắc hẳn khi nhắc đến đá màu xanh lá cây, bạn sẽ liên tưởng ngay đến emerald (ngọc lục bảo) hoặc ngọc bích (jade). Nhưng trên thực tế, các loại đá xanh lá cây vô cùng đa dạng, ngoài lục bảo và ngọc bích còn phải kể đến topaz xanh, tourmaline xanh, kim cương xanh, ngọc hồng lựu xanh (green garnet), sapphire xanh lá, ngọc trai xanh, đá ngọc thạch vàng lục... với các sắc thái xanh khác nhau.

Ngọc lục bảo được xếp vào hàng “đá quý”. Đây là loại đá mừng sinh nhật cho những người sinh vào tháng 5 hoặc tuổi Mùi, mệnh Mộc hoặc mệnh Hỏa. Tương truyền đây là loại đá quý được Nữ hoàng Cleopatra, vua Ấn Độ Shah Jahan và các vua Tây Ban Nha đặc biệt yêu thích. Đã từ rất lâu, ngọc lục bảo được coi như là biểu tượng cho tình yêu, lòng thủy chung và sự hồi sinh. Người ta tin rằng, những ai đeo viên ngọc màu xanh lá sẽ có khả năng dự đoán trước được tương lai. Viên đá này còn giúp chủ nhân của nó cải thiện thị lực, đồng thời chữa lành những vấn đề liên quan đến tim mạch và tinh thần. Một loại đá xanh lá cây khác cũng rất thông dụng và phổ biến đó là ngọc bích. Trong văn hóa phương Đông, ngọc bích tượng trưng cho sự trường thọ. Còn đối với văn hóa phương Tây, ngọc bích (jade) thường được coi là món quà lý tưởng cho lễ kỷ niệm 35 năm ngày cưới (đám cưới cẩm thạch) của các cặp vợ chồng. Nói đến ngọc bích chắc chắn không thể không nhắc đến viên Jadeite – ngọc bích đổi màu xanh - đỏ (hay còn gọi là Phi Thúy) cho đến giờ vẫn được xem là loại đá quý hiếm và đắt đỏ bậc nhất trên thế giới, với giá trị lên tới 3 triệu đô-la Mỹ một carat.

Précieuses Trèfle



Dior Précieuse Trèfle Earrings

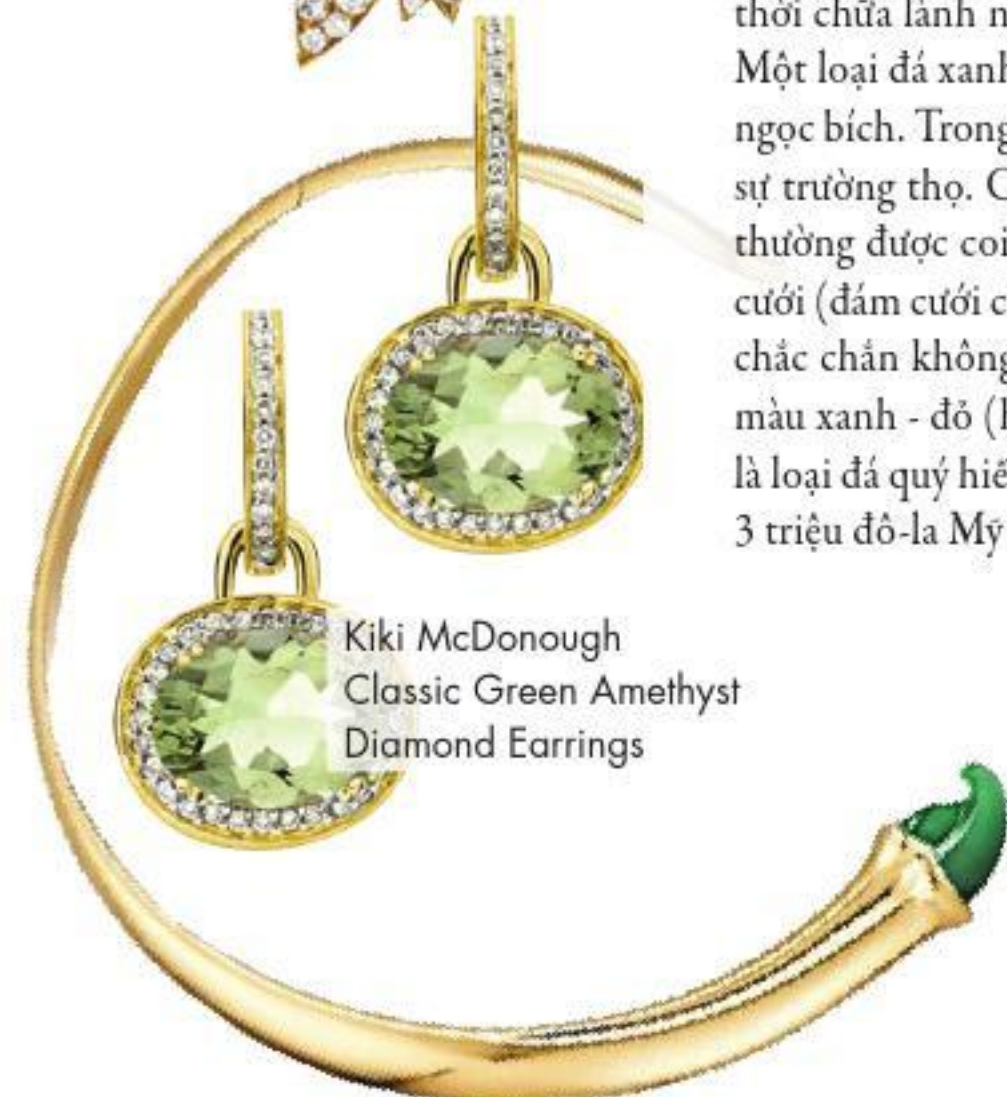
Armenta New World Malachite & Diamond Scroll Enhancer



David Yurman Waverly Limited Edition Ring



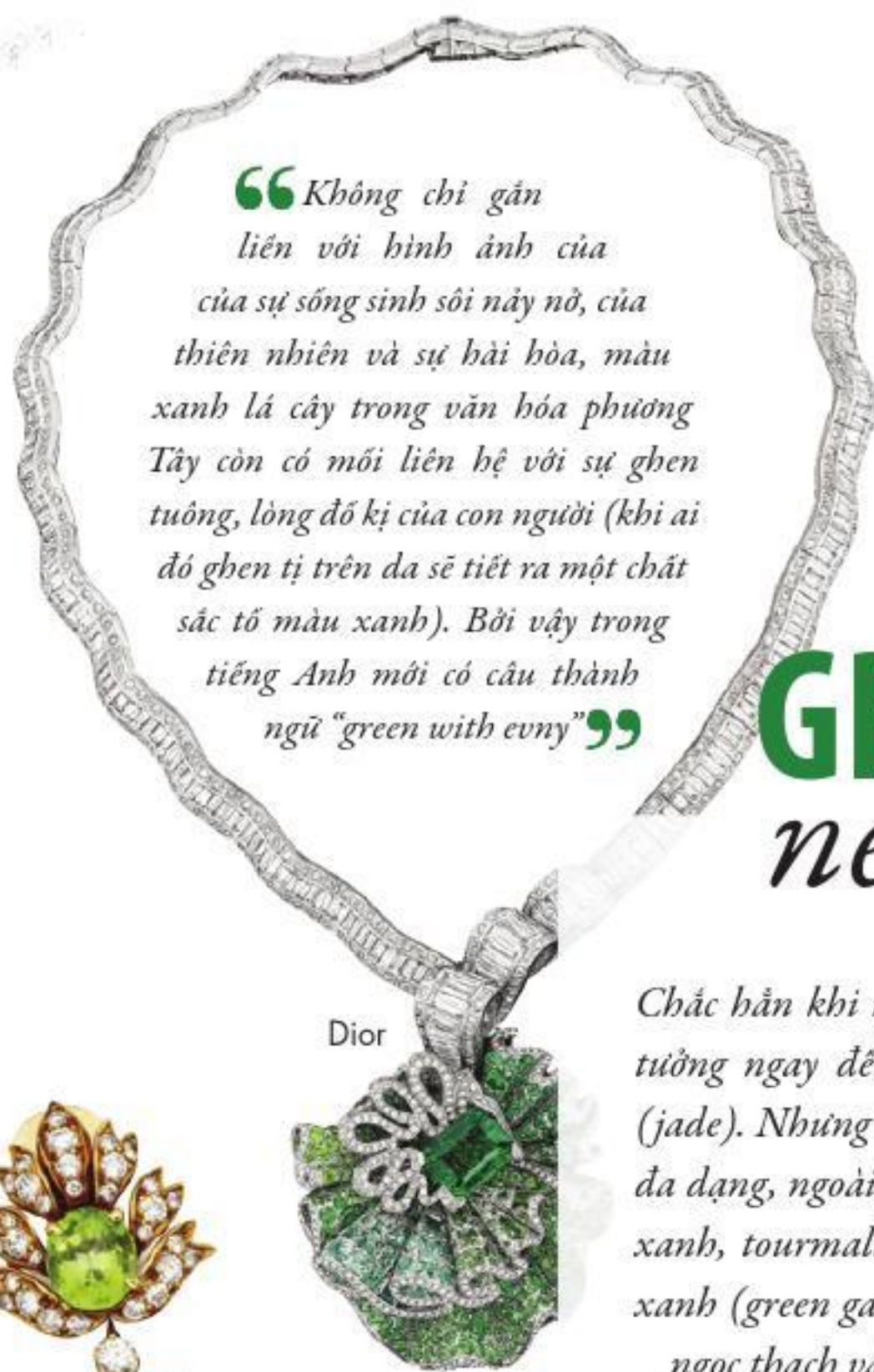
Kiki McDonough Classic Green Amethyst Diamond Earrings



Van Cleef & Arpels



Dior



Bata
For every step.



NHỮNG CUỘC CHIA TAY ĐỊNH MỆNH

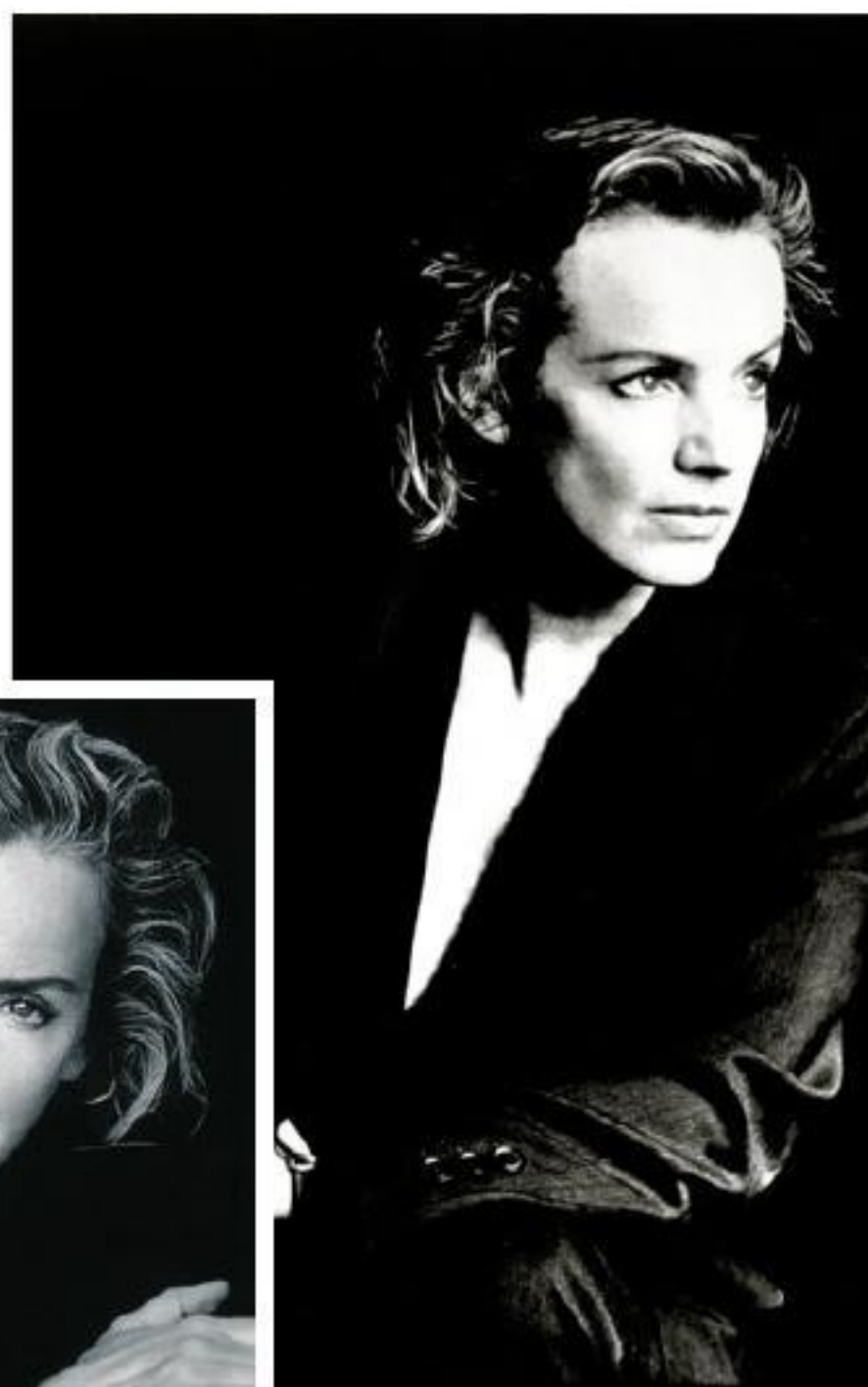
Công việc của một nhà thiết kế thời trang khó khăn và gian khổ hơn rất nhiều những gì mọi người tưởng tượng. Bản chất của thời trang là sự biến đổi không ngừng, đòi hỏi các nhà thiết kế phải liên tục tạo ra những gì mới mẻ và phá cách. Không chỉ chịu áp lực rất lớn từ giới phê bình và công chúng, họ còn chịu sức ép từ những người chủ nắm giữ thương hiệu, những người có tiền và có quyền.

Đó là những người hiểu về kinh doanh nhiều hơn thời trang nhưng lại có tiếng nói quan trọng trong các quyết định, đường đi nước bước và đôi khi là cả định hướng thiết kế của một thương hiệu. Một Giám đốc sáng tạo (GDST) có thể thay đổi được diện mạo của một hãng thời trang nhưng có phải lúc nào họ cũng là người định đoạt số phận của chính mình? Những câu chuyện nhỏ dưới đây sẽ cho bạn câu trả lời.

Hoàng Minh Châu

JIL SANDER

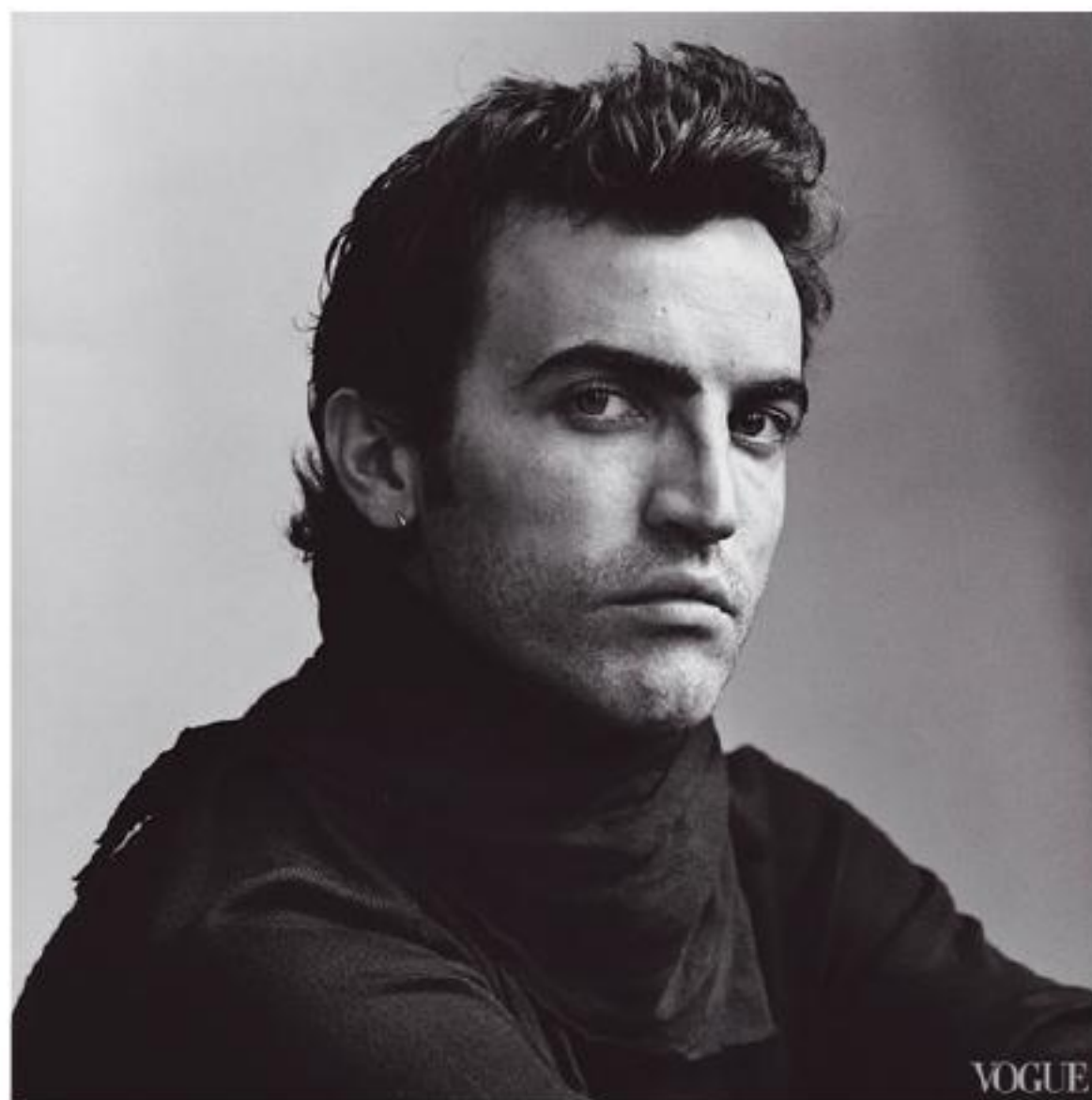
Những người yêu thích phong cách tối giản không ai không biết tới “Queen of Less” (tạm dịch là “Nữ hoàng tối giản”), nhà thiết kế người Đức Jil Sander. Cũng giống như trường hợp của khá nhiều nhà thiết kế khác, năm 1999, Jil Sander chuyển nhượng lại 75% cổ phiếu thương hiệu của mình cho tập đoàn Prada. Tuy vậy, quyết định này đã không làm thay đổi vai trò của Jil đối với thương hiệu mang tên chính mình. Jil vẫn giữ vai trò GĐST, đồng thời là Chủ tịch của hãng. Những tưởng mọi chuyện nhờ vậy sẽ diễn ra êm đẹp, nhưng không ai ngờ chỉ sáu tháng sau, Jil đột ngột rời ghế Chủ tịch và từ bỏ cương vị GĐST của thương hiệu sau một vài mâu thuẫn với CEO Patrizio Bertelli (chồng của nhà thiết kế Muccia Prada). Ảnh hưởng của sự việc này nghiêm trọng hơn những gì Patrizio Bertelli có thể tưởng tượng. Hầu hết các nhân sự trong chuỗi thiết kế và sản xuất của thương hiệu đồng loạt xin nghỉ việc. Năm 2001, tập đoàn Jil Sander, lần đầu tiên trong lịch sử, chịu thua lỗ nặng nề với con số lên tới 9.4 triệu đô-la Mỹ. Jil bất ngờ trở lại làm việc tại Jil Sander vào tháng 5 năm 2003 với một hợp đồng kéo dài 6 năm với tư cách là Nhà thiết kế chính và thành viên Hội đồng quản trị của Tập đoàn. Nhưng lại một lần nữa, những xung đột không thể hòa giải giữa Jil và Patrizio đã khiến cô lại một lần nữa dứt áo ra đi vào tháng 11 năm 2004. Những tưởng duyên nợ giữa Jil và thương hiệu do chính cô tạo dựng đã chấm hết. Nhưng không, tháng 2 năm 2012, Jil lại một lần nữa quay trở về với Jil Sander ngay sau khi Raf Simons rời bỏ hãng này để đầu quân cho Dior. Rốt cuộc thì mọi việc cũng không khác hai lần trước là mấy. Sau khi cảm thấy không thể trụ lại lâu hơn nữa, Jil một lần nữa từ bỏ Jil Sander vào tháng 10 năm 2013. Từ đó đến nay, cô đã có một quá trình làm việc và cộng tác ẩn ý với thương hiệu bán lẻ nổi tiếng tới từ Nhật Bản Uniqlo.



NICOLAS GHESQUIÈRE

Trở thành GĐST một thương hiệu lâu đời như Balenciaga ở tuổi 25 là một ước mơ khá xa vời với nhiều nhà thiết kế trẻ. Ấy vậy mà điều đó lại diễn ra một cách hết sức tự nhiên với Nicolas Ghesquière. Nicolas là người đặc biệt yêu thích các ý tưởng thiết kế của Cristóbal Balenciaga đồng thời trân trọng những di sản mà nhà thiết kế huyền thoại này để lại. Bản thân Nicolas rất thành công trong việc vận dụng những quan điểm thiết kế của Balenciaga vào các bộ sưu tập của mình. Chính bởi vậy, vị thế của nhà mốt Balenciaga không ngừng được củng cố trong suốt 15 năm Nicolas đảm nhận vị trí GĐST. Balenciaga đã thực sự trở thành một trong những nhà mốt hàng đầu được giới phê bình đánh giá rất cao.

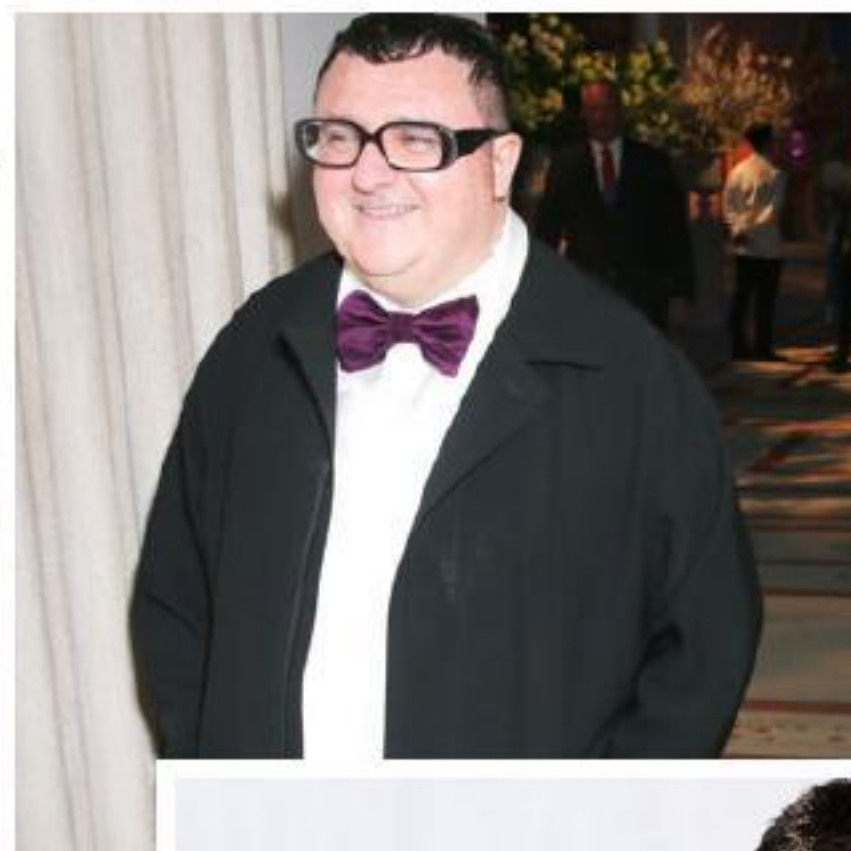
Những tưởng những thành công nổi bật mà anh gặt hái được với Balenciaga đã luôn khiến Nicolas cảm thấy hài lòng và muốn gắn bó thật lâu với nhà mốt này. Nhưng sự thật lại hoàn toàn khác. Cuối năm 2012, Nicolas đột ngột tuyên bố rời Balenciaga trước sự ngỡ ngàng của cả làng thời trang thế giới. Phải mất một thời gian sau, trong một bài phỏng vấn với tạp chí System, Nicolas mới giải bày về lí do thực sự khiến anh ra đi. Anh thể hiện sự thất vọng với cách thức làm việc của ban lãnh đạo thương hiệu và thẳng thắn cho biết anh cảm thấy đơn độc và mệt mỏi sau chừng đó năm làm việc tại Balenciaga. Không lâu sau, chính hãng này đã “đáp trả” bằng việc đàm đơn kiện Nicolas Ghesquière vì những phát biểu gây ảnh hưởng đến uy tín và hình ảnh của thương hiệu. Đây khác nào một hành động “ăn miếng trả miếng” một cách sòng phẳng và nhân tâm với chính nhà thiết kế đã mang lại rất nhiều thành công cho thương hiệu đình đám này?



VOGUE



Nhà thiết kế Alber Elbaz



Nhà thiết kế Tom Ford



ALBERT ELBAZ VÀ TOM FORD

Không ai có thể phủ nhận thành công của Alber Elbaz trong hơn 10 năm qua dưới cương vị GĐST của Lanvin. Tài năng của Elbaz sớm được khẳng định khi anh được chính Yves Saint Laurent chọn làm Giám đốc sáng tạo cho dòng thời trang ứng dụng của thương hiệu vào năm 2011. Nhưng điều trở trêu đã xảy ra khi Tập đoàn Gucci mua lại thương hiệu Yves Saint Laurent. Tom Ford, lúc bấy giờ đang nắm giữ vai trò rất quan trọng tại Gucci với tư cách là GĐST, đã có một quyết định bất ngờ và gây thất vọng với ngay cả Yves Saint Laurent: sa thải Alber Elbaz. Không ai có thể biết chính xác lí do của quyết định gây nhiều tranh cãi này: vì lòng đố kị, sự ghen tị với Alber Elbaz? Vì quan điểm thẩm mỹ và định hướng thiết kế của hai người vô cùng khác nhau? Vì Tom Ford không phục tài Alber Elbaz hay vì Tom Ford muốn giành cơ hội quý giá đó cho riêng mình? Dù gì thì Tom Ford cũng đã làm rất tốt trên cương vị GĐST Yves Saint Laurent. Còn đối với Alber Elbaz, anh cũng đã làm được rất nhiều cho Lanvin. Chính từ nhà mốt này mà tài năng đích thực của anh được cả thế giới công nhận. Tuy vậy, mỗi khi nhớ về “tai nạn” tại Yves Saint Laurent, Elbaz vẫn không khỏi ngậm ngùi. Sự việc đó suýt nữa đã khiến anh dứt áo ra đi từ bỏ ngành thiết kế thời trang.

Sau này, chính Tom Ford cũng cảm thấy cay đắng và xót xa khi buộc phải quyết định rời Gucci vì những bất đồng không thể hòa giải với Domenico de Sole, CEO của nhà mốt lừng danh nước Ý. Khá giống với câu chuyện của Yves Saint Laurent và Marcel Boussac, nếu như trước đây chính Domenico de Sole là người thuyết phục Maurizio Gucci không sa thải Tom Ford thì đến năm 2004, Domenico de Sole lại trở thành lí do chính khiến Tom Ford buộc lòng rời khỏi Gucci.

YVES SAINT LAURENT

Có một điều không thể phủ nhận: Yves Saint Laurent (YSL) là một trong những nhà thiết kế thời trang vĩ đại nhất mọi thời đại. Tầm ảnh hưởng của ông sánh ngang những tên tuổi huyền thoại như Charles Frederick Worth, Coco Chanel, Christian Dior hay Cristóbal Balenciaga. Chính vì thế, ít ai nghĩ rằng cuộc đời và sự nghiệp của ông lại nhiều những thăng trầm đến vậy. Năm 1960, khi đang là GDST cho Dior, YSL bị gọi đi nhập ngũ cho Quân đội Pháp trong cuộc chiến tranh với Algeria (cũng là quê hương nơi ông sinh ra). Rất nhiều người cho rằng nhờ sự can thiệp của Marcel Boussac, người chủ thương hiệu Dior lúc bấy giờ đồng thời là một nam tước có thế lực mà YSL được miễn nghĩa vụ quân sự để tiếp tục làm việc cho nhà mốt này. Nhưng cuộc đời không ai biết được chữ ngờ. Cũng chính Marcel Boussac là người đã tác động giới chức sắc ra lệnh buộc YSL nhập ngũ để rời từ bỏ vị trí GDST tại Dior năm 1960 sau một hai bộ sưu tập bị đánh giá là tối tệ. Tuy vậy, trong cái rủi có cái may. Nếu YSL không bị buộc phải rời Dior thì chắc ông sẽ không bao giờ có được sự tự do và quyết tâm để tạo dựng nên một thương hiệu huyền thoại cho riêng mình, nhà mốt Yves Saint Laurent.



Kết: Thế giới thời trang luôn sôi động và đầy thách thức như một guồng quay hồi hải không bao giờ dứt, như một cuộc chơi đôi khi bất công và người chơi đôi lúc tàn nhẫn nhưng ai cũng cần hiểu rằng: danh tiếng và ánh hào quang không dành cho những người yếu đuối, những ai bỏ cuộc và tất cả đều cần nên nhớ một điều: mẫu thuẫn được giải quyết chính là động lực của mọi sự phát triển.



Chanel

FALL WINTER 2015

Ở tuổi 81, tung ra một bộ sưu tập Thu Đông với gần 100 mẫu thiết kế, Karl Lagerfeld đã cho cả thế giới thấy được sức sáng tạo không biết mệt mỏi của ông. Giống như rất nhiều các bộ sưu tập trước đây của Chanel, các yếu tố truyền thống của nhà mốt huyền thoại vẫn tiếp tục được khai thác và sử dụng, đó là chất liệu vải tweed, bộ Chanel suit, họa tiết răng sói, sự kết hợp trắng đen, kỹ thuật chần bông, vòng ngọc trai và phụ kiện hoa trà. Nhưng, cũng giống như những lần trước đây, di sản lừng danh của Coco Chanel lại một lần nữa xuất hiện vừa lạ vừa quen, vừa cổ điển vừa phá cách dưới bàn tay phù thủy của bậc thầy Karl Lagerfeld.

Chiếc nơ là một trong những hình ảnh xuất hiện xuyên suốt cả bộ sưu tập, với những kích cỡ và mục đích khác nhau: khi đóng vai trò tô điểm tay áo, khi được sử dụng như chiếc thắt lưng xinh xắn, lúc được cài cổ áo theo quy cách black tie cho nam giới. Giày toe-capped quai sau được khai thác từ kho lưu trữ của Chanel lần đầu tiên được Karl giới thiệu trong các bộ sưu tập của ông dành cho thương hiệu, hứa hẹn sẽ là một hot item mới của mùa Thu Đông năm nay. Bên cạnh đó, hơi hướng của thời kỳ Victoria pha chút phong cách Lolita phảng phất trong các thiết kế điểm đăng ten, xếp nếp. Cảm hứng từ nơi trình diễn bộ sưu tập (nhà hàng Brasserie Gabrielle nổi tiếng) được khéo léo lồng ghép trong các thiết kế ví và túi xách hình cuốn thực đơn hay chồng đĩa sứ thanh lịch. Mặc dù sử dụng những concept và khai thác những nguồn cảm hứng khác nhau, mỗi bộ sưu tập của Karl đều toát lên phong cách chiết trung (eclectic) đặc trưng đã trở thành dấu ấn riêng của nhà thiết kế tài ba này. Bộ sưu tập Chanel Thu Đông 2015 khép lại với 7 chiếc váy đen chiffon dáng A-line đầy nữ tính và quyến rũ.





Christian Dior

FALL WINTER 2015

Bản năng gốc đóng vai trò là nguồn cảm hứng chính trong bộ sưu tập Thu Đông 2015 của nhà mốt Dior. Điều này chắc hẳn khiến nhiều người liên tưởng tới bộ sưu tập đầu tiên của huyền thoại Christian Dior sử dụng họa tiết da báo năm 1947. Điều đáng nói là khi khai thác đề tài này, Raf Simons không chọn đi theo lối thông thường là tái hiện chân thực các họa tiết da thú khác nhau (animal prints). Ngược lại, Raf biến tấu những đường vân (trên da ngựa vằn, da hổ) thành các họa tiết mới mẻ đa sắc màu, phảng phất hơi hướng ảo giác (psychedelic) đầy chất ngẫu hứng, nghệ thuật và phóng khoáng. Những chiếc áo khoác và váy khoét nách lông thú nhuộm màu hầy còn nguyên vẹn những đường vân toát lên vẻ lạnh lùng, xa xỉ, hứa hẹn sẽ trở thành một món đồ được các quý cô mộ điệu sang chảnh yêu thích trong mùa thu đông năm nay. Một điểm nhấn nữa trong bộ sưu tập là những đôi boots dài bóng bẩy với họa tiết da thú cách điệu. Chất liệu lưới bóng cũng là một trong những thử nghiệm mới mẻ trong bộ sưu tập lần này của thương hiệu Dior. Và một lần nữa, chúng ta lại được thấy những chiếc áo khoác dài quá khổ với những đường cắt sắc nét, gọn ghẽ, phom dáng hiệu quả mà đơn giản mang đậm dấu ấn Raf Simons không lẫn vào đâu được. Vậy thì thông điệp ẩn dụ của bộ sưu tập được trình diễn trên nền nhạc "Hot on the heels of love" của Throbbing Gristle là gì? Trả lời phỏng vấn sau buổi trình diễn, Raf Simons không ngần ngại chia sẻ đó là hình ảnh nguy trang kín đáo nhưng bốc lửa của những phụ nữ quyến rũ, gợi tình và đam mê khoái cảm.





Anna Dello Russo



Anna Dello Russo



Donatella Versace



Anna Wintour

2015 CELEBRITY STREET STYLE PARIS FASHION WEEK

Hãy cùng ngắm nhìn những bức ảnh do Style Team trực tiếp chụp cận cảnh các ngôi sao, biểu tượng thời trang hàng đầu tại Tuần lễ thời trang Paris Thu Đông 2015.

Photo: Anh Huy Phạm



Karl Lagerfeld

Anna Dello Russo



Cara Delevingne



Olivia Palermo



Chiara Ferragni



Ulyana Sergeenko



Ulyana Sergeenko

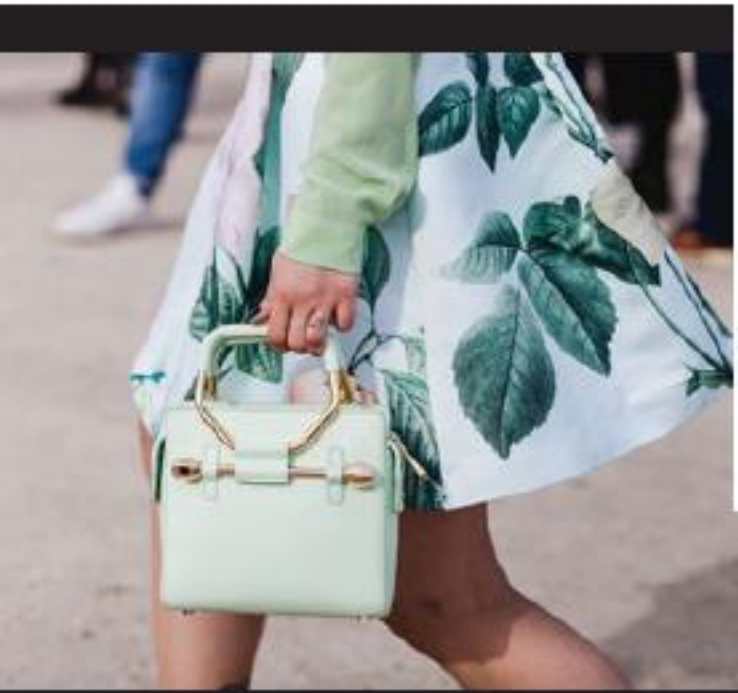


Ulyana Sergeenko



Chiara Ferragni

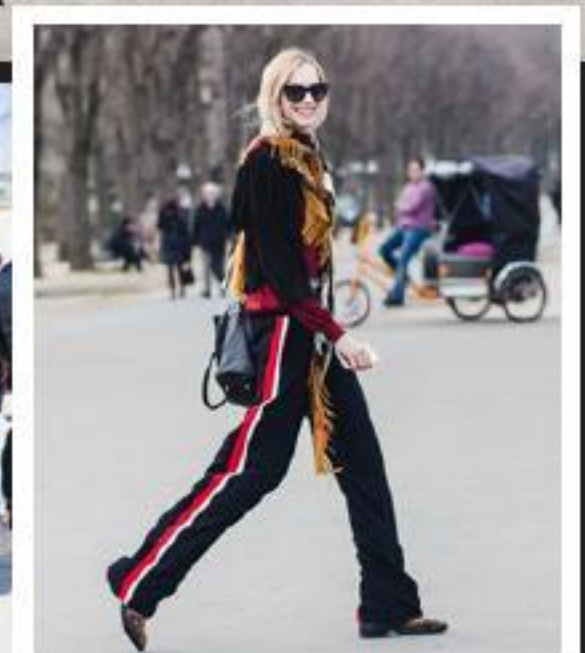




S

treet tyle napshot

Và đây là những hình ảnh đẹp nhất, đặc sắc nhất của phong cách street style tại Tuần lễ thời trang Paris Thu Đông 2015 được Style Team trực tiếp ghi lại và tổng hợp.





Femme Fatale

*“Nàng quyến rũ, nàng nguy hiểm, nàng đầy đam mê và dục vọng.
Phụ nữ ghen tị với nàng, còn đàn ông thì vừa sợ hãi vừa si mê...”*

CONCEPT & CREAT IVE: **SAMUEL HOÀNG**

PHOTOGRAPHER: **MẠNH BI**

STYLIST: **LUSIA LAN ANH**

MAKEUP & HAIR: **LILIAN TRẦN**

MODEL: **YẾN TRẦN, JEFF BREUERS (TÂY MODEL AGENCY)**

PRODUCER: **NGỌC AN**

LOCATION: **LEVEL 10 CLUB - 57 LÝ THƯỜNG KIỆT - HOÀN KIẾM - HÀ NỘI**

FASHION: **NEELIA PARIS, VALENTINO, LA PERLA, CLAUDE BERNARD, JESSIE BÙI, BOUDOIR PARIS**

LUALA MILANO (ESCADA, ELIE SAAB, LORIS DAMIANI, DOLCE & GABBANA, HENELE ZUBELDIA)



Vòng cổ: Neelia Paris
Corset: La Perla
Váy: Valentino



Áo: **Valentino**

Vòng cổ, nhẫn: **Neeila Paris**

Corset: **La Perla**

Váy: **Valentino**

Bộ Suit nam, cavat : **Dolce & Gabbana**

Sơ mi nam: **Loris Damiani**



Sơ mi nam: **Loris Damiani**
 Áo gile, Bộ suit: **Dolce & Gabbana**
 Đồng hồ: **Claude Bernard**



Váy: **Escada**
 Clutch: **Elie Saab**
 Vòng tay: **Helene Zubeldia**



Áo khoác: **Escada**
 Corset: **La Perla**
 Váy: **Boudoir Paris**
 Nhẫn: **Neelia Paris**



Bộ suit: **Dolce & Gabbana**
Sơ mi: **Loris Damiani**

Vòng cổ: Neelia Paris
Váy, clutch: Elie Saab





Vòng cổ, nhân: **Neelia Paris**
Corset: **La Perla**
Clutch: **Elie Saab**
Váy: **Jessie Bui**





Váy: **Valentino**
Vòng tay: **Henele Zubeldia**



Vòng cổ: **Neelia Paris**
Corset: **La Perla**
Váy: **Valentino**

Vòng cổ, nhẫn: **Neelia Paris**
Váy: **Elie Saab**



Váy: **Escada**
Clutch: **Elie Saab**
Vòng tay: **Helene Zubeldia**
Sơ mi nam: **Loris Damiani**
Bộ Suit: **Dolce & Gabbana**





Milanese Manliness

Những chàng trai với đôi mắt xanh như bầu trời Địa Trung Hải đến từ nước Ý xinh đẹp từ lâu vẫn luôn hấp dẫn triệu triệu phụ nữ trên khắp hành tinh, không chỉ bởi vẻ ngoài thu hút và lịch lãm mà còn bởi gu thẩm mỹ và phong cách thời trang đầy tinh tế sang trọng. Thời trang Ý từ lâu đã có được một vị trí độc tôn trên thế giới với các sản phẩm đồ da hảo hạng, từ giấy, thắt lưng đến túi xách đồng thời là nơi sản xuất ra các chất liệu vải hết sức xa xỉ và độc đáo. Là một người đàn ông Milan đích thực, chắc hẳn sự lựa chọn của bạn sẽ thuộc về những thương hiệu đậm chất "Milanese" và "Italian" như Prada, Gucci, Giorgio Armani, Ermenegildo Zegna, Emilio Pucci, Brunello Cucinelli, Tod's, Missoni, Canali, Fendi, Berluti, Brioni hay Corneliani.



(LOOK 1)



(LOOK 2)



(LOOK 1)

(LOOK 2)


From London with Luxe

Nhắc đến Anh Quốc, đặc biệt là London, một trong những kinh đô thời trang lớn nhất thế giới, không thể không kể đến những phong cách thời trang đặc trưng như Dandy/Dandyism, Sloane Ranger hay Punk pha trộn cùng dấu ấn cá nhân rõ rệt. Người Anh nổi tiếng lạnh lùng và khác biệt, tuy vậy lại rất hài hước và điều này được phản ánh rõ nét qua thời trang với những gì được coi là "quirky" (lập dị cá tính – theo hướng tích cực), màu mè (colorful) và dí dỏm (witty). Kề sọc (tartan) của Scotland, áo khoác trench coat (Burberry) hay họa tiết hoa văn độc đáo (Paul Smith) đều là những dấu ấn khó quên của thời trang Anh Quốc. Đừng quên London cũng nổi tiếng với con phố Savile Row, nơi được biết đến với những cửa tiệm cắt may đồ nam vô cùng tinh xảo với lịch sử lâu đời.



Triumphant Tokyo

Sẽ không hề phóng đại nếu nói rằng tại Nhật Bản, đặc biệt là Tokyo, cánh mày râu mới là những người thời thượng, bắt kịp xu hướng và cầu kỳ hơn trong ăn mặc. Thời trang Tokyo luôn là sự kết hợp "eclectic" (chiết trung) nhiều phong cách giữa high street và high fashion, giữa truyền thống và hiện đại, giữa sự chín chu và tính ngẫu hứng, giữa vẻ nam tính và nữ tính (androgyny), sẵn sàng phá vỡ mọi nguyên tắc thông thường trong một tổng thể đầy cá tính, phóng khoáng và phá cách. Những điểm nhấn dễ thấy nhất có thể gói gọn trong những cụm từ sau đây: bất đối xứng, volume (rộng, to, không bó), slouchy (chảy, đổ, rủ, thông, trễ, thườn thượt, mềm mại), layered (nhiều lớp), mix and match. Điều này phản ánh rõ nét tinh thần "wabi-sabi" của văn hóa Nhật, tôn vinh cái đẹp phù du và không hoàn hảo.



(LOOK 1)



(LOOK 2)



GOLDEN GLOW

Kiki McDonough Eternal
18k Gold Citrine



Ngoài mục đích trang sức, các loại đá nói chung và đá vàng nói riêng còn mang lại những tác động tích cực đến trạng thái tinh thần và tâm linh của chủ nhân. Các loại đá vàng bao gồm citrine, thạch anh vàng, topaz vàng, tourmaline vàng, chrysoberyl vàng và cuối cùng là kim cương vàng.

Citrine là loại đá quý thích hợp với những người sinh vào tháng 11, dưới cung Bọ Cạp. Citrine tượng trưng cho sự thành đạt, dồi dào và thịnh vượng, đồng thời có tác dụng loại bỏ những nguồn năng lượng tiêu cực, giúp mang lại sự cân bằng và ổn định. Trong khi đó, tourmaline vàng có khả năng kích thích óc sáng tạo, đem lại sự sáng suốt, minh mẫn cho người mang nó. Thạch anh vàng là loại đá có những tính chất tương tự citrine, nhưng thường trong suốt hơn. Đá Topaz vàng được mệnh danh là "hoàng ngọc", có độ cứng tương đối cao (8 Mohs), và rất thích hợp cho những ai sinh tháng 12. Hổ phách (amber) là nhựa cây đã hóa thạch trải qua hàng triệu năm, chính vì vậy, vô cùng quý và hiếm. Người Đức thường đốt hổ phách làm hương thơm, do vậy nó còn có tên gọi là "đá cháy". Hổ phách được tin là có tác dụng chữa lành và phục hồi hệ thần kinh, giúp cân bằng hai bán cầu não. Và cuối cùng, kim cương vàng sẽ là lựa chọn hoàn hảo cho các cô gái muốn thể hiện rõ đẳng cấp ở sự khác biệt và xa xỉ. Hai hãng trang sức nổi tiếng nhất về các sản phẩm kim cương vàng đó là Leibish & Co và Tiffany & Co.

Kiki McDonough



Coby Madison



Paloma picasso Olive
Leaf Drop Earrings



Michael Aram Molten Crystal
Ring with Diamonds



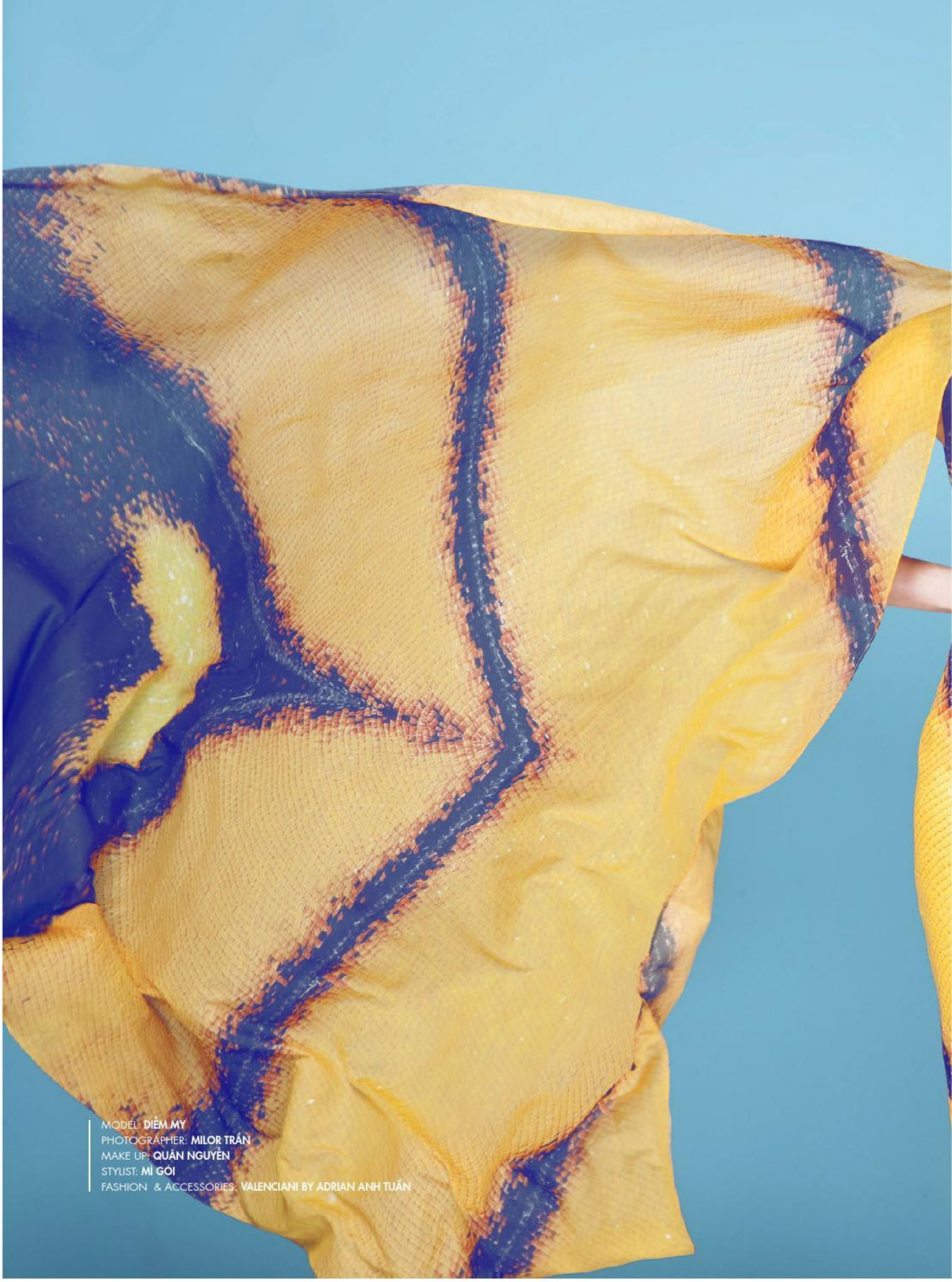
Citrine ring



“Có lẽ bởi vẻ đẹp rực rỡ kiêu sa mà màu vàng, màu của ánh mặt trời ấm áp, thường được gắn với niềm vui, niềm hạnh phúc, sức sáng tạo và và nguồn năng lượng tràn trề. Hãy thử tượng tượng một cuộc sống hội tụ đủ những yếu tố đó? Chắc hẳn sẽ là một cuộc sống khiến ai nấy cũng phải thèm muốn và ghen tỵ!”

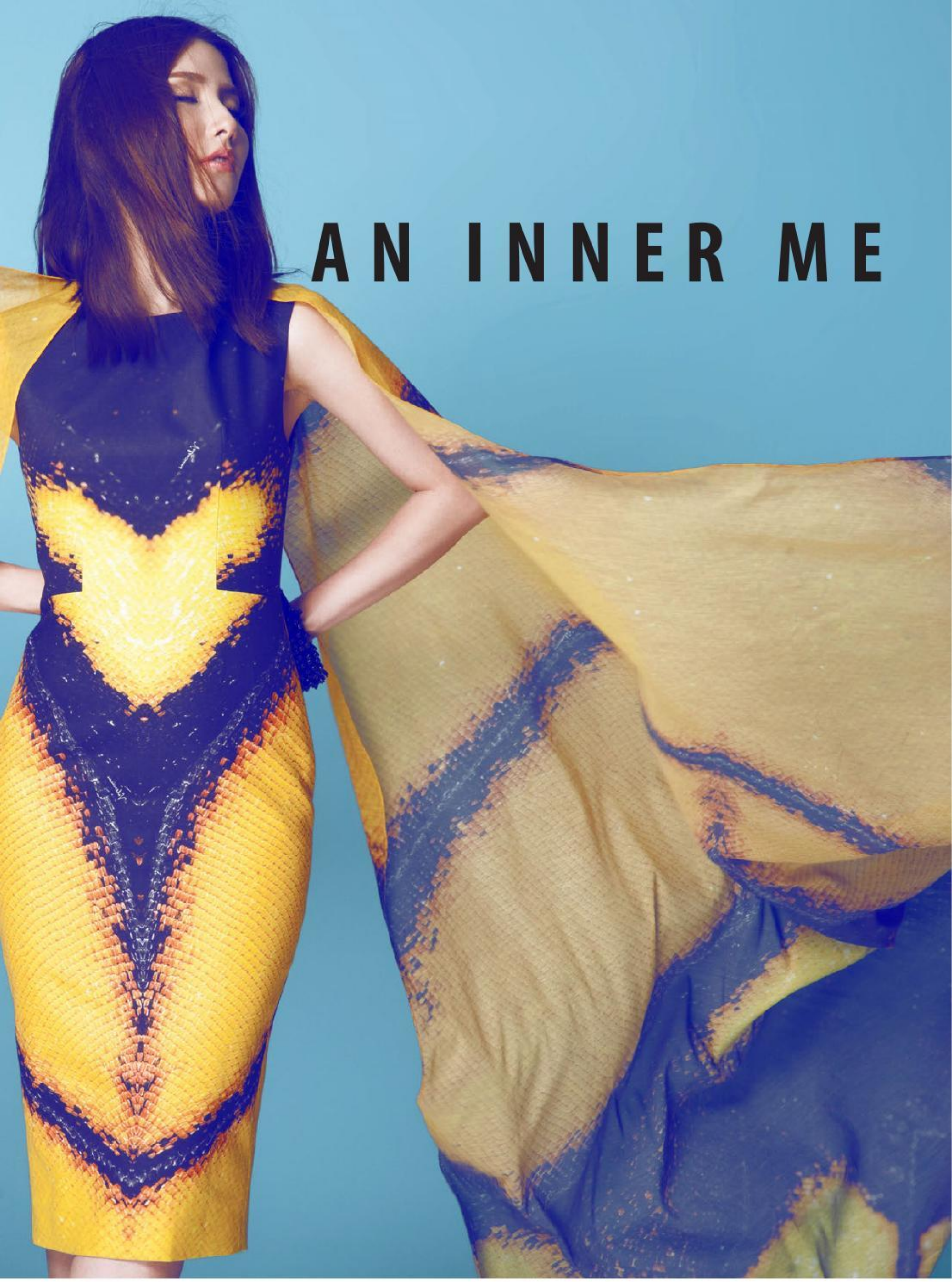
Sydney Evan 14k Gold Diamond
Elephant Pendant Necklace





MODEL: **DIỄM MY**
PHOTOGRAPHER: **MILOR TRẦN**
MAKE UP: **QUÂN NGUYỄN**
STYLIST: **MÌ GỎI**
FASHION & ACCESSORIES: **VALENCIANI BY ADRIAN ANH TUẤN**

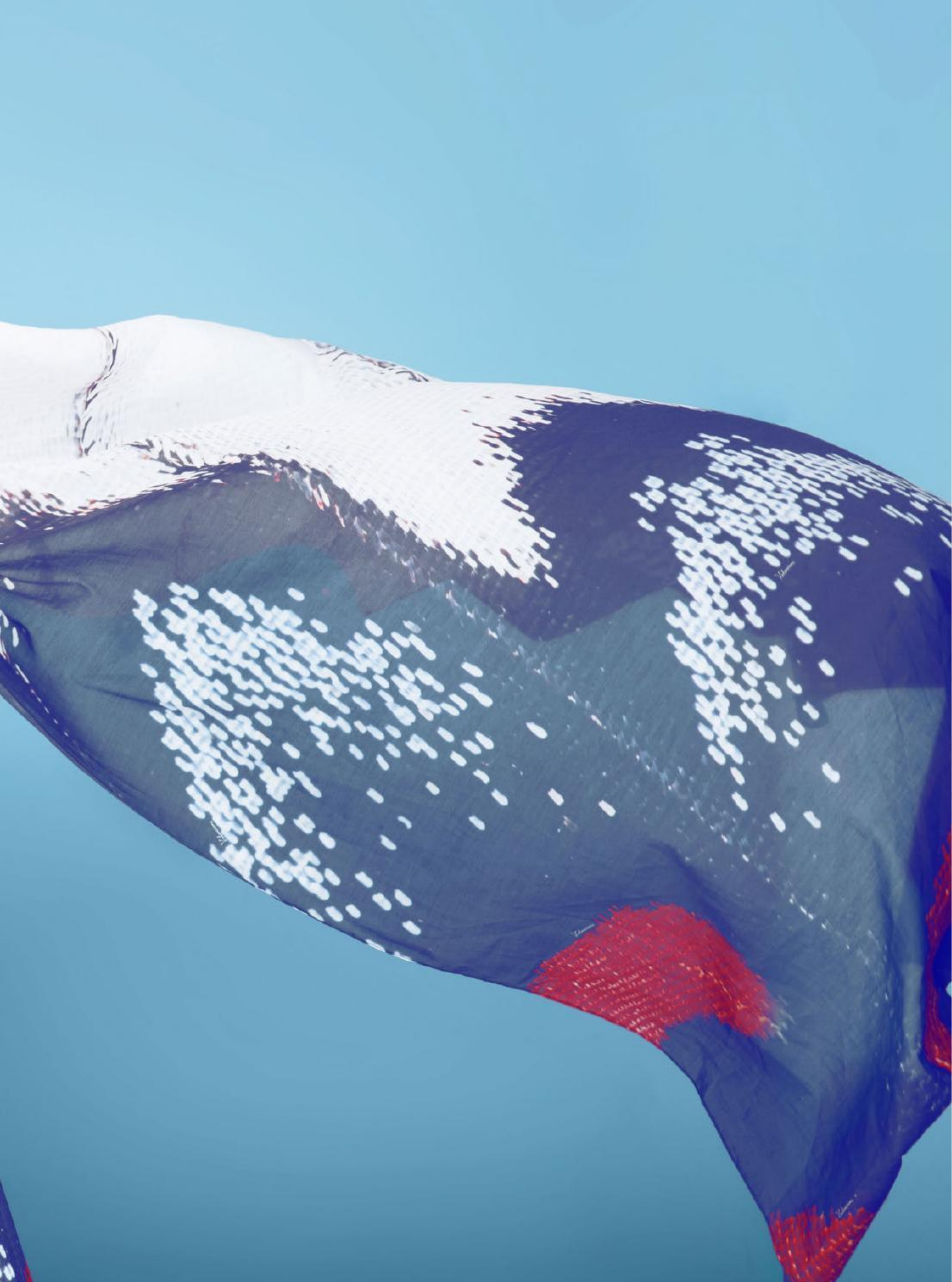
A N I N N E R M E





















TẠM BIỆT MARC BY MARC JACOBS

Đây có lẽ là một tin buồn cho các fan của Marc by Marc Jacobs. Dòng thời trang nhánh phụ "diffusion line" Marc by Marc Jacobs sẽ chính thức giải tán trong thời gian tới để sát nhập với dòng chính Marc Jacobs. Lý do được Marc Jacobs đưa ra là nhằm mở rộng thương hiệu mang tên chính anh trên nhiều phương diện (đa dạng sản phẩm và giá cả), nhất là khi thương hiệu này chuẩn bị phát hành cổ phiếu lần đầu tiên. Bước đi chiến lược của Marc Jacobs khá giống như quyết định đóng cửa dòng diffusion line D&G của Dolce & Gabbana vào năm 2012. Một số câu hỏi về tương lai của các cửa hiệu Marc by Marc Jacobs tại Anh và Mỹ đang được đặt ra với nhà thiết kế Marc Jacobs và CEO mới của thương hiệu, Sebastian Suhl. Theo thông tin mới nhất, hai nhà thiết kế từng là Giám đốc sáng tạo của Marc by Marc Jacobs Katie Hillier và Luella Bartley sẽ cùng cho ra mắt nhãn hiệu của riêng mình với tên gọi Hillier Bartley.



SOPHIA WEBSTER RA MẮT BỘ SƯU TẬP GIÀY CƯỚI

Những thành công gặt hái được trong thời gian vừa qua đã cho Sophia Webster, ngôi sao thiết kế giày người Anh đang nổi như cồn sự tự tin để tung ra Bộ sưu tập giày cưới, hứa hẹn sẽ trở thành cơn sốt trong mùa cưới 2015. Trước khi tạo dựng được thương hiệu cho riêng mình, Sophia từng là trợ lý cho nhà thiết kế giày danh tiếng Nicholas Kirkwood. Tên tuổi của cô chỉ thực sự được cả thế giới biết đến khi cô cho ra mắt dòng thời trang giày mang tên chính mình năm 2012. Sophia Webster thật sự đã rất nhạy bén khi nhận ra nhu cầu của các cô dâu hiện đại, mong muốn có những chiếc giày không chỉ thanh lịch, cổ điển mà còn pha chút cá tính, tinh nghịch và đáng yêu. Bộ sưu tập này hiện có mặt trên hai trang web SophiaWebster.com và Net-a-porter.com.

PETER DUNDAS TRỞ THÀNH GIÁM ĐỐC SÁNG TẠO CỦA ROBERTO CAVALLI



Sau khi rời khỏi Emilio Pucci, Peter Dundas ngay lập tức được bổ nhiệm vị trí Giám đốc sáng tạo của thương hiệu Roberto Cavalli, kế tục nhà thiết kế gạo cội 74 tuổi phát triển hãng thời trang nước Ý nổi tiếng thế giới. Thương hiệu Roberto Cavalli được biết đến với vẻ đẹp quyến rũ, gợi cảm, phóng khoáng cùng các thiết kế in da động vật vô cùng đặc trưng. Dundas cho biết "Đối với tôi điều này giống như được trở lại chính căn nhà của mình". Dundas theo học tại Parsons The New School for Design ở New York City trước khi chuyển tới Paris và trở thành trợ lý của Jean Paul Gaultier vào năm 1992. 8 năm sau Dundas chuyển đến nhà một Christian Lacroix và làm việc trong vòng 2 năm trước khi gia nhập Roberto Cavalli để đảm nhận vị trí Giám đốc thiết kế từ năm 2002 đến 2005. Sau đó, anh trở thành Giám đốc sáng tạo tại Emanuel Ungaro, tiếp nữa là Emilio Pucci, thương hiệu thuộc quyền sở hữu của tập đoàn khách xù LVMH. Nhà thiết kế người Na Uy sẽ cho ra mắt bộ sưu tập đầu tiên dưới thương hiệu Roberto Cavalli vào tháng 9 năm nay tại Milan.



TOM FORD VÀ GEORGE CLOONEY LÀM PHIM

Tom Ford và George Clooney đang làm những người yêu thời trang và điện ảnh nóng lòng chờ đợi khi vừa tuyên bố sẽ cùng cộng tác trong một dự án làm phim. Theo đó, George Clooney, không ngoài dự đoán, sẽ là nam diễn viên chính còn Tom Ford sẽ giữ vai trò nhà sản xuất. Đây là bộ phim thứ hai mà Tom Ford tham gia dàn dựng, có tên gọi "Nocturnal Animals". Kịch bản của bộ phim được Ford chuyển thể từ tiểu thuyết "Tony and Susan" của nhà văn Austin Wright. Bộ phim xoay quanh câu chuyện về một người phụ nữ, được chồng cũ chia tay 20 năm về trước yêu cầu đọc bản thảo của một cuốn sách và đưa ra lời nhận xét. Câu chuyện tiếp đó diễn biến theo một chiều hướng vô cùng bất ngờ. Tên nữ diễn viên hiện giờ vẫn chưa được tiết lộ, mặc dù vậy Tom Ford đã đưa ra gợi ý nhỏ nhỏ rằng cô là một trong số những ngôi sao điện ảnh xuất hiện tại hàng ghế đầu trong show trình diễn Thu/Đông của anh tại Los Angeles hồi tháng 2 vừa qua.



CHANEL ĐIỀU CHỈNH GIÁ BÁN 3 DÒNG TÚI XÁCH HUYỀN THOẠI

Chanel vừa tuyên bố sẽ điều chỉnh giá bán 3 dòng túi xách huyền thoại của thương hiệu, dòng 11.12, dòng 2.55 và The Boy Bag. Cụ thể, theo The Wall Street Journal, giá sẽ tăng 20% ở Châu Âu và giảm 21% ở Trung Quốc và chính thức bắt đầu có hiệu lực từ ngày 8/4. Hiện tại, giá bán túi xách Chanel có một sự chênh lệch khá lớn giữa các khu vực thị trường. Nếu một chiếc túi được bán ra với giá \$3500 ở Châu Âu thì con số này có thể lên tới \$6000 ở thị trường Trung Quốc và một số nước Châu Á khác. Việc tăng giá ở Châu Âu có thể được giải thích là do sự mất giá mạnh và nhanh của Đồng Euro trong khi đó việc giảm giá ở thị trường Trung Quốc lại nằm ở những lí do khác. Thực tế cho thấy nhiều người dân Trung Quốc (và các nước Châu Á khác) thường mang hàng Chanel với mức giá rất mềm từ Châu Âu về bán với giá cao hơn ở thị trường trong nước để kinh doanh kiếm lời. Hậu quả của việc này là các sản phẩm Chanel xuất hiện quá nhiều trên các trang web bán hàng qua mạng nằm ngoài sự kiểm soát của thương hiệu. Chính vì vậy, Chanel điều chỉnh giá để ngăn chặn điều này tiếp diễn.

KENDALL JENNER TRỞ THÀNH GƯƠNG MẶT ĐẠI DIỆN CỦA CALVIN KLEIN JEANS

Vậy là Kendall Jenner đã gia nhập hàng ngũ những người mẫu danh tiếng từng tham gia vào chiến dịch quảng cáo cho Calvin Klein Jeans như Brooke Shields, Kate Moss hay gần đây nhất là Lara Stone. Kendall Jenner cùng Simon Nessman xuất hiện trong các bức hình chụp bởi Alasdair McLellan cho chiến dịch quảng cáo series denim (đồ bò) có tên gọi khá đặc biệt: #mycalvins. Kendall vui sướng bày tỏ "Trở thành người mẫu cho Calvin Klein đối với tôi chẳng khác nào một giấc mơ thành hiện thực. Tôi đã lớn lên cùng các trang phục của Calvin Klein và mê mẩn những bức hình quảng cáo trong các tạp chí thời trang với sự xuất hiện của một số siêu mẫu hàng đầu thế giới. Giờ đây, được trở thành một phần của di sản đó, đối với tôi quả thực là một vinh hạnh lớn lao". Chuỗi sản phẩm #mycalvins có giá từ \$58 đến \$348 sẽ ra mắt tại các cửa hiệu Opening Ceremony ở New York City và Los Angeles đồng thời xuất hiện trên website của thương hiệu này từ ngày 15 tháng 4. Tiếp đó chúng sẽ được bán online trên trang web của Calvin Klein từ ngày 15 tháng 5 tới đây.



Từ khoá mới: Hồng Pink

Màu hồng pink là điểm nhấn chủ đạo trong sưu tập mới từ Bobbi Brown, sẽ ra mắt trong tháng 3 này. Bộ sưu tập là sự hợp tác giữa Bobbi Brown và Kate Upton, lấy cảm hứng từ quê nhà Florida của Kate, với những bãi biển vui nhộn và những ngọn đèn sáng ở Miami. Vui tươi, dễ dàng và đầy sôi nổi, Bobbi đã cẩn thận chọn lọc từng màu sắc và sản phẩm trong bộ sưu tập để phản ánh sự hài hước, phong cách phóng khoáng của Kate. Sự kết hợp giữa đôi mắt tự nhiên được định hình đẹp và một đôi môi nóng bỏng rực rỡ là điều mà bộ sưu tập này hướng tới.

Điểm nhấn của sưu tập là bảng màu mắt Limited Edition Hot Nudes Eye Palette. Bảng màu này gồm tất cả 8 màu mắt giúp tôn lên tất cả các loại da với thiết kế bóng loáng sang trọng.



Bảng màu mắt Limited Edition
Hot Nudes Eye Palette.
Giá: 1.800.000 VND



Marc Jacobs Mod Noir

Trái ngược với sắc màu rực rỡ và những thiết kế chai tinh nghịch trẻ trung, Mod Noir mang đến một thiết kế tối giản với những đường kẻ sọc đen trắng thanh lịch. Một khu vườn gardenia với những lớp hương mịn và ngọt như cream trắng.

Các note chính: Gardenia, xa hương và các note xanh lá cây.



28 ngày hồi sinh làn da

Liệu trình chăm sóc da đặc biệt từ dòng sản phẩm dưỡng da chống lão hoá L'Occitane Immortelle Divine. Với tinh dầu hoa Cúc Trường Sinh hữu cơ, chương trình cải tạo giúp làn da hồi sinh được chia ra làm 4 giai đoạn với 4 công thức trong vòng 4 tuần sẽ giúp thúc đẩy quá trình tái tạo da tự nhiên.

Tuần 1: Tẩy tế bào chết.

Tuần 2: Cung cấp nước và dưỡng chất.

Tuần 3: Cân bằng – Đây sẽ là giai đoạn giúp bạn cân bằng lại da và cũng là quá trình chuẩn bị cho giai đoạn hồi sinh làn da.

Tuần 4: Hồi sinh: Các loại tinh dầu trong giai đoạn này sẽ giúp bạn xử lý các dấu hiệu của lão hóa mang đến một kết quả tối ưu nhất.

Giá 3.500.000 VND/4 tuần





Hiệu chỉnh lỗ chân lông siêu tốc

Lần đầu tiên, Shu uemura mang đến dòng kem lót dạng mousse giúp hiệu chỉnh lớp nền da cùng hiệu quả 3 trong 1: che mờ lỗ chân lông, da mượt tự nhiên và khả năng lưu giữ suốt cả ngày. POREraser CC với kết cấu dạng mousse nhẹ tựa như mây còn là một trợ thủ "không thể thiếu" cho phần nền đạt hiệu quả tối ưu và lâu trôi. **Giá: 1.060.000 VND**

Thanh lọc với trà xanh

Trà xanh được biết đến với tác dụng chống lão hoá và là một trong những thành phần tuyệt vời nhất của skin-care. Với việc loại bỏ các chất độc hại, rất có lợi cho cơ thể, trà xanh đã được tin dùng trong suốt 400 năm qua trong các hoạt động xã hội cũng như văn hoá Trà Đạo Nhật Bản. Nhưng bạn có biết rằng một số phụ nữ Nhật đã ngâm mình với trà xanh để giúp duy trì độ ẩm và làm săn chắc lỗ chân lông?

Lần đầu tiên, The Body Shop mang đến một sưu tập dưỡng thể với trà xanh sau hàng loạt vật liệu nổi tiếng như chocolate, bơ đậu mỡ, vitamin E hoặc trái cây. Sưu tập gồm sáu sản phẩm được thiết kế tỷ mỉ cho một liệu trình thanh lọc cơ thể và chống lão hoá toàn thân. Thiết kế bao bì trong xanh nhẹ nhàng kết hợp với những lá trà từ vùng núi Phú Sĩ nguyên sơ sẽ làm mới và bổ sung độ ẩm tinh khiết cho làn da, mang lại một cảm giác khoẻ mạnh hơn.



Kem tuyết dưỡng da Fuji Green TeaTM Body Sorbet 200ml – 499.000 VND

Bơ dưỡng thể Fuji Green TeaTM Body Butter 200ml – 619.000 VND

Nước hoa Fuji Green TeaTM Eau de Cologne 100ml – 679.000 VND

Tẩy tế bào chết Fuji Green TeaTM Body Scrub 250ml – 750.000 VND

Shiseido giới thiệu sưu tập Maquillage

Sưu tập Maquillage nổi bật với màu vàng lấp lánh trên nền đen, gôm son, phấn má, màu mắt và nước hoa mùi hương ngọt ngào. Thiết kế sang trọng và màu sắc tươi tắn là hai điểm nổi bật của sưu tập này.



Maquillage Dramatic Melting Rouge Sơn môi chứa dầu dưỡng tạo độ bóng và làm mềm đôi môi. **Giá: 680.000 VND**

Maquillage True Eye Shadow Phấn mắt 5 màu với thành phần bột ngọc trai cùng cấu trúc mềm mịn và lâu trôi suốt 8 giờ, không xỉn và bay màu. **Giá: 1.075.000 VND**



Maquillage Dramatic Mood Potion 35ml Nước hoa mùi hương hoa cỏ phương Đông hòa quyện với hương trái cây tươi mát. **Giá: 1.050.000 VND**



DAVINES LOVE CURL

Giá: 386.000 VND

Điểm cộng: kem dưỡng xả khô tăng độ đàn hồi cho sóng xoăn. Không để lại dư chất, tóc mềm nhẹ và bóng. Không cần sử dụng lại với nước.

DIORSKIN NUDE**AIR SERUM SPF 20**

Điểm cộng: phần nền dạng serum kết cấu mỏng nhẹ cho hiệu ứng che phủ trung bình như satin, màu sắc đẹp tự nhiên.

KOSÉ ESPRIQUE PORE COVER PERFECT BASE CC

Giá: 1.000.000 VND

Điểm cộng: chứa thành phần bột Super Flat powder EX với nhiều kích thước lớn nhỏ khác nhau, có thể len vào các lỗ chân lông lớn nhỏ, các chỗ trũng trên da, tạo lớp nền phẳng mịn.

CLÉ DE PEAU BEAUTÉ**BRIGHTENING SERUM SUPREME**

Giá: 3.875.000 VND

Điểm cộng: công nghệ cutting edge tiên tiến, tinh chất tác động lên các đốm đen và vùng da sạm màu, đem lại một sắc da tươi sáng và rạng rỡ, không bị vết tựa như kim cương.

EDITOR'S PICKS

Những màu son tươi sáng, tẩy da chết mùi trà xanh êm dịu, xả dưỡng mềm cho tóc xoăn nhẹ...là lựa chọn của Style cho những ngày nắng đang tới.

VDL EXPERT COLOR LIP CUBE

Điểm cộng: son lì cho hiệu ứng bệt nhưng vẫn đủ độ mềm mại, lâu trôi. Nhiều màu sắc đẹp như tím, đỏ cam, đỏ tươi...

O.S.T ORIGINAL PURE VITAMIN C20 SERUM

Điểm cộng: serum chứa 20% L-ascorbic acid (vitamin C) tác động mạnh mẽ giúp giảm thâm nám, làm trắng da và chống oxy hóa cho da.

YVES SAINT LAURENT BABYDOLL KISS & BLUSH

Điểm cộng: son nước màu sắc tươi sáng cho cả má và môi, sử dụng thuận tiện, cho hiệu ứng môi mềm mại, trung hòa giữa son lì và son bóng.

THE BODY SHOP SMOKY POPPY BODY BUTTER

Giá: 619.000 VND

Điểm cộng: mùi hương nhẹ nhàng với lớp bơ đặc, mịn thấm thấu nhanh vào da, dưỡng ẩm vô cùng hiệu quả trong suốt 24 giờ.



TRẢI NGHIỆM PHƯƠNG PHÁP CHĂM SÓC DA TỪ SINGAPORE

Phương pháp trị liệu da Skin Gym vừa du nhập vào Việt Nam năm 2012 đã chiếm lĩnh toàn bộ thị trường thẩm mỹ da và chinh phục gần như hoàn toàn những khách hàng tại Việt Nam, bất kể họ bị vấn đề gì. Với những ưu điểm vượt trội nhất, phương pháp này đang được lan truyền rộng rãi một cách nhanh chóng bởi những tin đồn làm đẹp tại Việt Nam.



CHỈ 5 -7 PHÚT MỖI LẦN TRỊ LIỆU, LÀN DA NHƯ ĐƯỢC TÁI SINH MỖI NGÀY

Bạn cảm thấy quá đau đớn với những phương pháp điều trị laser truyền thống, hoặc quá phiền toái với những vấn đề sau điều trị laser mang lại như da bong tróc, bỏng đỏ hoặc đau rát... làm ảnh hưởng đến cuộc sống và sinh hoạt của bạn; hay chỉ đơn thuần bạn cảm thấy không hài lòng với việc phải sử dụng kèm quá nhiều mỹ phẩm sau điều trị laser mà bạn thường được tư vấn. Liệu pháp Skin Gym tại PPP Laser Clinic sẽ mang đến những trải nghiệm hoàn toàn mới. Luôn tạo cảm giác thoải mái nhất cho khách hàng sau khi trị liệu, không mất quá nhiều thời gian, không đau, không nghỉ dưỡng, không tác dụng phụ, không sử dụng mỹ phẩm đi kèm... dường như tất cả những ưu điểm này đã mang lại thành công hơn sự mong đợi khi liệu pháp này du nhập về Việt Nam.

CHUỖI CƠ SỞ HIỆN ĐẠI VÀ TIÊU CHUẨN BẠC NHẤT VIỆT NAM

Năm 1984, PPP Laser Clinic đã bắt đầu những đột phá về công nghệ laser tại Singapore sau những phát minh của Dr. Goh Seng Heng về việc nghiên cứu sử dụng laser vào thẩm mỹ được chứng nhận trên toàn thế giới. Từ đó, chuỗi cơ sở được nhân bản rộng đến các nước trong khu vực như Malaysia, Trung Quốc, Indonesia, Thái Lan, Đài Loan và Việt Nam. Phương pháp này đã trị liệu cho hàng triệu khách hàng trên toàn Châu Á. Tại Việt Nam, đã có 9 cơ sở được trải rộng khắp các trung tâm mua sắm lớn như Vincom, Parkson, Crescent mall, Pacific Place,... với tiêu chuẩn cao cấp và khắc khe về trang thiết bị cùng con người.

CƠ HỘI THAM GIA TRẢI NGHIỆM LIỆU TRÌNH CHĂM SÓC DA MIỄN PHÍ TỪ PPP LASER CLINIC

Chúng tôi luôn thấu hiểu mong muốn và nguyện vọng sâu sắc của người phụ nữ về mơ ước sở hữu một làn da khỏe đẹp để tự tin và chủ động hơn trong công việc và cuộc sống. Thông qua chương trình "Da khỏe đẹp mỗi ngày cùng PPP" mừng lễ 30/4 - 1/5, PPP muốn mang đến cơ hội cho tất cả phụ nữ Việt Nam đều được đẹp và tự tin hơn thông qua chương trình trải nghiệm. Hãy tham dự để cảm nhận về liệu trình Skin Gym đã được kiểm chứng và yêu thích tại Châu Á, để bạn có cơ hội sở hữu làn da khỏe đẹp tự nhiên mà không cần trang điểm!

THÔNG TIN CHƯƠNG TRÌNH "DA KHỎE ĐẸP MỖI NGÀY CÙNG PPP"

Thời gian đăng ký từ **20/4 – 10/5/2015**

Website : www.ppp.com.vn

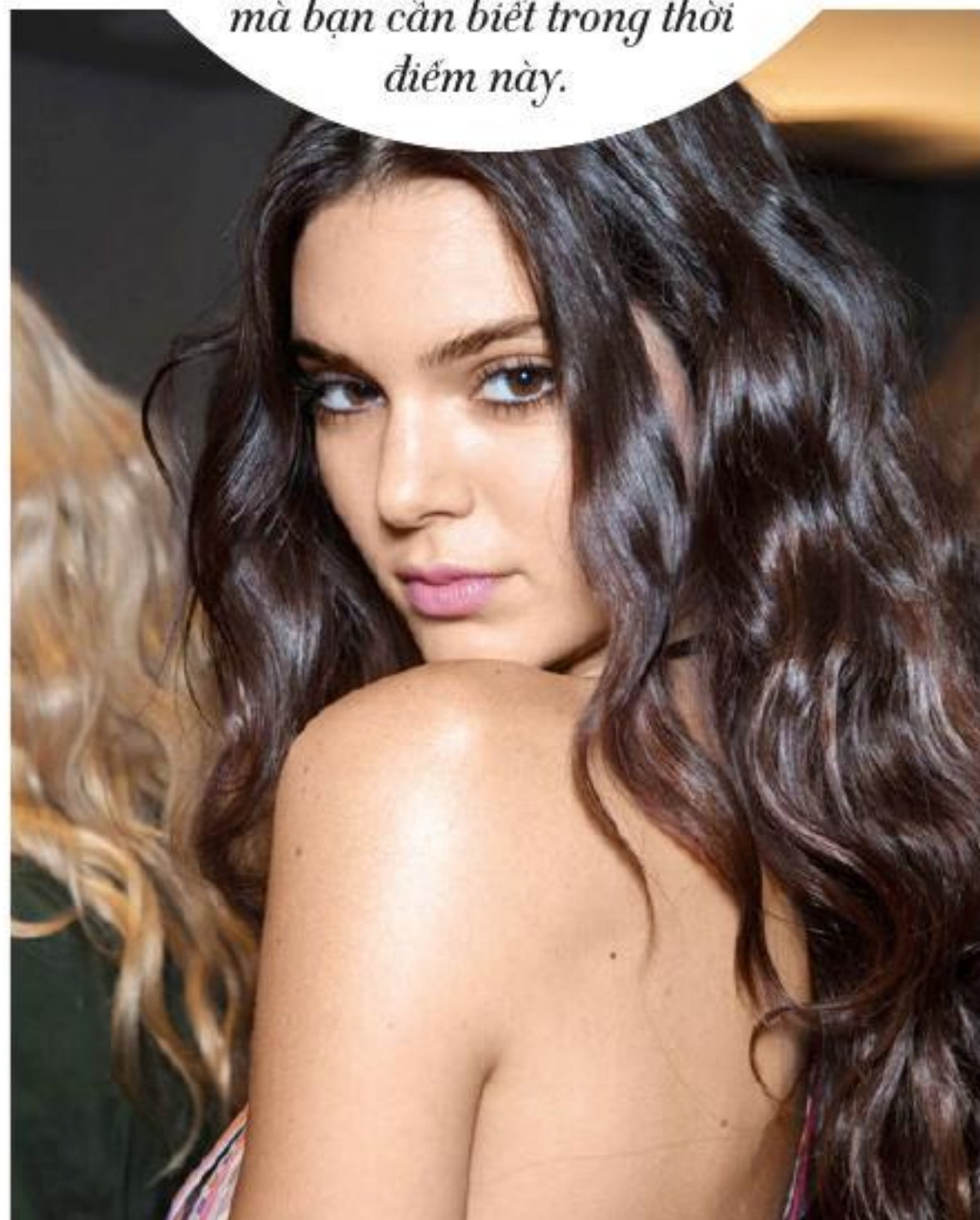
Facebook : PPP Laser Clinic Viet Nam

Hotline : **09 333 48 333 – 012 333 48 333**

Tóc Xuân Hè có gì mới?

Tất cả những điểm nhấn về tóc mà bạn cần biết trong thời điểm này.

Khánh



1. RẺ NGÔI GIỮA

Bạn đã để mái bằng gần như suốt phần đời phía sau và nếu chẳng có gì thay đổi, bạn sẽ để mái bằng hết luôn phần đời phía trước? Bạn không thể rẽ ngôi giữa vì thiếu tự tin với vầng trán? Xem nào, chiếc trán hoàn hảo cố nhiên là quan trọng nhưng không phải yếu tố quyết định. Khi bạn lộ trán, toàn bộ tổng thể gương mặt sẽ được khắc họa một cách rõ nét và hàng lông mày đẹp sẽ có dịp được thể hiện. Nếu phần tóc chính giữa trán không đều, chỉ cần đôi chút chỉnh sửa với một thiết bị tạo lông mày thì việc rẽ ngôi giữa sẽ trở thành đơn giản.

SHOW:

Tom Ford, Topshop Unique, Ralph Lauren, Jil Sander, Isabel Marant, Valentino, Chloé, Dries Van Noten, Dolce & Gabbana, Tanya Taylor, Emilio Pucci



2. MÀU SẮC TỰ NHIÊN LÊN NGÔI

Bất kể việc bạn có màu tóc gì thì màu sắc tự nhiên đang được khuyến khích trong giai đoạn này. Phong cách highlights và lowlights gần như đã nhường đường cho phong cách tự nhiên mới. Không những màu vàng tro, màu vàng nâu, màu vàng blonde toả sáng mà ngay cả màu đen tuyền cũng vô cùng hợp thời trang. Nếu vẫn muốn thay đổi màu tóc thì các màu gần với tone tóc tự nhiên của bạn sẽ được đề nghị, ví dụ người tóc đen sẽ được gợi ý với tone xanh ánh đen, tone đỏ ánh tím hoặc ngược tóc vàng sẽ gợi ý với màu đỏ nâu ánh vàng, màu nâu hạt dẻ... Màu tóc tự nhiên được đặc biệt ca ngợi tại show của **Emilio Pucci, Chloé, Céline, Chanel, Valentino, Mary Katrantzou, Topshop Unique, Marc Jacobs, Vera Wang, Givenchy** và nhiều nhà thiết kế khác. Tuy nhiên, nếu phong cách drama vẫn là sở thích của bạn thì hãy tìm những gợi ý từ kiểu tóc màu pastel sáng tại **Badgley Mischka** và **Maxime Simoens**.





3. TÓC RỄ NGÔI LỆCH

Vẫn không để mái nhưng không lộ trán hoàn toàn là đặc điểm của kiểu tóc này. Thay vì rẽ ngôi giữa, bạn hãy tạo đường ngôi ở 1/3 đỉnh đầu rồi chải hất tóc sang 2/3 còn lại. Tóc sẽ xoã xuống che khuất cả mắt và không thể nào cố định được? Đừng lo, với sự hỗ trợ của một chai xịt muối biển hoặc hair spray tạo kiểu cứng, phần tóc này sẽ hoàn toàn "đi vào khuôn khổ". Tóc rẽ ngôi lệch mang đến chất "ngầu" bất cần rất thành thị và hiện đại.

4. TRÊN VÀ DƯỚI

Là một biến thể pha trộn giữa tóc xoã và kiểu tóc búi thấp updo, kiểu tóc này được gọi là *half-up half-down*. Với một phụ kiện tóc đơn giản chia cắt tóc thành hai phần trên dưới, kiểu tóc này mang đến sự lãng mạn nữ tính hoặc sắc sảo cá tính tùy trường hợp. Đó là những phụ kiện kim loại nhỏ gọn trong show của **Céline**, những chiếc kẹp tóc bobby của **Just Cavalli**, hoặc kiểu tóc pha trộn giữa tóc thẳng và tóc ược của **Thakoon**. Moschino mang đến một phong cách trên – dưới kiểu **Barbie**, **Miumiu** cá tính với phong cách grungy nổi loạn. Đặc biệt thú vị là phong cách của **Christophe Le-maire**, lấy cảm hứng từ thập niên 70 với kiểu tóc ược bất đối xứng.



5. RẤT NHIỀU BIẾN TẤU VỚI TÓC ĐUÔI NGỰA

Đây chắc chắn là kiểu tóc linh hoạt và thú vị nhất của Xuân Hè. Khởi đầu mang đậm tính đồng quê nhưng dần dần với sự cập nhật của thời trang, kiểu tóc đuôi ngựa đã chuyển biến sang chất thành thị và giờ đây đã là một điểm nhấn mới cho những cô nàng đô thị năng động. Chỉ cần có độ dài tóc vừa phải, bạn có thể áp dụng kiểu đuôi ngựa một cách thoải mái. Đó có thể là kiểu đuôi ngựa với sự trau chuốt tỷ mỉ và bóng bẩy trong **Alexander Wang**, **Roland Mouret**, **Gucci**, **Trussardi**, **Vionnet**, **Oscar de la Renta**. Đó cũng có thể là kiểu đuôi ngựa với kết cấu nhẹ nhàng và bất cần ở **Fendi**, **Giambattista Valli**, **Jason Wu** và **Ann Yee**. Cấu trúc hình học với phần tóc được vuốt phẳng và tạo kiểu sắc nét trong **Cushnie et Ochs**, kiểu đuôi ngựa uốn nhẹ nhàng của **Stella McCartney**, kiểu đuôi ngựa cao với kết cấu của **Hood by Air**, kiểu tóc đuôi ngựa thấp sáng tạo với một hình chữ V của **Giles**, các hiệu ứng ược của **Damir Doma** và **Custo Barcelona**, hay bán ẩm ược của **Barbara Casasola**, hoặc kiểu tóc đuôi ngựa rối bù trẻ trung của **Talbot Runhof**.



6. UPDO THANH LỊCH

Kiểu tóc updo (tạo kiểu với vùng tóc từ gáy trở xuống bằng cách búi, buộc, quấn hoặc tết chúng lên với những phong cách khác nhau) là kiểu tóc không thể thiếu khi bạn muốn đến tham dự những sự kiện quan trọng. Kiểu updo của năm nay có rất nhiều phong cách để bạn lựa chọn: từ những thiết kế bóng bẩy cho đến cổ điển, lãng mạn và nhẹ nhàng. Đó là kiểu búi thấp gọn gàng của **Altuzarra**, kiểu búi thấp được trang trí với hoa của **Dolce & Gabbana**, tóc cuộn mềm trong **Christophe Guillarme**, kiểu búi tóc mang đậm chất tương lai của **Alexander McQueen**, hay kiểu lỏng lẻo thanh nhã của của **Carmen Marc Valvo**.



7. TÓC ƯỚT

Có điều gì hấp dẫn ở kiểu tóc ẩm ướt như thể bạn vừa bước ra từ bãi biển hoặc bồn tắm? Rất nhiều tranh cãi, nhưng một ý kiến đáng chú ý là nó cho thấy sự tự tin, thoải mái và bất cần của người mang nó khi toàn bộ cấu trúc đầu và gương mặt gần như lộ rõ. Mùa này, tóc ướt và bán ướt được diễn giải trên các show của **Alexander McQueen**, **Balmain**, **Giambattista Valli**, **Versace**, **Cedric Charlier**, **Miu Miu**, **Holly Fulton**, **Thakoon**, **Anthony Vaccarello**. Tóc đa phần được chải ngược, chải xéo và tạo kiểu để ép vào xương đầu và phô ra những đường nét tự nhiên của gương mặt.



8. TÓC NGẮN CÁ TÍNH

Chúng tôi có kiểu tóc bob ướt sành điệu với không khí thể thao từ **David Koma**, tóc Bob có kết cấu thô và sắc nét từ **Marc Jacobs**, tóc bob xù xì lấy cảm hứng rock'n'roll từ **Tom Ford**, tóc ngắn thẳng từ Hugo Boss và kiểu tóc bob giản dị từ **Topshop Unique**.

Mặt khác, nếu bạn muốn thử nghiệm kiểu tóc ngắn mà không cần cắt tóc thì tóc giả có thể là một ý kiến không tồi. Bằng cách này, bạn có thể thử kiểu tóc manga updo với những gai nhọn như trong **Kenzo** hay kiểu bob giả của **Issey Miyake**.

Phấn má Lancôme Blush Blanc
Expert_màu Corail Lumineux
Giá: 1.100.000 VND

Yves Saint Laurent Blush
Volupté Heart of Light

Blush

NHỮNG ĐIỀU CHƯA NÓI

Một lớp nền mịn màng có thể che phủ lỗ chân lông và khuyết điểm, nhưng đồng thời cũng che phủ vẻ tự nhiên của làn da. Trong trường hợp này, blush – phấn má hồng chính là giải pháp.

Khánh

Phấn má hồng với màu sắc thích hợp sẽ khôi phục ánh sáng khỏe mạnh trên da, làm nổi bật giai điệu tự nhiên của da và khiến làn da như phát sáng từ bên trong. Blush cũng giúp điều chỉnh lại kích thước cho khuôn mặt. Tùy thuộc vào cách nó được áp dụng, nó có thể làm sắc nét các đường nét trên khuôn mặt hay mang đến ấn tượng dễ thương và quyến rũ.

Các loại blush dạng bột là dễ áp dụng nhất với những người mới bắt đầu. Cọ má hồng là loại cọ to lông mềm, giúp giữ lại một lượng phấn dồi dào. Gõ cọ trên thành hộp phấn hay mu bàn tay để rũ bỏ các hạt thừa, sau đó quét cọ lên vùng má với những đường dài, rộng và tròn dọc theo xương gò má để tạo ra một hiệu ứng mềm mại mà không biên giới. Điều này sẽ mang lại vẻ ửng đỏ tự nhiên. Không bao giờ áp dụng blush dưới vùng mắt hay sát mũi, vì điều này có thể tạo ra một hiệu ứng xệ má và làm cho bạn trông già đi. Nếu bạn có xương gò má cao nổi bật, hãy mạnh tay gia tăng diện tích của vùng má hồng để làm mềm vùng xương gò má này. Hãy chắc chắn để blush đối xứng ở hai bên.

KẾT CẤU CỦA BLUSH

Lựa chọn kết cấu blush cũng là một vấn đề quan trọng. Kết cấu glow hay matte sẽ tùy thuộc vào kiểu da hay phong cách mà bạn muốn hướng tới. Kiểu glow với ánh sáng rực rỡ thích hợp cho da khô đang cần bổ sung sự khỏe khoắn trong khi kiểu matte cho hiệu ứng bệt, ít sáng lại hoàn hảo cho da dầu, da hỗn hợp vốn dễ bị bóng trên mặt. Nếu bạn muốn hiệu ứng mờ nhưng vẫn thích có chút ánh sáng mềm mại như ngọc trai thì kiểu semi – matte sẽ là lựa chọn phù hợp.

KỸ THUẬT BLUSH TINH TẾ

Blush cải thiện màu sắc da đồng thời bổ sung thêm đường nét cho khuôn mặt. Nếu bạn muốn giảm nhẹ sự khác biệt màu da giữa mặt và cổ của bạn, bạn có thể trộn thêm một ít phấn má hồng để pha trộn ở phía dưới cằm sau khi trang điểm vùng má của bạn. Nếu bạn muốn nâng cao vùng mũi, một chút hồng ở hai cánh mũi sẽ khiến đường nét vùng mũi sắc sảo hơn. Một chút má hồng nhẹ ở vùng giữa mũi và môi trên có thể giảm nhẹ sự mất tự nhiên của phần nền ở khu vực này.

Bobbi Brown Hot
Collection Cheek Palettes
Giá: 1.630.000 VND

Guerlain Météorites Pearls
Giá: 1.490.000 VND

Shiseido Dramatic Mood
Veil Cheek & Face color
Giá: 800.000 VND

Clinique Cheek Pop

EDITOR'S picks

*Cô nàng chiến binh dám thách thức
và dám khác biệt.*

1. Chiếc váy da lệch vai với cấu trúc bất đối xứng bước ra từ sân diễn Thu đông 2015 của *Mugler* không chỉ gợi cảm từ đường xẻ hông hay thiết kế ôm gọn lấy hông mà còn cá tính cùng những chi tiết mắt khuy kim loại vô cùng đặc biệt.

2. Vòng tay bằng resine (một loại hợp chất làm từ nhựa cây qua xử lý tinh tế) với logo signature của *Chanel* nạm đỉnh ngọc trai sang trọng nhưng cũng không kém phần mạnh mẽ, khí chất.

3. Hãy táo bạo đến tận cùng bằng màu son *Wild Lilac* của *Aerin* và sự lưu luyến lạ lùng từ *Jo Malone Birch & Black Pepper* đậm hương gỗ bu lô, tiêu đen, bạch đậu khấu.

4. Được xem là chiếc túi của Xuân Hè 2015, *Diorama* màu deep green (xanh lá thẫm) này được làm từ da bê mềm mại với biến thể trên mô típ Cannage (đan mây) signature của Dior, mang đến một làn gió mới vô cùng thanh lịch.

5. Đi kèm với váy này có lẽ một đôi sandals theo phong cách chiến binh da đen của *Gianvito Rossi* là hoàn hảo tuyệt đối. Ngoài ra, phần dây tết bằng da mềm kéo dài đến tận đầu gối quyến rũ đến say mê.





1- FLOSSY

Flossy, một thương hiệu giày đến từ Tây Ban Nha, đem đến vẻ đẹp từ sự giản dị, thoải mái, nhưng không kém phần trẻ trung, sôi nổi. Với 30 năm truyền thống khởi nguồn từ vùng Rioja, từ đó đến nay, từng đôi Flossy vẫn được làm thủ công bởi những đôi tay khéo léo. Trong bộ sưu tập Xuân Hè 2015 phong cách trẻ trung được thể hiện qua cách phối hợp chất liệu vải cao cấp hay da mềm có gam màu trung hòa nhưng lại được kết hợp với các họa tiết độc đáo tạo ấn tượng.

5 - FURLA

Furla giới thiệu phiên bản đặc biệt dành riêng cho dòng túi biểu tượng Piper nhân kỷ niệm 88 năm thành lập thương hiệu. Từ nay đến 31/5/2015, khi mua dòng túi Piper phiên bản đặc biệt hoặc tổng trị giá hóa đơn mua hàng từ 8 triệu đồng, quý khách có cơ hội tham gia chương trình rút thăm may mắn với giải thưởng là một chuyến đi xa xỉ đến với kinh đô thời trang của Ý dành cho 2 người và Voucher mua hàng tại Furla flagship store tại Milan, Italy với tổng trị giá giải thưởng lên đến 350 triệu đồng.

2 - BOTTEGA VENETA

Bottega Veneta vừa chính thức khai trương cửa hàng mới tại Trung tâm thương mại Union Square, TP.HCM. Với diện tích 193m2, cửa hàng trưng bày và giới thiệu các dòng sản phẩm dành cho nam và nữ bao gồm túi xách, giày, phụ kiện da, trang sức, kính mắt và nước hoa. Để đánh dấu sự kiện này, Bottega Veneta đã tổ chức một bữa tiệc cocktail vào thứ Sáu, 27/3/2015 với các khách mời VIP, các nghệ sĩ nổi tiếng và đại diện báo chí cùng chiêm ngưỡng và khám phá BST mới của thương hiệu.

6 - FITFLOP

Năm 2006, Marcia Kilgore sáng lập nên thương hiệu Fitflop với một sứ mệnh – Đó là sáng tạo ra đôi giày thoải mái nhất thế giới. Sự kỳ diệu của Fitflop nằm ở thiết kế sinh học của lớp đế giữa với công nghệ MicroWobbleBoard™ – lớp đế với 3 phần nhựa EVA có khả năng làm giảm áp lực và giảm mệt mỏi cho đôi chân nhanh chóng. Bộ sưu tập Xuân Hè 2015 của Fitflop tập trung vào những chi tiết vui vẻ, thư giãn và thoải mái. Trong khi mùa Xuân ngập tràn những sắc thái màu sắc vui tươi thì mùa hè là sự pha trộn của các họa tiết khỏe khoắn bằng chất liệu vải.

3 - GEOX

Geox một thương hiệu giày cao cấp dành cho Nam, Nữ và trẻ em của Ý và được biết đến với phát minh "Giày biết Thở". BST mới của Geox mùa Xuân Hè 2015 dành cho Nữ kết hợp giữa chất lượng cao cấp với xu hướng thời trang tiên phong trong mùa. Lấy cảm hứng từ các nhu cầu sử dụng của mẫu phụ nữ hiện đại, Geox đã cải tiến các thiết kế với nhu cầu sử dụng trong suốt một ngày.

7 - BUTTERFLY TWISTS

Thương hiệu Butterfly Twists mang đậm phong cách Anh quốc và khẳng định được đẳng cấp hàng đầu bằng chất liệu cao cấp, mũi giày xinh xắn, màu sắc, họa văn sinh động cùng các chi tiết kim loại bắt mắt. Tất cả cùng hòa quyện như một bản nhạc tươi đẹp. BST mới là các mẫu giày ballerina đầy nữ tính và đam mê với những gam màu biến hóa từ xanh nhạt, hồng san hô hay hồng phớt đến sâu thẳm của xanh dương và nóng nần của đỏ. Sản phẩm đang có mặt tại hệ thống cửa hàng SHOOSZ tại TP.HCM và Hà Nội.

4 - TOPMAN

Mùa hè năm nay, Topman ra mắt BST Harrington với những mẫu thiết kế mang phong cách thể thao được lấy cảm hứng từ xu hướng thời trang đường phố của giới trẻ Anh Quốc. BST này mang đến sự thoải mái và tự tin cho các chàng trai thể hiện phong cách cá nhân của mình qua chiếc áo khoác sweeter bên ngoài áo sơ mi, bên trong phối layer áo thun màu trung tính cùng quần jeans skinny màu indigo hoặc quần chinos cùng giày sneaker năng động.

8 - ROCKPORT

Xuân hè năm nay, thương hiệu giày da thể thao Rockport ra mắt BST mới mang tên Walk 360. Đây được coi là mẫu giày đi bộ tốt nhất từ trước tới nay của hãng. Không quá cầu kỳ về màu sắc và kiểu dáng, nhưng Walk 360 lại sở hữu những công nghệ đỉnh cao. Khả năng kiểm soát khí hậu tốt cho phép những đôi giày mang tên Walk 360 thoát độ ẩm và nhiệt dư thừa, giúp đôi chân luôn khô thoáng, mát mẻ.

EDITOR'S picks

Pattern-on-pattern là tuyên ngôn mới của những cô nàng tự tin và can đảm!

1. Sau khi trở thành phu nhân của một gia tộc kinh doanh fur (lông thú), Consuelo Castiglioni sáng lập *Marni* năm 1994 với tham vọng mang đến những trang phục bắt mắt hơn bên dưới những chiếc áo khoác đắt tiền. Và với tinh thần đó, một chiếc áo cấu trúc bất đối xứng in hoạ tiết floral rực rỡ trên nền vải linen là một “báu vật” đậm chất *Marni* cho dù đông hay hè.

2. Để chơi hoạ tiết cùng floral mà vẫn giữ tinh thần sang trọng thì chiếc váy bút chì cao cổ của *Stella Jean* là sự lựa chọn hoàn hảo với hình in cùng tông màu, đồng thời phảng phất chút hoang dã phóng khoáng.

3. Cuối cùng, đừng bỏ quên phụ kiện khi bạn hoàn toàn có thể khiến mọi thứ hoàn hảo chỉ bằng những thứ thật nhỏ như đôi khuyên xinh xắn đính đá tanzanites của *Melissa Joy Manning* hay chút hương thơm hoa anh đào dịu ngọt tươi mát từ *Jo Malone Sakura Cherry Blossom* vừa mới xuất hiện vào tháng 04 này.

4. Trí tưởng tượng đột nhiên mở ra một cánh cửa mới khi trên nền blue thăm thẳm, bỗng nhiên điểm xuyết bằng một sự thay đổi của sắc tím ngả xanh của cặp kính *Le Specs*.

5. Hãy đẩy sự sang trọng đến cực đại bằng một đôi pump của *Oscar de la Renta* trong bộ Xuân hè 2015 với cả vườn hoa bằng ren đan tinh tế bùng nở trên mỗi bước chân!



Những kiểu *Liner* mới

Trong khi son môi là biểu tượng cho tình dục thì eyeliner lại là một cái nhìn trực diện vào cá tính của người mang nó. Một đường kẻ mịn tinh tế cho thấy sự nữ tính và cầu toàn của chủ nhân, kẻ xèch mắt mèo bộc lộ những nét dữ dội, kẻ lem phần dưới thể hiện sự quậy phá còn kẻ đồ họa cho thấy sự hiện đại và thách thức.

1. KẸ MẮT ĐÔI MÀU TRẮNG

Chỉ kẻ mắt màu trắng là một màu hiếm trong thể loại này. Nhưng kể từ khi những đường kẻ màu trắng được trình bày trên sàn diễn thì vẻ đẹp của nó đã được công nhận. Kẻ mắt màu trắng mang đến sự nổi bật khác lạ mà màu đen truyền thống không thể có được. Trong trường hợp này, bạn cần viền chỉ màu trắng ở cả hai đường viền trên và dưới, sát mí trong. Hai đường viền này sẽ chạy song song ở phần đuôi tạo ra một điểm nhấn thú vị.

2. PHÁ CÁCH VỚI MÀU ĐỎ

Một đường viền ngắn đậm màu đỏ cam chạy từ nửa dưới bầu mắt sang khoe mắt có vẻ không phải phong cách ứng dụng cho eyeliner hàng ngày. Nhưng nó sẽ rất tuyệt vời nếu bạn vào bar, club trong một chiếc váy đêm sexy. Kẻ mắt kiểu này thường sẽ rất thích hợp với một khuôn mặt cá tính kiểu model.



6. SỰ RỰC RỠ CỦA MÀU XANH

Một đường viền xanh blue đậm ở cả hai viền mắt mang đến phong cách trang điểm đậm chất drama. Sự tinh tế thể hiện trong việc kết hợp hai màu sắc: xanh blue sáng kẻ sát mí trong, xanh blue đậm gần ngả sang chàm kẻ đè ở mí ngoài và chòm lên mí gần như mascara.



4. ĐƯỜNG KẸ BẰNG... MIẾNG DÁN

Nếu bạn không tự tin vào khả năng kẻ mắt của mình, thì sử dụng một miếng dán hình eyeliner sẽ là một cách thay thế khả thi. Trong trường hợp của Dior và Fendi mùa xuân năm nay, những miếng dán eyeliner màu tươi sáng như xanh, hồng, đồng... tinh tế và sắc sảo là một trong những điểm nhấn quan trọng.



3. KẸ MẮT ÁNH NHŨ

Không hẳn là một đường kẻ, với chút ánh nhũ chấm nhẹ ở vùng bầu mắt dưới, khoe mắt và chính giữa viền mắt trên, đây gần như một kiểu trang trí lấp lánh cho mắt. Phong cách này cho chúng ta một gợi ý về việc nhũ đậm hoàn toàn có thể áp dụng riêng lẻ trên vùng mí, chứ không phải một phụ kiện đính kèm phần mắt như thường lệ.

CAT EYE BIẾN TẤU

PHẦN ĐUÔI MẮT XÉCH KIỂU CAT EYE LÀ KIỂU KẸ MẮT TRUYỀN THỐNG ĐƯỢC ƯA THÍCH. BẠN CÓ THỂ BIẾN TẤU PHẦN ĐUÔI MẮT NÀY NHƯ THẾ NÀO?

Style 1



Style 2



Style 3



Những công thức THẨM HOA

Khánh

HẦU HẾT NHỮNG NGƯỜI BẠN CỦA TÔI ĐỀU CÓ MỘT VÀI VẤN ĐỀ VỀ DA: MỤN, HOẶC NẾP NHĂN, HOẶC TÀN NHANG, HOẶC NÁM, DA HOẶC QUÁ KHÔ, HOẶC QUÁ DẦU. VÀ KHÔNG KHÓ ĐỂ HỌ CHỐNG CHÁT CÁC SẢN PHẨM KHÁC NHAU LÊN MẶT ĐỂ SỬA CHỮA NHỮNG VẤN ĐỀ KHÁC NHAU. CÓ ĐIỀU, KHI CÁC GIẢI PHÁP ĐƯỢC KẾT HỢP, CHÚNG CÓ THỰC SỰ HIỆU QUẢ?



Toner + Retinol = Sự lãng phí tiền bạc

Thói quen chăm sóc da của chúng ta thường có các bước cơ bản như làm sạch, toner, serum, dưỡng ẩm. Nhưng nếu bạn đang sử dụng một đặc trị từ retinol, bạn có thể bỏ qua bước toner. Retinol đang là thành phần được săn lùng tại Việt Nam cũng như nhiều quốc gia trên thế giới, do những tính năng ưu việt mà nó mang lại (kết nối với hầu hết các tế bào da và tác động lên chúng để chúng hoạt động như những tế bào khỏe mạnh).

Vì sao dùng retinol có thể bỏ qua bước toner?

Trước hết, hãy xem xét các tác dụng truyền thống của toner. Đầu tiên là cân bằng độ pH cho da sau khi rửa mặt. Tác dụng này thực ra đã lỗi thời, vì hầu như các chất tẩy rửa chất lượng cao hiện nay đều đã cập nhật tính năng này cho người dùng. Tính năng chính thứ hai của toner là chứa các chất tẩy tế bào chết làm sạch da lần thứ hai. Tính

năng này hoàn toàn vô ích nếu bạn đang dùng retinol – bởi bản thân retinol đã là một giải pháp cực mạnh để điều trị các vấn đề của da. Những người mới dùng retinol thường hay phải đối mặt với các vấn đề như bong tróc, đỏ da. Nếu toner chứa cồn (và rất nhiều toner hiện nay đều đang chứa cồn) thì thành phần này chỉ làm cho tình trạng đỏ da, bong tróc ban đầu (do retinol) càng thêm khó chịu. Chưa kể một số sản phẩm retinol có bổ sung thêm chất tẩy da chết AHA để tăng cường tác dụng thay đổi sắc tố, trong trường hợp này thì tính năng tẩy da chết nhẹ của toner càng thêm vô ích.

Lột tẩy hoá học + Isotretinoin = Nguy hiểm cấp độ 1

Cả lột tẩy hoá học và Isotretinoin đều là những giải pháp mạnh mẽ để can thiệp vào những vấn đề khá “cứng đầu” của da như mụn, sắc tố da, lỗ chân lông... Nhưng khi kết hợp hai vị siêu anh hùng này cùng một lúc, cái bạn nhận được sẽ là một biệt đội... thảm họa. Bởi Isotretinoin sẽ khiến mức độ lột tẩy trở nên không thể kiểm soát: các chất tẩy da chết như AHA, BHA có thể đi sâu vào da hơn mức thông thường của chúng và gây ra các phản ứng vật lý như mẩn đỏ, bong tróc, đóng vảy, sưng hoặc phỏng rộp, chưa kể gia tăng quá trình nhiễm trùng sau lột tẩy. Tất cả những trung tâm thẩm mỹ chuyên nghiệp đều không thực hiện dịch vụ lột tẩy nếu bạn đang sử dụng Isotretinoin trong sáu tháng gần nhất.

Dầu dưỡng ẩm + Hyaluronic Acid = Vô tác dụng

Hyaluronic Acid có khả năng ngậm nước gấp 1000 lần so với trọng lượng phân tử của nó và là thành phần siêu sao trong những hộp kem dưỡng ẩm có cấu trúc dạng nước (water based cream). Thành phần này giúp da ngậm nước lâu hơn và giảm nếp nhăn. Với những ai đang sử dụng sản phẩm có chứa Hyaluronic Acid thì điều quan trọng là không được bôi sản phẩm dạng dầu lên mặt trước đó (tinh dầu thực vật hoặc bất cứ sản phẩm kem dưỡng chứa dầu nào). Nguyên nhân rất đơn giản: Hyaluronic Acid không thể băng qua lớp dầu để thấm vào da, có nghĩa là nó không thể ở đúng vị trí để thực hiện công việc của mình. Nếu bạn không thể bỏ qua loại dầu dưỡng yêu thích thì hãy áp dụng sản phẩm chứa Hyaluronic Acid trước rồi sau đó mới đến dầu dưỡng (hoặc kem dưỡng ẩm có cấu trúc dạng dầu).

Một số người có thói quen tẩy trang bằng dầu và không rửa mặt lại với sữa rửa mặt. Thói quen này không có gì sai vì nhiều loại dầu tẩy trang được thiết kế với mức độ làm sạch khá cao, không nhờn rít. Tuy nhiên, nếu ngay sau đó bạn muốn áp dụng kem dưỡng chứa Hyaluronic Acid thì tốt hơn là nên rửa lại bằng sữa rửa mặt bởi dư lượng dầu có thể vẫn đang đọng lại trên da và ngăn cản hoạt động của Hyaluronic Acid.



retinol 10x serum

Benzoyl Peroxide + Retinol = Bong tróc

Cả hai chất này đều là những thành phần có tác động mạnh đến tế bào da, kích thích hoạt động tế bào để sửa chữa các vấn đề như nếp nhăn, sắc tố, vết chân chim. Nhưng pha trộn giữa Benzoyl Peroxide + Retinol không khác gì đổ chất kích thích vào một lọ Red Bull. Quá nhiều chất kích thích sẽ khiến cơ thể không thể xử lý cùng một lúc. Benzoyl Peroxide + Retinol có thể dẫn đến nhiều vấn đề tiêu cực, từ bong tróc, đỏ da đến phỏng rộp và sẹo.

Nếu muốn sử dụng hai sản phẩm cùng thời điểm, bạn nên dùng một vào ban ngày và một vào ban đêm. Retinol nồng độ thấp có thể sử dụng vào ban đêm (thành phần này nên tránh ánh nắng bằng mọi giá). Còn benzoyl peroxide 5% có thể dùng ban ngày để nâng cao hiệu quả tái tạo da.



Skinceuticals Retinol 1.0

say trong làn khói

Smoky

perfume: ấm nóng và tràn

tục với những hương vị đậm chất trần gian.

Thành Hào



Sunsmoke by Priya Means Love Winner

Năm 2008, Estée Lauder ra mắt Sensuous tại Việt Nam và như thường lệ, họ gửi đến cho tôi một bản thông cáo kèm vial. Tôi cho đăng thông tin lên chuyên mục của mình và để vial vào một góc (bởi vốn không mong đợi nhiều với những chai nước hoa đến từ các thương hiệu mỹ phẩm lớn). Phải nửa tháng sau, tôi mới xúc thử Sensuous lần đầu tiên và nhận ra sai lầm của mình. Một hương thơm khá xuất sắc với sự đóng góp của mùi gỗ thơm đang cháy. Không phải kiểu gỗ than cháy dở nghi ngút khói ở nhiệt độ thấp mà là nhựa gỗ thơm được nung chảy ở nhiệt độ cao, với mùi thơm nóng ấm phảng phất không rõ nguồn gốc. Cho đến bây giờ, Sensuous vẫn là một lựa chọn tuyệt vời nếu bạn muốn một hương thơm smoky trung tính và cân bằng với hương gỗ đàn hương và mùi khói thơm.

Cũng giống như mùi da thuộc, mùi khói luôn luôn gợi ra rất nhiều liên tưởng và cảm xúc. Khói của cây nến đốt lên trong căn phòng giá lạnh, khói bếp bùng trong đêm lửa trại toả ra mùi nhựa thơm và hăng của gỗ tươi, khói từ chiếc gạt tàn đầy còn nghi ngút một đầu lọc đang cháy dở, hay vị khói đặc trưng của của than bùn đầm lầy nước Anh trong những chai whisky Scotland chứng cất thủ công. Vị khói này được tạo ra từ một hợp chất gọi là phenol, toả ra trong quá trình sấy mạch nha lúa mạch và được xem là một note mùi quen thuộc xuất hiện trong nhiều chai nước hoa smoky.

Nhưng mùi khói whisky chỉ là một dấu chấm phẩy nhỏ bé trong thế giới phức tạp và mênh mông của nước hoa smoky, với mùi hương

rất khó mô tả bởi hầu như nó chỉ có thể được cảm nhận bằng trải nghiệm và ký ức. Nếu có điểm giao tụ giữa những trải nghiệm ấy thì hẳn là sự ấm nóng bất tận của lửa – khởi phát cho làn khói mỏng manh nhưng mãnh liệt và day dứt.

Mùi khói được tạo ra từ những nguyên liệu tự nhiên và tổng hợp đa dạng, thường có mối gắn bó chặt chẽ gần như khó tách rời với nhóm mùi phương Đông, mùi da leather hoặc nhóm mùi gỗ. Mùi khói có thể được tạo ra từ hương trầm (incense) hay nhựa thơm (resin) bốc cháy. Cũng có thể là mùi tobacco hoặc mùi cigarette, với vị ngọt nhiều sắc thái và thậm chí có đôi chút khía cạnh của whisky. Hay đơn giản là sự tổng hợp giữa các note gỗ, da thuộc và hổ phách theo một tỷ lệ nhất định để tạo ra một âm hưởng, một ảo ảnh của khói.

Mùi khói khô ngát trong Chanel Cuir de Russie đến từ nhựa bạch dương. Thành phần này được sử dụng trong các xướng thuộc da của Nga, tạo ra mùi hương gỗ sâu và nóng, gắn bó chặt chẽ với mùi da thuộc. Nhựa bạch dương tinh khiết cũng là thành phần chính cho một mùi nước hoa smoky nổi tiếng: Le Labo Patchouli 24. Nhựa bạch dương và da bóng tạo ra một mùi hương như thể “một ngọn lửa được chứng cất”. Trong Sonoma Scent Studio Winter Woods, nhựa bạch dương kết hợp với đầu bách xù – công thức truyền thống để tạo ra mùi khói chất của smoky perfume. Vị chất khét này được cân bằng một cách tinh tế với những vật liệu ấm nóng như tuyết tùng, đàn hương, labdanum, hải ly, long diên hương, xạ hương để rồi tất cả được lắng xuống trong một dry down ngọt và say.

Nhựa bách xù, nhựa bồ đề, nhựa labdanum, nhựa opoponax, và các vật liệu mang tính animalic như hải ly cũng có thể tạo ra một số sắc thái của mùi khói: tinh tế như trong Guerlain Shalimar hoặc sắc sảo như trong Comme des Garçons Tea.

Và không thể bỏ qua Oud – vật liệu này bản thân nó đã là một hương khói cơ bản với mùi thơm chỉ lan tỏa khi đốt lên. Khác với mùi khói chất và hắc từ nhựa bạch dương hay dầu bách xù, mùi khói trầm mang trong nó sự thiên biến vạn hoá của những sắc thái cay, đắng, ngọt khác nhau. Ở mùi hương này, nó mang đến sự thiền định an lạc và suy tưởng. Ở mùi hương kia, nó lại gần với sự cám dỗ, xa hoa và gợi tình.

Những hợp chất tổng hợp thuộc nhóm mùi smoky vô cùng phong phú. Ví dụ như hợp chất thơm Pyralone, 6-(1Methylpropyl) quinolone sẽ tạo ra một hương khói mềm mại có sự pha trộn nhẹ nhàng giữa tobacco, da thuộc và gỗ. Trong khi đó, Guaiacol (2-methoxyphenol) lại mang đến một hương khói mạnh mẽ của than cháy, gia vị, mùi vanilla và thậm chí là mùi mặn mà của thịt ướp. Hợp chất phenol – một hợp chất hữu cơ ở dạng tinh thể màu trắng – sẽ tạo ra mùi khói phenolic hăng, cay và hắc gần như nhựa đường nóng chảy. Dù vậy, mùi phenolic khi đi vào nước hoa lại tạo ra những sắc thái tuyệt đẹp như Eau de Fier của Annick Goutal, Chanel Cuir de Russie, Etro Gomma, Knize Ten hay một thành công xuất sắc đến từ Bvlgari: Black. Black ra mắt năm 1998, một tác phẩm của perfumer Annick Ménardo. Mùi hương pha trộn giữa nhựa resin và khói theo một cách kỳ lạ, âm i và táo bạo. Black có sự cân đối giữa các nốt đen đặc của khói, nhựa cao su và da ngay từ giây phút đầu tiên. Mùi hương này tạo ra sự độc đáo có một không hai khiến người ta không thể cưỡng lại việc thưởng thức nó ở những giây phút tiếp theo. Cùng với thời gian, Black phát triển thành một phương Đông huyền ảo với vani và hổ phách kiến tạo nên sự ngọt ngào sâu

lắng. Ở dry down, mùi khói và nhựa trở lại nhưng mịn màng và ấm áp hơn, như một tấm lụa cashmere cổ điển và quyến rũ. Mùi khói trong Black được tạo ra trên nền của mùi trà đen Lapsang souchong sản xuất tại tỉnh Phúc Kiến (Trung Quốc), có vị khói đặc trưng khi được sấy khô trên than gỗ thông.

Mùi khói luôn là một sắc thái đặc biệt tinh tế trong nước hoa. Có lúc bạn nhận ra nó một cách rõ ràng, có lúc nó chỉ đơn giản là một khơi gợi, một liên tưởng đậm chất trừu tượng. Vai trò của mùi khói trong nước hoa nhắc tôi nghĩ về vai trò của mùi khói trong scotch whisky đã được nhắc đến ở đầu bài viết này. Vị khói của scotch whisky hoàn toàn có thể đo đếm và được các nhà sản xuất tính toán một cách tỷ mỉ cho từng thương hiệu, từng nhãn rượu khác nhau. Nồng độ hương khói ấy được biểu thị bằng nồng độ ppm (parts per million) của chất phenol. Whisky của Lagavulin hay Laphroaig có khoảng 30 ppm, trong khi nhiều loại Whisky như của hãng Octomore được cho là có trên 80 ppm phenol. Nhưng với nước hoa, bạn sẽ chẳng thể tìm được con số nào về nồng độ khói trong đó. Sự đo đếm về tỷ lệ, nếu có, chỉ có thể được cân nhắc dưới bàn tay tài hoa của perfumer để đạt đến sự cân bằng tinh tế.

Bởi khói là con dao hai lưỡi trong nước hoa hoặc bất cứ thứ gì mà nó có mặt: nó có thể chế ngự mùi vị và hương thơm để tạo ra một đỉnh cao mới, nhưng cũng có thể bóp méo hay loại bỏ các sắc thái đặc biệt. Quá nhiều mùi khói trong nước hoa sẽ mang đến những cảm giác không mấy dễ chịu: mùi cao su cháy, mùi than khét hay mùi hắc ín... Khứu giác thậm chí có thể phát tín hiệu cảnh báo lên não bộ với những mùi có tính “nguy hiểm” mà nó vừa bắt gặp. Nhưng ở một tỷ lệ thích hợp, mùi khói sẽ quấn quýt với hương gỗ để gia tăng sự ấm nóng, giảm bớt vị hắc đắng của nhựa resin, thêm vào chút vanilla cho mùi da thuộc... và tạo ra một cảm giác sống động tràn trề đầy say đắm.



Extatic Eau de Parfum dành cho cô nàng quyến rũ, nữ tính, và nổi loạn. Luôn luôn khiêu khích, táo bạo và chút kiêu căng. Cô nàng là một tín đồ thời trang và để ý đến từng chi tiết diện lên như thể cô phải luôn luôn có vẻ ngoài ở trạng thái xuất thần...

Extatic Eau de Parfum với hương thơm đầu là sự bùng nổ và tỏa sáng của hồng Bulgari, hoa mộc và lê mang đến sự nữ tính. Tầng hương giữa là sự pha trộn thanh lịch và phóng khoáng của Nhài đêm, Lan Vũ nữ và Iris. Quyến rũ, tinh tế và nổi loạn với sự hòa quyện của Gỗ Amyris, Trâm hương và Da Barenia trong tầng hương cuối lưu lại dấu ấn nổi bật và khó phai.

Chai nước hoa Extatic được thiết kế với lớp viền màu đen và màu vàng sang trọng theo sự chỉ dẫn của Olivier Rousteing. Những hoa văn phía dưới nắp chai là sự phản chiếu tinh tế những chất liệu và phụ kiện sử dụng trong bộ sưu tập của Balmain. Vòi xịt được gắn ống màu đen ở giữa mô phỏng theo gót nhọn của chiếc giày cao gót – nữ tính và quyến rũ. Phía trên nắp khắc chữ Balmain thanh thoát như những nếp gấp tinh tế của những bộ cánh của nhà Balmain.

Hương đầu: Lê Nashi, Hồng Bulgari, Hoa Mộc
Hương giữa: Hoa Nhài Đêm, Lan Vũ Nữ, Orris
Hương cuối: Gỗ Amyris, Gỗ Trâm Hương, Da Barenia

GIÁ BÁN :

EDP 90ml : 3.150.000 VND

EDP 60ml : 2.150.000 VND

EDP 40ml : 1.550.000 VND

Sản phẩm nước hoa Balmain Extatic EDP sẽ ra mắt tại Việt Nam từ ngày 01/4/2015 tại tất cả các hệ thống cửa hàng Paris & France & hệ thống Parkson.

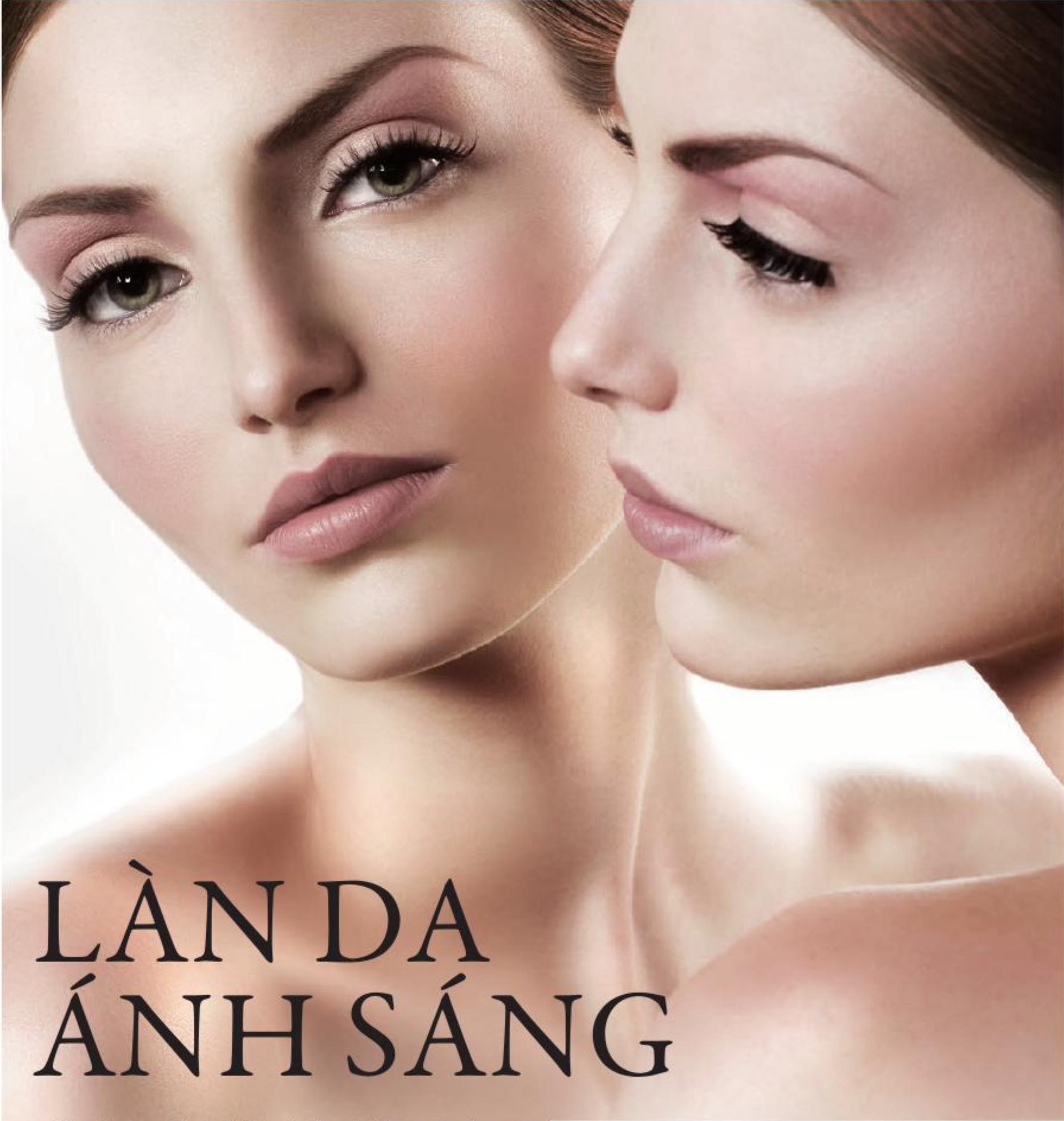


BALMAIN EXTATIC

*Ấn dụ hoàn hảo cho người
phụ nữ của Balmain*

QUYẾN RŨ, HỢP THỜI, NỮ TÍNH, LÔI CUỐN VÀ TÁO BẠO

“Theo Olivier: Đó có thể là táo bạo, quyến rũ, thu hút mà không chút thô tục, và nổi ám ảnh của tôi là làm sao mang đến cho thời trang sự cân bằng biếm cớ. Đây chính là thứ mà nước hoa Extatic Eau de Parfum đạt được. Thật sự hoàn hảo.”



LÀN DA ÁNH SÁNG

Có những khác biệt tinh tế đến mức bạn chỉ có thể cảm nhận được vẻ đẹp mà không thể biết rõ ràng rằng vẻ đẹp đó xuất phát từ đâu. Ánh sáng trên làn da là một nét đẹp như thế.

Thành Hào

Ánh sáng phản chiếu trên da thực ra là điều vô cùng quan trọng (Thậm chí có nghệ sỹ make up từng so sánh nó với một liều vodka mạnh trong cốc vodka soda, hay một lượng espresso đậm đà trong cốc latte) – đó là “tử khoá” cho làn da đẹp sau các bước make up và khiến nhan sắc toả sáng thực sự. “Làn da chỉ rạng rỡ và toả sáng (theo nghĩa đen) khi nó đủ mịn để phản chiếu ánh sáng. Và khi các enzyme làm bong đi tất cả những tế bào chết trên bề mặt da” (Jeannette Graftrø - trợ lý giáo sư lâm sàng khoa da liễu tại trường Dược Mount Sinai ở thành phố New York). “Nhưng bất cứ khi nào da của bạn khô hạn, các enzyme này chậm lại và các tế bào chết chồng chất lên, giảm đi độ khuếch tán ánh sáng và làm cho da mờ xỉn”. Thực ra, đây chỉ là một trong các lý do để khiến bề mặt da sạm đi.



Đường phá huỷ collagen và elastin, gây sạm và nếp nhăn theo theo thời gian.

Ánh sáng bị huỷ hoại với

- ❶ **Nhiệt độ:** Nhiệt độ và điều hoà không khí là hai yếu tố lớn nhất khiến bề mặt da khô hạn và mất đi độ phản chiếu ánh sáng.
- ❷ **Thiếu ngủ:** Cơ thể bạn thỉnh thoảng có thể tự phục hồi được sau những đêm thiếu ngủ bất chợt. Nhưng nếu điều này diễn ra ở một tần suất thường xuyên, da không những mờ đục mà còn xanh xao.
- ❸ **Quá nhiều caffeine:** Đừng quên cà phê là một chất khử nước. Uống cà phê thường xuyên liên tục là một trong các nguyên nhân khiến da mất nước.
- ❹ **Ăn uống như sinh viên:** Quá nhiều đường, quá nhiều tinh bột, quá nhiều nước ngọt có ga hay rượu. Chế độ ăn uống thoải mái của tuổi trẻ sẽ khiến bạn phải giặt mình vào 10 năm sau. Đường phá huỷ collagen và elastin, gây sạm và nếp nhăn theo theo thời gian.
- ❺ **Stress:** Điều này ai cũng biết, stress như chiếc kính phóng đại tất cả những thiệt hại mà da bạn đang phải hứng chịu. Chẩn viêm da, sự nhạy cảm, độ khô hạn, các nếp nhăn sẽ nguy ngập hơn nếu bạn đang trải qua một tâm trạng tồi tệ trong thời gian dài. Khi stress, da tiết nhiều hơn cortisol – nguyên nhân khiến bề mặt da trở nên tối và sạm.
- ❻ **Gen:** Sau tất cả những lý do trên thì gen là “kẻ giấu mặt” quyết định khá nhiều % trong tính chất da của bạn: vì sao da tôi dễ bị nám? Vì sao da tôi có lỗ chân lông to? Vì sao da tôi hay nổi mụn hoặc vì sao da tôi xạm màu hơn da người khác?

Thành phần nào tốt?

Có những chất quan trọng có thể khôi phục làn da mịn màng và nên được tìm kiếm trong lọ kem dưỡng da của bạn. Những thành phần này không hề xa lạ, nhưng đôi khi không được đánh giá cao vì chúng đã quá quen thuộc, và tâm lý phụ nữ luôn thích tìm kiếm những thứ mới lạ. Các chuyên gia của ngành công nghiệp này nói rằng: hãy sử dụng những thứ đã được công nhận và thực sự mang đến hiệu quả tốt. Và đây là 3 trong số đó:

❶ Chất chống oxy hóa

“Một huyết thanh hoặc kem dưỡng ẩm với chất chống oxy hóa sẽ làm sáng da của bạn trong khoảng một tháng” Susan Taylor, chuyên gia tại Trung tâm Màu của da (Bệnh viện Roosevelt tại thành phố New York) cho biết.

❷ Ceramides

Ceramides củng cố hàng rào độ ẩm tự nhiên của làn da của bạn để giữ cho nó ngậm nước. Các enzym tróc da trong làn da của bạn cần nước để hoạt động hiệu quả.

❸ Retinol

Những chất này giúp làm “mịn bề mặt da, tăng cường sản xuất collagen, và thậm chí tạo ra sắc tố làm cho làn da phản chiếu ánh sáng tốt hơn”.

Tẩy da chết vùng mặt: thứ gì tốt?

Tẩy da chết là con đường nhanh và ngắn nhất để cải thiện bề mặt da. Tẩy da chết Tẩy tế bào chết là con đường nhanh nhất để làn da rạng rỡ: Nó tạo ra một bề mặt đồng đều hơn giúp việc phản xạ ánh sáng đồng đều.

❶ Da bình thường

Một loại tẩy da chết chứa glycolic acid là “một trong những tẩy da chết hiệu quả nhất bởi vì nó thấm sâu”, Brandt nói. Dù vậy, sản phẩm này cũng có thể hơi khó chịu. Sau khi tẩy da chết, nên dưỡng ẩm để ngăn ngừa tình trạng viêm. Hãy tìm kem dưỡng ẩm cho da nhạy cảm với ceramides hoặc trà xanh.

❷ Da nhờn hoặc kết hợp

Loại da này khuyến khích tẩy da bằng các hạt siêu mịn (đường hoặc muối đã được xử lý). Một thành phần khác được da dầu vô cùng ưa chuộng là axit salicylic – thành phần phổ biến nhất thế giới để loại bỏ tế bào chết. Mức độ loại bỏ tất nhiên phụ thuộc vào nồng độ của axit salicylic này. Nồng độ dưới 1%, bạn có thể sử dụng hàng ngày. Nồng độ trên 2%, khi sử dụng cần có lưu ý hướng dẫn và chỉ nên thực hiện 1-2 lần/tuần. Thành phần này cũng được các nhà sản xuất kết hợp trong lotion hay kem dưỡng chứ không chỉ có trong tẩy da chết, do đó, phạm vi sử dụng của các bạn sẽ rộng hơn.

❸ Da khô, da nhạy cảm

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

❹ Da sạm nám và nhiều khuyết điểm

Một dịch vụ lột tẩy hoá học 1-2 lần/năm có lẽ sẽ là câu trả lời của bạn. Không nên tự ý lột tẩy tại nhà với glycolic acid liều cao. Lột tẩy có khá nhiều “kiêng kỵ” và bạn cần đến tư vấn tại một salon uy tín.



Tẩy da chết Clarins One-Step Gentle Exfoliating Cleanser với chiết xuất cam cho làn da sạch.

Tẩy da chết Dermalogica Daily Microfoliant từ cám gạo và Salicylic Acid. Giá: 2.103.000 VND - 75ml

Tẩy da chết The Body Shop VITAMIN C MICRODERMABRASION Giá 789.000 VND

Tẩy da chết Origins Modern-Friction với bột gạo và chiết xuất lô hội - sản phẩm bán chạy của Origins.

Phấn nền phản chiếu ánh sáng Chanel LE BLANC Light Creator Whitening Compact Foundation
Giá: 1.785.000 VND.

Phấn nền đa chức năng Sulwhasoo PERFECTING CUSHION cho lớp nền đẹp tự nhiên mềm mại.
Giá: 1.200.000 VND

Phấn nền dạng nén Lancôme blanc expert spf 35/PA +++ chống tia UV. Giá: 1.200.000 VND

Phấn nền dạng lỏng Lancôme blanc expert spf 50/PA +++ chống tia UV, kiềm dầu, cho lớp nền mềm mại.
Giá: 1.200.000 VND

Tips của chuyên gia

Các ngôi sao trước khi bước lên thảm đỏ sẽ có một thời gian ngắn được chăm sóc kỹ lưỡng bởi các chuyên gia như Harold Lancer (Người điều trị da liễu cho Victoria Beckham và Oprah Winfrey). Nếu bạn không phải ngôi sao, hãy làm theo các hướng dẫn của Lancer tại nhà trước khi bước vào một bữa tiệc.

❶ Phấn nền

Phấn nền Luminous (có nhiều thành phần giúp phản chiếu ánh sáng) không phải lựa chọn số 1. Lựa chọn tốt nhất chính là nền có bề mặt tự nhiên. Theo Lancer, khi trang điểm tiệc tùng, người ta rất ít khi thoa chỉ một lớp phấn. Các lớp mỏng sẽ chồng lên nhau để tạo ra hiệu ứng cao nhất. Phấn nền Luminous khi đè lên nhau sẽ khiến bề mặt nhìn giả tạo và kém tự nhiên.

❷ Phấn má

Phấn má hồng màu đào được pha trộn trên ngón tay để màu sắc được hoà trộn, sau đó áp dụng trên má.

❸ Tinted moisturizer

Dưỡng ẩm màu (hay sản phẩm làm đều màu da) không nên dùng toàn bộ gương mặt mà chỉ nên dùng ở vùng highlight như gò má, cằm, trán. Sản phẩm này sẽ soi sáng các vùng cao của gương mặt và tạo bóng cho các vùng còn lại một cách tự nhiên.

❹ Lập kế hoạch 30 ngày

Nếu bạn có một sự kiện quan trọng, nên lập kế hoạch chăm sóc da trước 30 ngày. Kiểm soát những gì bạn ăn, uống và thực hiện chăm sóc da tỹ mỹ, bạn sẽ thấy sự khác biệt sau 30 ngày bởi đây là thời gian cần thiết để tế bào cũ được thay thế bằng tế bào mới.

❺ Can thiệp bằng ánh sáng

Với những khách hàng trung niên, khả năng hồi phục da không còn mạnh mẽ. Bạn nên tìm kiếm những biện pháp hỗ trợ từ ánh sáng. Nguồn sáng laser có thể đẩy nhanh tốc độ sản sinh của collagen dưới bề mặt da.

Tẩy da chết chỉ hoạt động khi bạn thấy rát trên da?

Một sai lầm lớn mà nhiều người sử dụng thường mắc phải. Bạn tôi nói cô ấy thích cảm giác hơi rát nhẹ vì như thế có nghĩa là các thành phần đang hoạt động trên da. Tẩy da chết tốt có thể loại bỏ tế bào chết mà không khiến da bạn có bất cứ cảm giác gì. Và nếu sản phẩm gây rát, điều đó chỉ chứng tỏ nó có khả năng kích ứng, hoặc quá "nặng đô" cho làn da của bạn. Cảm giác rát nhẹ có thể không nguy hại gì cho da thường nhưng có thể khiến các triệu chứng viêm hay mẫn cảm nặng lên.

Luyện tập kỹ năng Highlight

Tạo khối là thủ thuật hiệu quả nhất để khiến làn da trở nên rạng rỡ. Nhưng rất ít người thích sử dụng (trừ khi bạn là một make up chuyên nghiệp). Đây là những cách để khiến Highlight trở nên dễ dàng hơn:

- Sử dụng cọ để highlight có thể khiến lượng phấn dư thừa và bạn không thể kiểm soát được chúng. Thay vì phủ phấn trên mặt, hãy phủ lên ba ngón tay giữa. Vỗ nhẹ ba ngón tay lên xương gò má, giữa cằm, vùng trán cho đến khi bạn cảm thấy hiệu quả như ý.

- Làm sáng cho vùng da mụn: Đầu tiên, bạn cần một primer tốt để làm mịn vùng da mụn. Sau đó, hãy sử dụng một loại phấn bột để highlight các vùng cần thiết. Cọ chỉ nên sử dụng một đường lướt nhẹ, không di cọ nhiều lần.





Khi sở hữu một sản phẩm tốt và một *brand name* nổi tiếng, người ta có quyền phớt lờ nhiều thứ, ví dụ những chiếc bao bì cầu khách. Đó là lý do, bạn sẽ thấy nhiều thương hiệu nổi tiếng có những bao bì vô cùng cổ điển và đơn giản (tất nhiên vẫn được đánh giá cao bởi những tín đồ của trường phái tối giản). Tuy nhiên, đây không phải suy nghĩ của tất cả. Bằng chứng là nhiều thương hiệu đang cho thấy mối quan tâm đặc biệt của họ đối với sự quyến rũ từ “lớp áo đầu tiên” này.

Vậy những vũ khí nào đang được họ sử dụng?

KÍCH THÍCH SỰ NGẠC NHIÊN

Chúng ta luôn luôn có một số mặc định truyền thống về sản phẩm. Ví dụ, một chai gel tẩy trang sẽ phải có hình dạng thông thường của một chai mỹ phẩm, như kiểu dấu gôi hoặc sữa rửa mặt, với chất liệu nhựa cứng hoặc thủy tinh. *Benefit* đã không đi theo những mặc định này khi thiết kế chai nước tẩy trang của họ. Nó có hình dạng đặc biệt như một chai nước khoáng bằng thủy tinh màu xanh nhạt, có nút bằng gỗ. Trên thân chai là nhãn, với những dòng chữ đơn giản giới thiệu tên của sản phẩm, thương hiệu và ... chấm hết.

Sản phẩm gợi ra một sự ngạc nhiên thú vị về sự khác lạ, đồng thời mang đến cảm giác nhẹ nhõm, thanh thoát, tươi mát và sạch sẽ (một ẩn ý ngầm về những tác dụng mà nước tẩy trang *Benefit* có thể mang lại cho làn da của bạn).

Ta có thể xếp chiêu thức này của Benefit vào hạng mục “Kích thích sự ngạc nhiên” từ khách hàng, bằng cách làm ngược lại những mặc định trong tâm trí họ. Một thương hiệu khác, hãng mỹ phẩm *Organics Dizao*, đã in lên sản phẩm chăm sóc da của họ những biểu tượng vô cùng thú vị: những công cụ làm vườn như chổi, bình tưới nước, cào dạn cỏ hay bàn là. Với chiếc bàn là, đó là một loại kem chống nắng, có thể “là phẳng” những nếp nhăn của bạn. Với chiếc bình tưới nước, làn da khô cần của bạn sẽ trở nên mịn màng. Với chiếc chổi, bạn sẽ có làn da sạch sẽ và với bồ cào, lớp da chết sẽ bị tẩy đi.

KHOẺ GỢI GIÁC MƠ

Bằng việc tạo ra những liên kết riêng tư, thân mật với người tiêu dùng, thương hiệu có thể tạo ra nhiều sắc thái cảm xúc mới cho sản phẩm. Hãy quan sát hình cánh bướm sắc sỡ trên chai nước hoa *Kenzo Madly* hay màu hồng đơn giản của nước hoa *Omum*. Chúng gợi ra hình ảnh những phụ nữ tích cực, năng động và lấp lánh – những bà mẹ lý tưởng của tương lai. Trong khi đó, màu hồng nhẹ của *Parlez-Moi d'Amour* (*John Galliano*) hay ba bông hoa trang trí trên thân chai *Valentina* (*Valentino*) lại mang

YÊU TỪ CÁI NHÌN ĐẦU TIÊN

Thừa nhận đi, đôi khi bạn mua một thứ son, một hộp phấn... không phải vì chất lượng hay thành phần của nó. Mà vì một thứ khác hẳn: diện mạo của chúng từ cái nhìn đầu tiên.

Nguyễn Hồng Anh

đến một cảm giác rất “haute couture” - sự sang trọng đích thực.

Những dấu ấn bản địa thường xuyên được sử dụng như một “vũ khí” trên bao bì. Với người xa xứ, chúng gợi nhắc về những kỷ niệm quê nhà. Với khách lẻ hàng, chúng mang đến niềm hứng khởi về những miền đất lạ. Bao bì mang dấu ấn bản địa có thể giúp bạn du lịch thông qua những nền văn hóa khác nhau. Châu Á và Nam Mỹ đang là hai nguồn cảm hứng mạnh mẽ. Ví dụ như nước hoa *Escada Taj Sunset* đưa chúng ta tới những bãi biển Goa đầy nắng gió của Ấn Độ. Vô hộp *Kenzo Amour Perfume Gift Set* với những hình đến chùa Nhật Bản xa xăm, đàn chim tung cánh và những họa tiết hoa cỏ lấp lánh.

Để tránh khách hàng rơi vào cảm xúc buồn chán, đơn điệu mà những chiếc bao bì tối giản có thể gây ra, nhiều thương hiệu đã quyết kết hợp cả hai: sự cổ điển, tối giản và những chi tiết phức tạp. Họ làm điều này bằng cách nào? Hãy xem sản phẩm *Airborne Hussein Chalayan*. Bên ngoài là một thiết kế nhỏ gọn, đơn giản, nhưng khi bạn mở hộp ra, đó là một trang trí đầy màu sắc, sống động và tinh tế với những diễn giải về lịch sử thương hiệu. *Rudolph* – một thương hiệu chăm sóc da mới của Hà Lan cũng áp dụng chiêu thức này cho dòng *Absolution* của họ.

BÍ MẬT VÙNG *bikini*

Tại sao phải WAXING vùng BIKINI – cái vùng mà bạn chả khoe được với ai trừ kẻ - mà - ai - cũng - biết - là - ai – đó? Nhưng thôi, chỉ với kẻ duy nhất ấy mà phụ nữ đã có thể tân trang từ đầu xuống chân (chính xác là xuống đến cái móng chân), thì cái vùng thiên đường rất rất quan trọng này, làm sao họ có thể bỏ qua cho được.

T.H

Từ khi được khai sinh bởi bảy chị em nhà Padilha vào năm 1987 ở salon J. Sisters vùng Manhattan, trào lưu waxing vùng bikini kiểu Brazil dường như đã thống trị đến mọi góc ngách của thế giới. Khi khởi phát, waxing kiểu Brazil không có nhiều kiểu dáng thú vị như ngày nay. Nó chỉ đơn giản là làm sạch 100% tất cả rừng cây đối cộ từ trước ra sau trên vùng bikini và trả lại cho bạn một làn da nhẵn nhụi đúng nghĩa đen ở chỗ đó. Phụ nữ Mỹ và đối tác của họ thích mê, nhưng các nhà đạo đức học, sinh lý học không ưa waxing kiểu Brazil. Họ nói rằng, waxing kiểu này chẳng qua là một cách để phụ nữ “lừa mình dối người” rằng họ vẫn còn trẻ như những cô gái vị thành niên. Và điều này càng góp phần gia tăng những cảm dỏ tình dục với trẻ vị thành niên mà thôi. Sau này, waxing kiểu Brazil bắt đầu phát triển với vô số kiểu mẫu đáng yêu như chúng ta thấy ngày hôm nay: vẫn được làm sạch 100%, nhưng sẽ để lại một hình trái tim nhỏ giữa một vùng da nhẵn mịn, hoặc một hình chữ nhật bé, một hình tam giác xinh xinh... tùy vào trí tưởng tượng và sở thích của bạn.

Nhưng vài năm gần đây, khi sự tự nhiên đang là câu cửa miệng của mọi thứ từ skincare đến make up, thì vị thế thống trị của waxing Brazil có vẻ như đang lung lay. Lady Gaga xuất hiện trên trang bìa của tạp chí Candy với vùng bikini nude 100%, mượt mà và trau chuốt, nhưng không có vẻ tia tốt nhiều. Gwyneth Paltrow thì mãi đến hôm ra mắt Iron Man 3 mới chịu đi waxing chỗ ấy một cách tử tế. Mà lý do chỉ tại cái váy trong suốt lộ toàn bộ phần hông và đùi mà Gwyneth phải mặc vào đêm đó. “Tôi cũng đã là một bà mẹ hai con rồi”, Gwyneth phân trần. Tất nhiên cả hai chẳng nhằm nhò gì so với Gaby Hoffmann. Nữ diễn viên này khoe toàn bộ phần rừng cây rậm rạp của mình trước màn ảnh trong phim “Crystal Fairy & The Magical Cactus” (xin chú thích không phải phim khiêu dâm). Cảnh này ấn tượng đến nỗi rất nhiều bài phỏng vấn Gaby sau đó đều nhắc đến nó không ít thì nhiều. Và đề tài kiểu gì cũng xoay về việc waxing. Gaby rất thẳng thắn: “Tôi ít khi waxing vùng bikini. Tôi thích những thứ tự nhiên ở bản thân mình. Nhiều người phụ nữ tôi quen cũng có vùng bikini rất tự nhiên và do đó, tôi chẳng thấy có gì lạ lẫm ở việc này”.

Quan điểm của Gaby được nhiều người chia sẻ trong thầm kín. Cho đến tháng 10 năm 2013, khi nữ nhiếp ảnh gia Petra Collins đăng tải trên tài khoản Instagram một bức ảnh cận cảnh vùng bikini của mình, với một chiếc bikini màu nôn chuối. Instagram xóa tài khoản của Collins ngay lập tức, không phải vì chiếc bikini màu nôn chuối mà vì những sợi gì – đó lấp ló bên rìa chiếc bikini. Hành động này dấy lên một cuộc tranh cãi khá ồn ào về khái niệm khiêu dâm và những tiêu chuẩn áp đặt của xã hội đến quyền tự do thân thể của phụ nữ. Trong khi rất nhiều quan điểm đồng tình với hành động của Instagram thì những tiếng nói phản đối cũng không ít. “Tôi đã thấy Nicki Minaj đăng cả đồng ảnh về núm vú của cô ta với đủ thứ trang trí lên đó mà chúng vẫn tồn tại. Vậy thì tại sao chúng ta phải phản ứng thái quá với một bức ảnh bikini vô hại như vậy? Tại sao chúng ta phải phản nộ bởi một người phụ nữ mặc bộ đồ tắm mà không waxing cơ thể của mình trước đó? Hãy suy nghĩ về điều này. Bởi đơn giản là từ lâu, bạn đã được dạy rằng có một số thứ mọc ở vị trí này là bình thường nhưng ở vị trí khác là ghê tởm và cần phải





xoá bỏ hoặc che giấu đi. Mọi người không ghét Collins vì bức ảnh bikini của cô ấy, mà ghét vì Collins đã không sửa soạn cơ thể mình theo cái cách mà xã hội mặc định dành cho phụ nữ và khái niệm “nữ tính”. Điều này có đúng đắn không?” (Quan điểm đăng tải trên tờ Gurl.com).

Để cười vào mặt Instagram và nhân cơ hội quảng bá cho sản phẩm đồ lót lưới của mình, hãng nội y American Apparel đã đặt một chùm lông cực đại vào chỗ đó của mannequins (đăng sau chiếc nội y dạng lưới) rồi đăng ảnh khắp nơi. “Chúng tôi là những người ủng hộ lâu năm cho vẻ đẹp tự nhiên” – Marsha Brady, giám đốc sáng tạo của American Apparel có trụ sở chính tại Los Angeles giải thích ngắn gọn “Người ta nên đối xử tự nhiên với những thứ tự nhiên. Chúng ta không phô nó ra mà cũng chẳng cần xoá bỏ nó. Việc có tóc trên đầu có gì bất thường không nhỉ”.

Dr. Lauren Streicher, bác sĩ phụ khoa ở Chicago và là tác giả của cuốn sách y tế, “Love Sex Again”, nói rằng “lông rậm rạp ở chỗ đó cho thấy một sức khoẻ sinh lý tốt”. Nếu Lauren Streicher có dịp ghé thăm các nước châu Á, đọc các sách tướng thuật rất phổ biến ở một số quốc gia như Trung Quốc hay Việt Nam, Thái Lan, hẳn bà sẽ nhận thấy ý kiến của mình rất được các thầy xem tướng chia sẻ. Phụ nữ có rừng cây rậm rạp ở vùng dưới thắt lưng thường được đánh giá là có đời sống tình dục sung mãn hơn những người khác. Và ít khi người ta cạo nó đi, bởi đó cũng là một gợi ý đầy đam mê dành cho đối tác của họ.

Trong một video quảng cáo cho cuốn sách “Làm thế nào để trở thành một người phụ nữ”, nhà văn nữ người Anh Caitlin Moran khoe một chiếc tivi cực lớn mà bà đã mua nhờ “tiền tiết kiệm không đi wax-ing chỗ đó kiểu Brazil trong 10 năm qua”.

Dành cho những ai muốn biết thêm chi tiết, Caitlin Moran nói: “Chỗ ấy của tôi không nhân như một đứa trẻ. Nó hoàn toàn giống của một – người – phụ – nữ – trưởng – thành”.

Khách hàng của những salon waxing kiểu Brazil đã sụt giảm trong những năm qua. Các thợ waxing nhanh chóng nắm bắt tình thế và sáng tạo ra nhiều kiểu wax mới để đáp ứng nhu cầu của mọi khách hàng. “Số người muốn wax toàn bộ giảm đi rõ rệt. Tôi đã tạo ra một kiểu mới, gọi là kiểu Alexix: vẫn dày dặn ở vùng trên cùng, cho cảm giác tự nhiên, nhưng sẽ thưa dần ở các vùng lân cận và được làm sạch ở các góc ngách” – Alexis Steinman, chủ một salon ở Seattle chia sẻ. “Quan điểm thẩm mỹ ở chỗ đó đã thay đổi. “Nhẫn thính” chỉ dành cho vũ nữ thoát y hay trẻ em mà thôi”. Alexis Steinman thích cái cách vùng bikini được mô tả trong bức tranh “L’Origine du Monde” của Gustave Courbet năm 1866, hay các tác phẩm của Egon Schiele. Lông mu, theo Steinman, “là an ủi, ngọt ngào và gợi tình cùng một lúc”.

Đàn ông nghĩ gì về việc này?

*“Tôi kinh hoàng vì sự vắng mặt của nó” - nhà văn Rob Delaney nói.
Chúc mừng Rob Delaney, nó đã thực sự trở lại.*

Xu hướng mới nhất trong waxing vùng bikini là “full-bush Brazilian” – loại bỏ những sợi dư thừa ở trong vùng kín và phía sau, nhưng vẫn giữ hình dáng tự nhiên ở vùng mu. Có thể cắt tỉa nhẹ nhàng để thâm cò của bạn mượt mà và đều đặn hơn. Phong cách tự nhiên không cắt tỉa 100% (AU NATURAL) thích hợp với những người sở hữu vùng bikini mỏng đều tự nhiên. Với những người có chỗ đó quá rậm rạp, hoàn toàn không cắt tỉa chút nào có thể ảnh hưởng đến vấn đề vệ sinh và chất lượng đời sống tình dục của bạn.

LET'S HAVE A LIFE

THE EXPERIENCE - CALENDAR - HI TECH - CARS - FOODPORN - HANGOUT CORNER



Santorini

108

NHỮNG XỨ ĐẢO THẦN TIÊN

Bora Bora



118

NHỮNG GIẤC MƠ BỐN BÁNH

Porsche 356 Speedster



“Đừng khó chịu
với những người
ghen tị với bạn.
Hãy lấy thế làm
mừng bởi họ chỉ
đang gián tiếp thừa
nhận rằng bạn có
những thứ tuyệt vời
hơn họ mà thôi!”

STYLE

www.facebook.com/stylemagazine

Liên hệ quảng cáo: 04.3773.8005

124

KHÔNG GIAN CỦA JULIET



130

LUXURY DINNER



NHỮNG XỨ ĐẢO *Thần tiên*

Một cuộc trốn chạy khỏi những lo toan thường nhật để đắm chìm trong không gian của biển xanh, cát trắng và bóng dừa lá lơi. Dưới đây là 5 hòn đảo tuyệt đẹp như một minh chứng rằng thiên đường là có thật.

Anh Trâm





ĐẢO SANTORINI, HY LẠP

Santorini thuộc cụm đảo Cyclades nằm trên biển Aegean của Hy Lạp. Nơi đây nổi tiếng với những bãi biển tuyệt hảo, sắc biển thay đổi theo bức xạ mặt trời trong ngày, lúc thì xanh ngắt ngát, khi thì lấp lánh ánh bạc, khi thì rực rỡ màu cam buổi chiều tà. Những ngôi nhà mái vòm được khoét vào thân núi, nổi bật với hai màu xanh và trắng. Từ trên cao nhìn xuống, tổng thể Santorini như một giỏ nấm khổng lồ bóng bệ trên biển Địa Trung Hải. Santorini nổi tiếng với hải sản tươi sống và loại rượu vang đặc biệt làm từ nho mọc trên núi đá. Không gì tuyệt vời bằng thưởng thức ẩm thực Santorini trong những nhà hàng ăn sâu vào hang đá mát lạnh. Hoàng hôn trên đảo Santorini cũng được đánh giá là một trong những cảnh tượng huy hoàng nhất thế giới. Về đêm, nơi đây cũng rất nhộn nhịp với nhiều hàng quán, sàn nhảy. Santorini giống như một hòn đảo bước ra từ thần thoại, rất phù hợp cho những đôi uyên ương kiếm tìm cảm giác lãng mạn.



ĐẢO BALI, INDONESIA

Bali là một hòn đảo xinh đẹp, thơ mộng ngoài khơi Ấn Độ Dương của Indonesia. Với diện tích khoảng hơn 5.560km², cách thủ đô Jakarta hơn 1.000km về phía Tây, Bali nằm ở vùng khí hậu nhiệt đới, chịu ảnh hưởng của đại dương nên đất đai phì nhiêu, cây cỏ quanh năm tươi tốt, trăm hoa đua nở. Người ta đã dùng những mỹ từ như “Bình minh của thế giới”, “Thiên đường tình yêu”, “Xứ sở của những ngôi đền”, “Hòn đảo của những vị thần”... để ca ngợi cảnh sắc của Bali. Sức hấp dẫn của Bali đến từ biển xanh cát trắng, núi non trùng điệp, những thửa ruộng bậc thang kì vĩ, những ngôi đền nguy nga, những cánh rừng quanh năm xanh mát và đặc biệt những phong tục tập quán đặc sắc của cư dân trên đảo. Bali từng được chọn làm một trong những bối cảnh chính trong bộ phim Eat, Pray, Love do minh tinh Julia Roberts thủ vai chính vào năm 2010. Mỗi năm Bali thu hút khoảng 3 triệu khách du lịch nước ngoài và 5 triệu khách du lịch nội địa. Con số này được dự đoán sẽ còn tăng thêm trong những năm sắp tới.



ĐẢO BORA BORA, POLYNÉSIE THUỘC PHÁP

Bora Bora là một hòn đảo tại Polynésie thuộc Pháp ở Thái Bình Dương. Nó có diện tích khoảng 39km² được bao bọc bởi một đầm phá và một rào chắn bằng đá ngầm, khiến cho hòn đảo có một màu sắc rực rỡ trên nước biển xanh đậm. Trung tâm của đảo là những tàn tích của một ngọn núi lửa đã tắt, tạo thành hai đỉnh núi: Pahia và Otemanu, có chiều cao lên tới 727m. Nơi đây nổi tiếng với làn nước trong xanh tuyệt đẹp, có thể nhìn xuyên xuống tận dưới đáy, những rạn san hô kì vĩ, những bờ cát trắng trải dài rực rỡ, những ngôi nhà gỗ trên biển thơ mộng... Các cặp tình nhân có thể thuê xe đạp để dạo quanh đảo. Những người mê mạo hiểm sẽ được thỏa sức tham gia các trò leo núi, trượt tuyết, lướt ván, đua motor nước, lặn biển, bơi lội... Rất nhiều ngôi sao nổi tiếng thường lui tới Bora Bora để tận hưởng không gian thiên nhiên hoang sơ, thơ mộng cũng như dịch vụ tuyệt vời ở chốn này.





PARADISE CRUISES™
HALONG BAY • VIETNAM



Redefine *Luxury*

Naturally honoured with a myriad of limestone formations rising out of emerald water, Halong Bay in Vietnam's most fascinating destination. From its exclusive marina located on Tuan Chau Island at the doorstep of this world of enchantment, Paradise Cruises invites you to embark on a supremely luxurious journey for the finest immersion in the cultural heritage and natural wonders of Vietnam's most famous World Heritage Site.

Onboard majestic vessels offering spacious first class facilities and providing the highest standards of customer services for an idyllic rendez-vous with the breathtaking seascape, Paradise Cruises redefines luxury cruising in Halong Bay.



PARADISE CRUISES

Tuan Chau Island, Halong City, Quang Ninh Province

Tel: +84 33 3819 999 | Fax: +84 33 3842 366

Email: info@paradisecruises.vn

Website: www.paradisecruises.vn

Available for

FIT | GROUP | CHARTER



ĐẢO MAUI, HAWAII, MỸ

Maui là hòn đảo lớn thứ hai của quần đảo Hawaii với diện tích 1.883,5 km² và cũng là hòn đảo lớn thứ 17 của Mỹ. Nhìn từ trên cao, Maui có hình thù giống như một con rùa đang bơi trên biển. Nơi đây nổi tiếng vì khí hậu biển trong lành, những khu rừng nguyên sinh tươi tốt và cảnh đẹp hoang sơ. Nước biển ở đây quanh năm ấm áp, thậm chí cả trong những ngày có gió to và se lạnh. Khu chơi golf ở đây rất nổi tiếng, thu hút nhiều nhà vô địch golf thế giới, trong đó có cả Tiger Woods. Đặc sản địa phương là những loại cây ăn trái nhiệt đới hấp dẫn như dứa, mít, đu đủ, chuối, khóm... Maui cũng là thiên đường cho những người ham mê cảm giác mạnh. Những bờ biển dựng đứng với những con sóng lớn rất lý tưởng cho các vận động viên lướt ván trong khi vùng vịnh lại là điểm thu hút những người thích lặn biển để quan sát những vĩa san hô, những chú rùa hay những đàn cá sặc sỡ. Một điều thú vị nữa là phần lớn những lái xe taxi ở đây đều là người Việt Nam. Bạn sẽ không có cảm giác “lạ nước lạ cái” khi đến thăm Maui.



ĐẢO PHỤC SINH, CHILE

Với những tín đồ của chủ nghĩa xê dịch, đảo Phục Sinh trên Thái Bình Dương vẫn được coi là “Điểm đến tối thượng” vì mức độ khó khăn của hành trình đến đây. Nằm cách bờ lục địa Chile gần bốn ngàn cây số, chỉ có hai cách để đến đảo Phục Sinh: hoặc là đi máy bay từ thủ đô Santiago hoặc là thăm đảo bằng du thuyền. Cách thứ hai mang rủi ro khá cao vì cứ ba thuyền đến gần đảo thì một chuyến phải bỏ cuộc do thời tiết xấu. Sức hấp dẫn của đảo Phục Sinh không nằm ở những resort, khách sạn lộng lẫy hay những bãi biển ngoạn mục mà ở những tượng đá mặt người hàng ngàn năm tuổi. Đó là những bức tượng được chế tạo từ đá nguyên khối, cao từ 1,2 đến trên 20m, nặng hàng trăm tấn đứng xếp hàng hoặc nằm ngổn ngang không hàng lối dọc bờ đảo. Một điểm tham quan hấp dẫn khác của đảo Phục Sinh là một hòn đá tròn xoe, trơn nhẵn, phát ra từ tính rất mạnh được người dân địa phương gọi tên là “Cái rốn của vũ trụ”. Mang trong mình nhiều bí ẩn chưa có lời giải đáp, đảo Phục Sinh là một điểm đến trong mơ với những người ưa chinh phục mạo hiểm.



ASAHI SUSHI

NHỮNG HƯƠNG VỊ KỲ DIỆU



Asahi Sushi[®]
NHÀ HÀNG TRIỀU NHẬT
アサヒ寿司

Nhà hàng Asahi Sushi 1
288 Bà Triệu, Hà Nội
04 3974 5945 / 04 3974 5946
Hotline: 0902 286 286

Nhà hàng Asahi Sushi 2
76 Triệu Việt Vương, Hà Nội
04 3944 7966 / 04 3944 7968
www.asahisushi.vn

5 COOL GADGETS

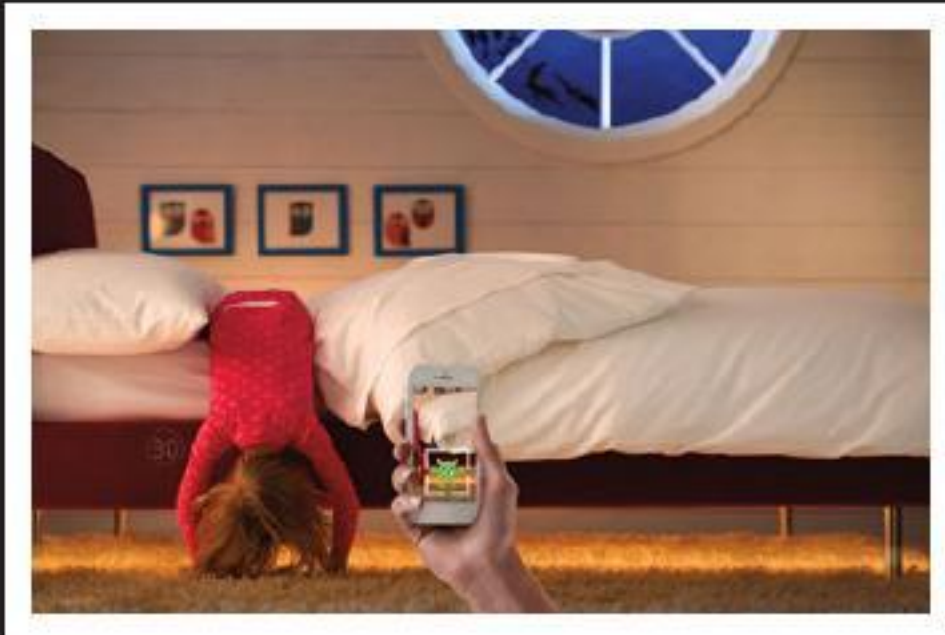
NHỮNG SẢN PHẨM CÔNG NGHỆ KÌ DIỆU CHƯA BAO GIỜ
KHIẾN NGƯỜI TIÊU DÙNG THỜI NGẠC NHIÊN!

Khải Minh



Budgee Robot

Thời kì mà robot trở thành những trợ thủ thật sự đã chính thức bắt đầu. Budgee được thiết kế để xách túi hộ bạn và đi theo ở một khoảng cách mà bạn lựa chọn theo ý thích thông qua smartphone nhưng Budgee cũng có một phím tắt ở trên đầu để ngắt hoạt động trong trường hợp cần thiết. Người bạn này được lập trình để tự tránh chướng ngại vật, mang vác đến 50lbs và đi được 4 dặm/giờ, đồng thời bạn có thể lựa chọn thiết kế màu mắt, thiết lập điều khiển bằng giọng nói một cách dễ dàng.



SleepIQ Kids Bed

Chiếc giường thông minh này là vũ khí đặc lực cho rất nhiều phụ huynh có con nhỏ. Nó ghi nhận và thông báo tình trạng của con bạn khi chúng đi ngủ như thói quen nằm, điều chỉnh ánh sáng hay thậm chí như nếu có "thiên thần nhỏ" nào có ý định bỏ trốn ra khỏi giường lúc nửa đêm. Giường được kết nối với điện thoại chỉ sử dụng hệ điều hành iOS và có mức giá tương đối cao là \$1000.



Sony Symphonic Light

Lấy cảm hứng từ những chiếc đèn lồng kiểu cũ, Sony đã cho ra đời một thiết kế đèn ngủ sử dụng bóng đèn LED kiểu dáng nhả nhện, đồng thời là một chiếc máy nghe nhạc kết nối điều khiển dễ dàng thông qua điện thoại thông minh. Đây được xem như một sự kết hợp công nghệ vô cùng tiện dụng, tiết kiệm diện tích và cả thao tác. Giá bán vẫn chưa công bố nhưng chắc chắn sẽ thu hút nhiều tín đồ yêu thích các phát minh từ Sony.

Belty

Thắt lưng chắc chắn không phải là phụ kiện thời trang xa lạ gì nữa đối với nhiều người. Nhưng với Belty thì sự kì diệu còn hấp dẫn hơn nhiều khi nó có khả năng tự điều chỉnh cỡ bụng khi bạn đứng lên ngồi xuống hay ăn uống liên tục. Không chỉ có vậy, Belty còn thường xuyên cập nhật số đo vòng eo của bạn và ghi chú các thông số hoạt động để bạn có thể kịp thời "cảnh tỉnh" bản thân.



Digitsole

Bạn có thể hình dung ra một chiếc đế giày công nghệ hay không? Nó đã thành hiện thực rồi đó! Một chiếc đế giày có thể sạc pin dự trữ, sưởi ấm bàn chân và ghi lại hành trình. Kết nối với điện thoại thông minh sử dụng hệ điều hành Android hay iOS, Digitsole có thể điều chỉnh tùy ý nhiệt độ dễ dàng, lưu giữ số bước chân và cho bạn báo cáo thông số tỉ mỉ về lượng kalori đã được đốt. Tuy nhiên, ở mức giá \$200 thì không phải là một câu chuyện dễ chịu đúng không?



MUA GÌ THÁNG NÀY?

HÃY CÙNG STYLE ĐIỂM QUA NHỮNG MẪU SMARTPHONE TIÊU BIỂU CỦA THÁNG NẾ!

Khải Minh



LG G4

Theo nhiều nguồn tin đáng tin cậy, LG sẽ trình làng chiếc smartphone tiếp theo của dòng G-series cao cấp vào giữa tháng 04 này. LG G4 được cho là sẽ sở hữu chip Snapdragon 810, RAM 3 GB, camera 16 MP cùng với màn hình độ phân giải lên đến 3K. Trước đó, chip Snapdragon 810 mới của Qualcomm từng gặp tai tiếng về vấn đề nóng quá mức, nhưng LG đã khẳng định rằng nó không có vấn đề gì, và đã trang bị cho chiếc LG G Flex 2 của hãng.



HTC ONE M9

Sản phẩm được dự kiến sẽ bán ra thị trường Việt Nam từ ngày 13 – 17/4 với mức giá khoảng 17 triệu đồng. Vẫn giữ phong cách thiết kế như 2 thế hệ trước nhưng one M9 không đi theo hướng siêu mỏng mà tập trung vào sự sang trọng, chắc chắn với bộ khung được làm bằng nhôm nguyên khối. Ngoài ra máy trang bị màn hình 5-inch độ phân giải 1080p, chip Qualcomm Snapdragon 810 mới nhất – bộ xử lý 64 bit gồm 8 lõi với 4 lõi Cortex-A57 tốc độ 2GHz và 4 lõi Cortex-A53 tốc độ 1,5GHz. Đơn vị xử lý đồ họa mới Adreno 430 và bộ nhớ RAM 3GB sẽ hỗ trợ đắc lực cho các hoạt động đa nhiệm trên máy. Mặt sau tích hợp camera 20MP, khẩu độ F/2.2 và hỗ trợ hai đèn LED hai tông màu.

BLACKBERRY LEAP

BlackBerry Leap được coi là smartphone kế nhiệm chiếc Z3 hiện nay và nhắm tới phân khúc giá rẻ tại các thị trường tiềm năng như Indonesia, Việt Nam. Sản phẩm sở hữu màn hình 5 inch HD 720p, RAM 2 GB, dung lượng lưu trữ trong 16 GB (có thể mở rộng bằng khe cắm thẻ nhớ tối đa 128 GB), camera sau cũng được nâng lên 8MP. Sản phẩm chỉ sở hữu dòng chip Snapdragon S4 Plus cũ kỹ, nguồn pin 2.800mAh và được dự kiến lên kệ trong tháng 4 với giá vào khoảng 5 triệu đồng.



SONY XPERIA M4 AQUA

Một mẫu smartphone hứa hẹn sẽ ra mắt trong tháng 4 của phân khúc tầm trung cũng khá hấp dẫn nữa chính là Sony Xperia M4 Aqua. Đây là smartphone tầm trung cao cấp với độ bền cao. Sản phẩm đạt chứng nhận IP68 về chống bụi bẩn và thấm nước. Sony Xperia M4 Aqua trang bị màn hình IPS cỡ 5,2-inch, độ phân giải 720p. Máy mang sức mạnh chip 64 bit Snapdragon 615 với 8 lõi Cortex-A53, đơn vị xử lý đồ họa Adreno 405 và bộ nhớ RAM 2GB. Bộ xử lý này cung cấp 4 lõi Cortex-A53 tốc độ 1,7GHz và 4 lõi khác có tốc độ 1GHz. Mặt sau M4 Aqua cũng tích hợp bộ cảm biến 13MP của Sony kèm theo đèn flash LED và camera trước 5MP và nguồn pin 2.400mAh.

ZENFONE 2

Asus Zenfone 2 là thế hệ tiếp theo của dòng Zenfone đình đám và bán rất chạy trong năm 2014. Sản phẩm được coi là “quân bài” chủ lực của Asus trong năm 2015 và hứa hẹn sẽ góp phần khuấy động thêm cho thị trường smartphone Việt Nam trong tháng 4 này. Với thiết kế hoàn toàn mới, màn hình 5.5 inch Full HD IPS, 2 camera 13MP/ 5MP công nghệ PixelMaster, bộ vi xử lý Intel Atom 64 bit tốc độ 2,3GHz và RAM lên tới 4GB, kết nối 4G/LTE siêu tốc, ZenFone 2 được xem là một sản phẩm di động mạnh mẽ toàn diện. Không chỉ vậy, ZenFone 2 là chiếc smartphone đầu tiên trên thế giới cho phép người dùng tùy chỉnh hoàn toàn theo cá tính và sở thích cũng như thói quen sử dụng, bao gồm ZenUI launcher, hình nền, phông chữ, các biểu tượng và nhiều hơn nữa. ZenUI bổ sung nhiều tính năng mới như ZenMotion, SnapView, bảo mật Trend Micro, ZenUI Instant Updates – nâng cao khả năng sử dụng, bảo mật quyền riêng tư và cho trải nghiệm mượt mà.





Những Giấc Mơ BỐN BÁNH

XE HƠI KHÔNG CHỈ ĐƠN THUẦN LÀ MỘT PHƯƠNG TIỆN DI CHUYỂN BỞI VỚI MỘT VÀI THIẾT KẾ, CHÚNG THỰC SỰ LÀ GIẤC MƠ ĐỐI VỚI KHÔNG ÍT NGƯỜI KỂ CẢ LÀ CÓ ĐIỀU KIỆN HAY KHÔNG. VẬY CHÚNG LÀ AI?



PORSCHE 356 SPEEDSTER

Nhiều người cho rằng Ferdinand Porsche, nhà sáng lập của hãng xe Porsche, đã chịu ảnh hưởng bởi thiết kế của dòng xe Beetle khi chế tạo Porsche 356 Speedster. Tuy nhiên, với nhiều người hâm mộ, mẫu xe này vẫn định hình được một phong cách đơn giản, cổ điển và quý phái không thể nhầm lẫn đồng thời định vị được thị trường riêng: xe thể thao cao cấp. Quan trọng hơn cả, chính Porsche 356 Speedster là tiền thân của dòng xe bán chạy nhất của Porsche ngày nay - Porsche 911. Để sở hữu phiên bản đầu tiên sản xuất năm 1948 của dòng xe này, nhiều người phải trả hơn 300.000 USD trong các cuộc đấu giá.



VOLVO P1800

Các mẫu ô tô của Volvo thường được yêu thích nhờ các tính năng tiện dụng, thiết kế đáng tin cậy và tiết kiệm nhiên liệu. Thế nhưng, cũng có nhiều ý kiến cho rằng sản phẩm của Volvo có phần hơi nhàm chán. Để chứng minh điều ngược lại, Volvo đã cho ra đời P1800 với động cơ B18, cho phép xe đạt vận tốc tối đa gần 200 km/h, một con số đáng ngưỡng mộ tại thời điểm gần 60 năm về trước. P1800 là dòng xe vẫn được người dân châu Âu, dù ở thành thị hay nông thôn, yêu chuộng, cho đến thời điểm hiện nay. Tuy nhiên, ít ai biết được rằng P1800 từng suýt bị xóa sổ bởi mâu thuẫn giữa Volvo, đơn vị thiết kế và Karmann, đơn vị sản xuất khi đó. Hiện tại, mẫu xe này được rao bán ở tầm giá từ 15.000 USD đến 45.000 USD tùy phiên bản và tình trạng xe.



VOLKSWAGEN BEETLE

Dòng xe Beetle, hay “Con bọ”, của Volkswagen là một trong những dòng xe bán chạy nhất lịch sử ngành ô tô, với hơn 21,5 triệu chiếc được bán ra trong giai đoạn 1938-2003 và được mệnh danh là “dòng xe của mọi nhà”. Beetle vừa không ổn định, không mạnh mẽ, nhưng người ta yêu thích bởi nó có khả năng làm mọi người dễ chịu và tạo cảm giác thân thiện ngay từ cái nhìn đầu tiên. Vì vậy, dù Volkswagen đã hồi sinh dòng xe này với nhiều cách tân nhưng xem ra, các sản phẩm mới vẫn chưa thay thế được những mẫu xe cổ điển, mà điển hình là phiên bản xuất xưởng lần cuối vào năm 2003. Giá bán các mẫu xe Beetle đã qua sử dụng khá thấp, tầm dưới 10.000 USD tùy phiên bản và tình trạng xe.



1936 BUGATTI TYPE 57SC ATLANTIC

Bugatti Type 57SC Atlantic (1936) có thể xem là đứng đầu bảng trong số những thiết kế được dân chơi xe chuyên nghiệp đánh giá cao không chỉ ở hình dáng, động cơ mà còn đặc biệt bởi sự quý hiếm. Người ta thống kê rằng chỉ có 4 chiếc Bugatti Type 57SC Atlantic (1936) từng được sản xuất và chỉ còn 2 hay 3 trong số đó còn hoạt động cho đến ngày nay. Không chỉ có những đường cong tuyệt mỹ, chiếc xe này còn sở hữu một động cơ bền bỉ và mạnh mẽ, đạt vận tốc 200 km/giờ, một thành tích đáng nể với động cơ được trang bị cách đây hơn 80 năm. Hiển nhiên, chính vì lý lịch hoành tráng như thế mà giá thành để có thể sở hữu nó là không hề rẻ. Vào năm 2010, một nhà sưu tập đã trả hơn 30 triệu đô để rước nàng về dinh và từ đó 1936 Bugatti Type 57SC Atlantic cũng chính thức trở thành chiếc xe có giá cao nhất thế giới cho đến nay.

LONG ĐÌNH DIMSUM

HƯƠNG VỊ HONG KONG ĐÍCH THỰC



Long Đình®
龍 | 庭 | 酒 | 家
Dragon Palace Restaurant

64B Quán Sứ, Hà Nội
Tel: 043 942 9168 - Hotline: 0902 286 286
www.longdinh.com.vn

Không gian của *Juliet*

NGAY CẢ Ở DIỆN TÍCH NHỎ, BAN CÔNG CŨNG LÀ NƠI TUYỆT VỜI ĐỂ TRỞ THÀNH MỘT ỐC ĐẢO XANH MÁT, MỘT KHÔNG GIAN RIÊNG TƯ CHO NHỮNG BUỔI CHIỀU TRÀ HOẶC MỘT CHỖ NGHỈ NGƠI NHẸ NHÀNG TRONG NGÀY NẮNG.





Người Việt rất thích nhà có ban công. Nếu tự dựng nhà trên một mảnh đất, chỉ cần diện tích không quá eo hẹp, kiểu gì họ cũng phải để chỗ cho một ban công rộng rãi. Điều này vốn chịu ảnh hưởng bởi lối kiến trúc nhà vườn, biệt thự Pháp cổ rất chuộng những ban công kiểu console nhô ra từ mặt tiền với thiết kế cách điệu mềm mại và góc nhìn 180 độ. Về sau này, khi các ngõ phố trở nên đông đúc bụi bặm và nhà chung cư cao tầng trở nên phổ biến, ban công nhô ra kiểu console được thiết kế thành lô gia ăn sâu vào mặt bằng nhà (tức là “khoét” vào nhà) nên được che chắn cẩn thận, chỉ có một bề mặt tiếp xúc với thiên nhiên (tất nhiên là có mái che). Phần lớn những lô gia này trở thành diện tích phơi phóng, được gắn kính hay khung sắt bảo vệ kiên cố.

Dù luôn cân nhắc tới việc xây ban công nhưng rất nhiều gia đình Việt Nam khi xây ban công xong thì hầu như không biết làm gì với phần diện tích này, trừ phơi quần áo. Việc ban công phủ đầy bụi bặm, bị sử dụng như một nhà kho phụ chất đống những vật dụng dư thừa không phải chuyện hiếm. Với các nhà thiết kế nội thất, điều này là một lãng phí lớn. Với một số chỉnh sửa hoặc cải tạo nhỏ, ban công sẽ trở thành phần không gian ngoài trời thú vị nhất trong căn nhà, đặc biệt là với những căn nhà trệt không có đất vườn.



BẮT ĐẦU NHƯ THẾ NÀO?

Kiểm tra tài trạng của ban công với một chuyên viên có kinh nghiệm. Để họ cho bạn lời khuyên ban đầu về việc có thể sử dụng vật liệu gì, bao nhiêu cây cảnh với trọng tải như thế nào mà không vượt quá nấc an toàn của ban công.

Hãy suy nghĩ về việc ban công cần được sử dụng như thế nào và bạn muốn nó trông như thế nào vào các mùa. Đừng quá ám ảnh vào những hình ảnh xinh đẹp mà bạn lấy trên mạng, chúng có thể chỉ được chụp vào những thời gian đẹp nhất trong năm của quốc gia đó. Trong khi khí hậu nhiệt đới gió mùa của Việt Nam không quá thân thiện với những không gian nhỏ ngoài trời như bạn đã biết (bụi, nắng gắt trong mùa hè, lạnh giá và mưa phùn gió bắc trong mùa đông).

Xem xét mục đích sử dụng của ban công một cách cụ thể. Bạn chỉ đơn giản muốn một điểm nhấn xanh với hoa tươi ở mặt tiền của ngôi nhà và không có ý định ngồi ở đây để hóng mát? Hay bạn muốn một không gian ngoài trời (nhưng vẫn kín đáo và riêng tư) để ngắm cảnh, đọc sách và thư giãn? Bạn chỉ có thời gian sử dụng ban công vào ban ngày hay bạn muốn sử dụng nó cả trong buổi tối nữa? Những vấn đề này càng chi tiết thì kế hoạch chỉnh sửa ban công càng dễ dàng.

Nguyên tắc "layer" rất cần thiết khi thiết kế ban công. Khi diện tích mặt sàn là nhỏ bé thì vật trang trí được xếp đặt ở những độ cao khác nhau có thể giúp ban công trở nên phong phú và mở rộng hơn.



CHỌN CÂY CẢNH THÍCH HỢP

Điều này là vô cùng quan trọng hay có thể nói là quan trọng nhất trong việc biến một ban công tầm thường trở nên lãng mạn. Hãy nghe theo cổ vấn của người trồng cây vì họ hiểu rõ nhất loại cây gì có thể sống ngoài trời, trong chậu nhỏ với thời tiết như vậy. Những cây trồng trong chậu nhỏ và không quá "kiêng khem" về thời tiết như cẩm tú cầu, hoa nhài Mỹ, hoa hồng tỷ muội, cẩm chướng, cúc Đà Lạt, dừa cạn, thanh hoa, thanh tú, cúc Singapore... đang rất được ưa chuộng. Những loại cây như lan Ý, hồng môn, hòn ngọc Viễn Đông, sen môn Thái Lan... có thể chịu được bóng râm và ít nắng, nếu ban công nhà bạn khuất nắng. Nếu thích phong cách lãng mạn với những bông hoa nhỏ rực rỡ, bạn có thể trồng một số loại hoa ban công đang rất phổ biến ở Việt Nam như dạ yến thảo, pensée, phong lữ thảo, bạch hoa xà, thanh hoa xà, million bells... - đây đều là những cây bụi nhỏ có thể treo ngược ở các độ cao khác nhau, ra hoa nhỏ theo cụm có màu sắc rực rỡ tươi sáng.

Nhiều gia chủ chỉ thích trồng một loại cây giàn leo duy nhất để lấy bóng mát và hoa nở theo mùa, nên chọn các loại dây leo thân nhỏ, không gai, không thu hút sâu bọ, cành lá không quá rậm rạp khó cắt tỉa. Cách lý tưởng nhất là có bốn đất ở tầng một để cho hoa leo và bám lên tầng 2 rồi rũ xuống. Nhưng ngày nay, với những bốn đất treo với nhiều cách xử lý khác nhau, bạn vẫn có thể tạo ra một dàn hoa leo nhỏ trên ban công. Hoa giấy hoặc hoa đăng tiêu, hoa ti gôn, hồng leo, trang leo đều là những lựa chọn tốt. Không nên chọn cây cát đằng hoặc cây họ Quýt vì cành lá rậm rạp và theo các chuyên gia phong thủy thì những loại cây này ưa âm tính, không tốt cho sự phát triển cho gia chủ.

Cây đẹp cho ban công đang được ưa chuộng tại các nhà vườn:

Dạ yến thảo: Thân thảo có xuất xứ từ Nam Mỹ, thích hợp khí hậu nhiệt đới, có nhiều màu: xanh tím, đỏ tươi, màu đỏ sọc, đỏ gân, vàng cốm tươi.

Phong lữ thảo: Cây thân thảo màu hồng hoặc đỏ, cánh nhỏ và mịn như cánh bướm.

Thu hải đường: Hoa mọc chùm màu đỏ cam tươi sáng.

Pansee: Hoa cánh tròn, nhiều màu đan xen trên cùng một chùm như tím, trắng vàng, lá nhỏ.

Hương tuyết cầu: Hoa li ti mọc chùm dày đặc, màu trắng và tím các sắc độ rất đẹp.

Hồng leo: Có rất nhiều giống nhập ngoại với những đặc điểm khác nhau. Rất được ưa chuộng với cổng chào, hàng rào và ban công.



Ming Dynasty

Finest Chinese Seafood Cuisine

23 Nguyễn Khắc Viện, P.Tân Phú, Q7, TP.HCM

Hotline Reservation: (08) 5411 5555



Cham Charm the One

Gallery Cuisine
"Feel The Khai's Touch"

02 Phan Văn Chương, Hồ Bán Nguyệt, Phú Mỹ Hưng, Q7, TP.HCM - Hotline Reservation: (08) 5410 9999



Nam Phan

Truly Vietnamese Cuisine

34 Võ Văn Tần, P.6, Q3, TP.HCM

Hotline Reservation: (08) 39 33 36 36





NỘI THẤT CHO BAN CÔNG

Đừng nên mang toàn bộ phong cách của phòng khách để áp dụng vào ban công. Một chiếc sofa dài bọc vải in hoa có thể rất đẹp và khiến bạn thoải mái nằm nghỉ ngơi thư giãn ngoài trời nhưng với thời tiết mưa nắng thất thường thì chiếc sofa sẽ xuống cấp nhanh chóng.

Một bộ bàn ghế nhỏ, thanh mảnh, dễ di chuyển, bằng gỗ hoặc sắt, không chiếm diện tích, có thể gấp càn tốt là lời khuyên cho những ai ưa thích một buổi tiệc trà trên ban công.

Ban công sẽ đặc sắc hơn nếu bạn có một chủ đề trang trí thống nhất. Nếu bạn đã trang trí những giỏ hoa tươi tắn thì bộ bàn ghế cà phê nhỏ với những nan sắt uốn thanh lịch hoặc ghế gỗ kiểu vintage đồng quê rất thích hợp. Nếu bạn thích chủ đề Nghệ thuật, những bức tượng gỗ hoặc các điêu khắc nhỏ độc đáo nên đặt trên bàn cà phê hay đan xen giữa các chậu hoa. Với chủ đề Nhật Bản, cây tre cảnh với chiếc bàn gỗ thấp, màn tre và chiếu trúc tối giản sẽ mang đến một cảm giác rất Thiền định.

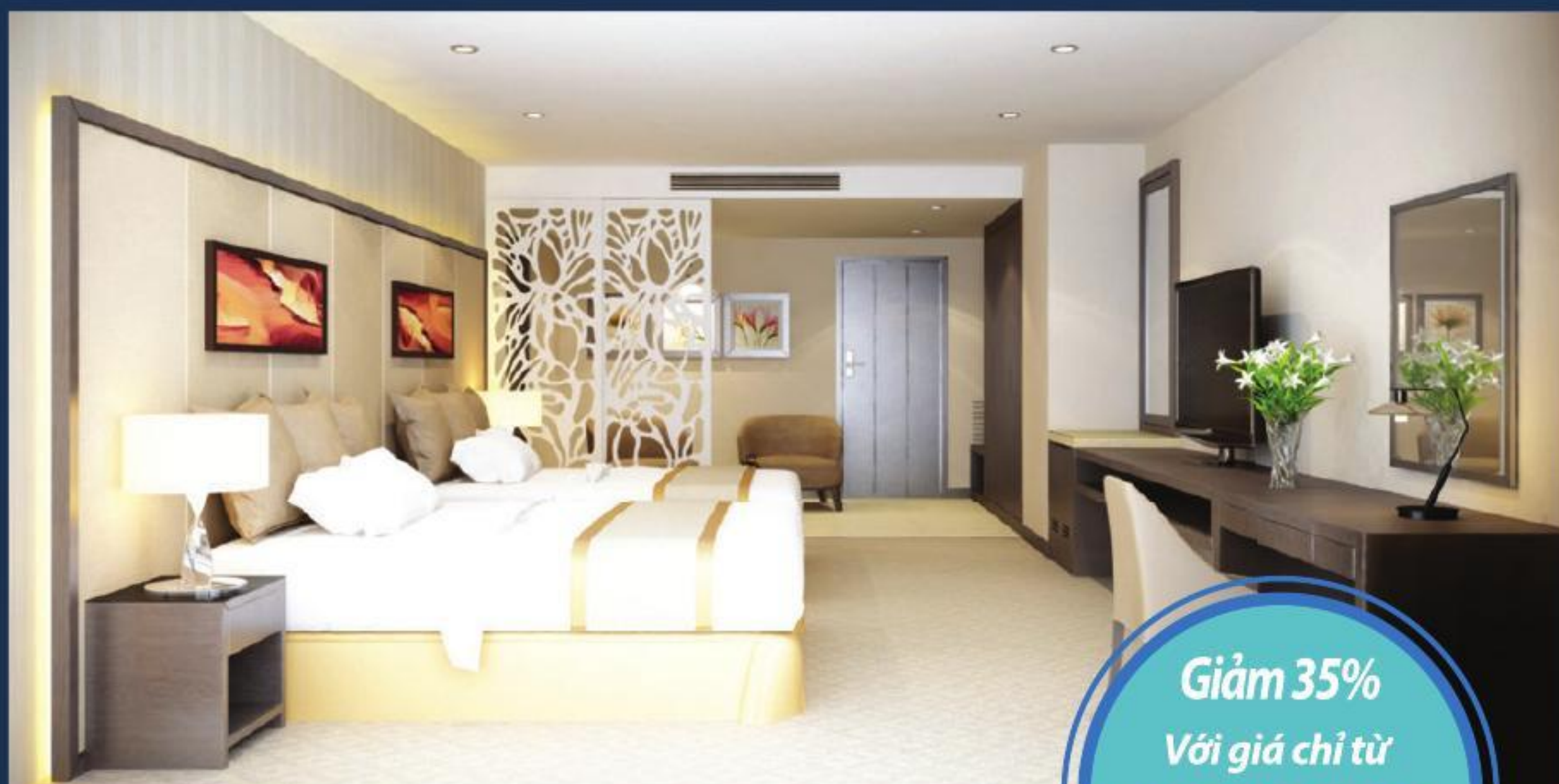
Nội thất ở ban công nên lưu ý đến vấn đề an toàn: nếu ở các ban công ở vùng dễ xảy ra mưa bão, các chậu hoa và nội thất cần được ràng buộc chắc chắn hoặc có thể di chuyển dễ dàng để "sơ tán" trong thời tiết xấu.



Tưng Bưng Khai Trương

Bavico International Hotel

✿✿✿ Nha Trang ✿✿✿



Giảm 35%
Với giá chỉ từ
1,350,000
VNĐ/phòng (*)

Bavico International Hotel tọa lạc tại trung tâm của thành phố biển xinh đẹp Nha Trang. Lối kiến trúc độc đáo theo hình bầu dục, tòa tháp cao 25 tầng với 285 phòng đều có các hướng nhìn tuyệt đẹp ra biển, sông, núi hoặc thành phố. Được xem như một khu phức hợp với đầy đủ các dịch vụ tiện ích như: nhà hàng bia tươi, 08 hầm rượu vang, hồ bơi, Karaoke và Spa, khu hội nghị đa năng và yến tiệc, Sky bar, khu mua sắm và quà lưu niệm, café sân vườn. Bavico International Hotel - Nha Trang đạt tiêu chuẩn quốc tế 4 sao là sự kết hợp hài hòa giữa cung cách phục vụ chuyên nghiệp và bài trí ấn tượng của Việt Nam và Nhật Bản chắc chắn sẽ luôn làm hài lòng quý khách khi nghỉ dưỡng tại đây.

(*) Áp dụng đến hết ngày 30/09/2015
(Phụ thu vào các ngày Lễ, Tết)



Liên hệ đặt phòng:
BAVICO INTERNATIONAL HOTEL - NHA TRANG
02 Phan Bội Châu, TP. Nha Trang, Việt Nam
ĐT: 058 6266 555 | Fax: 058 6266 555

W: www.bavicohotelnhatrang.com | E: reservation@bavicohotelnhatrang.com

Luxury dinner





SÒ ĐIỆP NƯỚNG VÀ NẤM TRUFFLE

Nấm truffle là một loại nấm xa xỉ, đắt đỏ và nổi tiếng cả thế giới. Nấm truffle thường được nấu với sò điệp do sò điệp có độ dai vừa phải giống vị của món nấm này, và vị thanh thanh, không quá nồng hay nặng mùi của sò điệp là sự kết hợp hoàn hảo với nấm truffle. Hãy cùng Style Magazine khám phá cách chế biến món ăn tao nhã này nhé!

NGUYÊN LIỆU

NGUYÊN LIỆU

- 0.5 kg sò điệp lớn
- Bơ
- Nấm Truffles trắng (hoặc đen) thái lát mỏng

THỰC HIỆN

- Sò điệp phải rửa nước và khô, có thể sử dụng khăn giấy để làm khô sò điệp nếu cần. Sau khi cho sò điệp vào chảo, không lật, hay chạm vào các miếng sò.
- Sử dụng chảo chống dính, để lửa ở nhiệt độ cao, cho 3-4 thìa bơ vào chảo. Khi bơ chảy ra, sôi và bắt đầu chuyển sang màu nhạt, nhẹ nhàng đặt sò điệp vào chảo. Cố gắng để các miếng sò không chạm vào nhau.
- Áp chảo trong khoảng 3-4 phút và sau đó lật ngược lại!
- Lấy sò ra đĩa, đặt một lát nấm truffle lên trên mỗi miếng sò điệp, rắc thêm rau mùi tây thái nhỏ, và sốt bơ từ chảo.

KHI NHỮNG NGÔI SAO “VƯỢT THỬ THÁCH, KHUẤY ĐỘNG CUỘC VUI BÓNG ĐÁ”

Hàng triệu tín đồ túc cầu giáo trên toàn thế giới đang nín thở dõi theo từng diễn biến mới nhất của giải đấu được mong chờ nhất cấp CLB - UEFA Champions League 2015. Hòa chung không khí đó, khán giả Việt cũng sôi chờ đợi được hòa mình vào trải nghiệm bóng đá đỉnh cao của năm. Hãy cùng Tuấn Hưng và những người bạn Vloggers 'tăng nhiệt' trước giờ bóng lăn.



UEFA CHAMPION LEAGUE 2015 - SÔI ĐỘNG CẦU TRƯỜNG

Giải đấu cấp câu lạc bộ danh giá nhất Châu Âu đang đi vào giai đoạn cao trào. Nhìn lại chặng đường đã qua, mỗi vòng đấu đều là những bữa tiệc bóng đá sôi động. Nếu như vòng 1/16 chứng kiến sự 'ngã ngựa' bất ngờ của những ông lớn đáng nể của làng bóng thì vòng 1/8 lại là sự hội ngộ của những cặp đấu đầy duyên nợ. Mặc cho 'lời nguyền UEFA Champions League' đã được minh chứng suốt bao nhiêu năm qua, chưa hề có đội bóng nào bảo vệ thành công ngôi vô địch, Real Madrid vẫn đang hùng hực quyết tâm phá bỏ tiền lệ này. Tuy nhiên, một chướng ngại lớn mà Real phải vượt qua là đối thủ cùng thành phố Atletico. Trong khi đó, một cặp đấu khác cũng có rất nhiều duyên nợ là PSG - Barca. Gã nhà giàu của bóng đá Pháp sau khi loại Chelsea ở vòng 1/8 tiếp tục gặp một đối thủ khó nhằn mà họ đã từng độ sức ở vòng bảng là Barca. 'Bà đầm già' Juventus của đất Ý hay 'Hùm xám' Bayern cùng đội bóng Công quốc Monaco và đại diện thành Porto cũng là những cái tên mang nhiều ẩn số.

TUẤN HƯNG CÙNG HUỠNG, DƯA LEO, JVEVERMIND KHUẤY ĐỘNG CUỘC VUI BÓNG ĐÁ

Với môn thể thao vua, trước giờ bóng lăn sẽ chẳng có điều gì chắc chắn. Dù vậy, những trải nghiệm bóng đá đỉnh cao sẽ không thể thiếu những phút dự đoán, bình luận cùng bạn bè. Hòa mình cùng không khí cuồng nhiệt khắp năm châu, người hâm mộ Việt cũng hướng về UEFA Champions League, ủng hộ cho các đội bóng con cưng.

Chia sẻ về Champions League 2015, JVeveMind hào hứng: "Mình cảm thấy mùa giải cúp C1 năm nay rất hấp dẫn

khi các trận đấu giữa những cặp đôi duyên nợ lại được tái hiện. Mình cực kỳ tin tưởng vào khả năng chiến thắng của Barcelona. Thứ nhất, đó là đội bóng yêu thích của mình từ trước đến giờ. Hơn nữa, điểm yếu về phòng thủ của Barca năm nay đã được cải thiện rất rõ rệt và chiến thuật tấn công được chú trọng đầy mạnh hơn hẳn."

Còn với Tuấn Hưng, "8 đội bóng vào Tứ kết năm nay đều có những yếu tố bất ngờ riêng nên rất khó để nói được đội nào sẽ chạm tay vào chiếc cúp vô địch mơ ước. Tuy nhiên, theo Hưng thì 2 đội bóng sẽ góp mặt vào trận Chung kết tại Berlin tháng 6 này sẽ là 1 câu lạc bộ của Tây Ban Nha - Barcelona".

Những giây phút cùng chiến hữu cùng tranh luận và hồi hộp theo dõi những cú sút xa điêu luyện, những pha tấn công nghẹt thở sẽ là khoảnh khắc đáng nhớ nhất trong mỗi mùa giải. Hướng đến đêm Chung kết UEFA Champions League 2015, Tuấn Hưng bật mí sẽ cùng Heineken tạo ra một đêm thật khó quên dành cho những tín đồ của trái bóng tròn ngày 6/6 này. Tuy nhiên, mọi thứ sẽ không hề dễ dàng khi họ phải vượt qua rất nhiều thử thách để đến được với bữa tiệc bóng đá lúc 2 giờ đêm. Làm sao để có thể chinh phục được giấc mơ của mình? Đó là bài toán mà Tuấn Hưng, JVeveMind, Huyme và Dura Leo đã đưa ra trong một clip đặc biệt vừa được tung ra gần đây. Bằng quyết tâm và những chiêu trò đầy "ma mẫn", họ đã giải cứu được Huyme khỏi nhà để tham gia vào những trận cầu đêm đầy sôi nổi. Cùng theo dõi hành trình giải cứu Huyme tại fanpage của Heineken: <https://www.facebook.com/heineken> nhé!

CÁT TƯỜNG

Hành trình "Khuấy động cuộc vui bóng đá" cùng giải đấu UEFA Champions League 2015 hứa hẹn sẽ là một trong những sự kiện thể thao được mong đợi nhất tại Việt Nam mùa hè năm nay. Trận Chung kết nảy lửa tại Berlin và bữa tiệc bóng đá trong mơ, tất cả đang chờ đợi những người hâm mộ cuồng nhiệt nhất. Những trận cầu đầy kịch tính và những bản thắng đẹp mắt đang chờ bạn thưởng thức, các tín đồ của trái bóng tròn Việt. Hãy để Heineken cùng bạn chứng tỏ bản lĩnh của mình và vượt qua mọi thách thức để đến hòa chung niềm hừng khởi cùng bạn bè trong Đại tiệc "Khuấy động cuộc vui bóng đá" ngày 6/6 này!

**KHUẤY ĐỘNG
CUỘC VUI BÓNG ĐÁ**



TRỨNG CÚT VÀ TRỨNG CÁ MUỐI ĐEN

Trứng cá đen là một trong 10 loại thức ăn có giá đắt nhất trên thế giới. Để chế biến thành công trứng cá đen không khó, tuy nhiên cần kết hợp với cách nguyên liệu khác một cách hợp lý để tạo được hương vị đặc trưng của món trứng cá đen. Style Magazine xin được chia sẻ với độc giả một cách chế biến trứng cá đen đơn giản, dễ làm nhưng không kém phần hấp dẫn như sau:

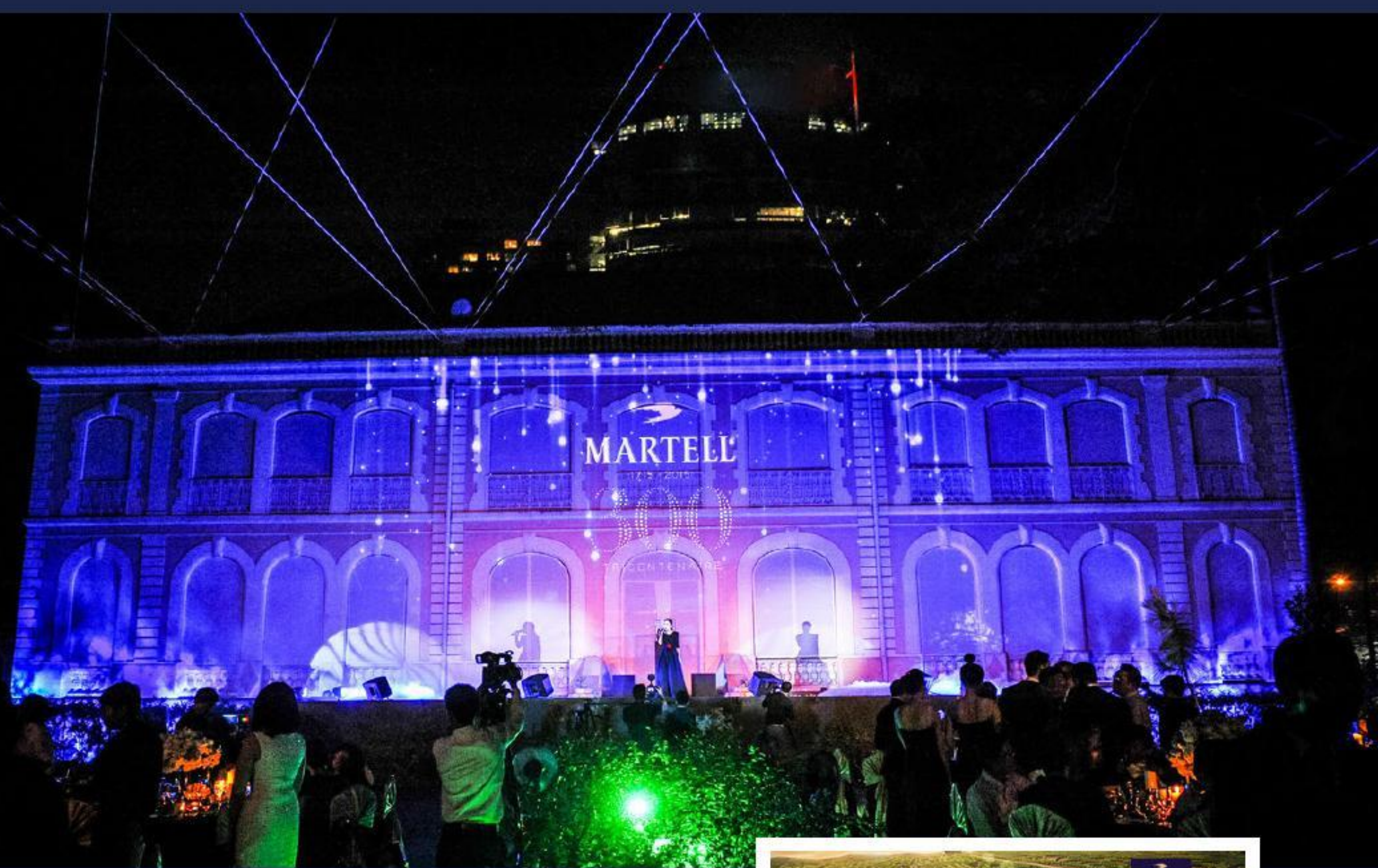
NGUYÊN LIỆU

- 12 trứng chim cút
- 1 bánh mì baguette (bánh mì que của pháp), cắt thành 24 lát
- 230gram trứng cá muối đen Mỹ

THỰC HIỆN

- Đặt trứng chim cút trong một chảo nhỏ đựng đầy nước, sau đó đun sôi.
- Đun sôi 30 giây, và tắt nhiệt, đậy vung. Nếu thích ăn trứng hơi lòng đào, để trứng nổi trong nước nóng 2 phút nếu bạn thích trứng chín hơn, hãy để trứng nổi trong nước nóng thêm 2 phút nữa.
- Chuẩn bị một bát nước lạnh và ngâm trứng trong nước lạnh sau khi vớt ra trong 5 phút. Vớt trứng và bóc vỏ.
- Làm nóng lò nướng đến 400 độ. Đặt bánh vào một khay nướng; bánh mì nướng cho đến khi chuyển màu vàng nâu.
- Thái trứng dọc; bóc trứng lòng với miếng nhựa trong mỏng. Phết 1 muỗng cà phê trứng cá muối trên mỗi miếng bánh mì nướng, đặt một nửa quả trứng lên phía trên, và trang trí với 1/4 muỗng cà phê trứng cá muối.
- Tùy theo khẩu vị, có thể kết hợp với một lát cá hồi hun khói đặt dưới lớp trứng cút.





VĂN HOÁ PHÁP – VIỆT CÙNG CHUNG NHỊP ĐẬP



Những người Pháp đầu tiên đặt chân đến Việt Nam vào thế kỉ XVII, không thể tưởng tượng được mối quan hệ giữa hai nước lại có nhiều bước thăng trầm suốt những thế kỉ sau đó.

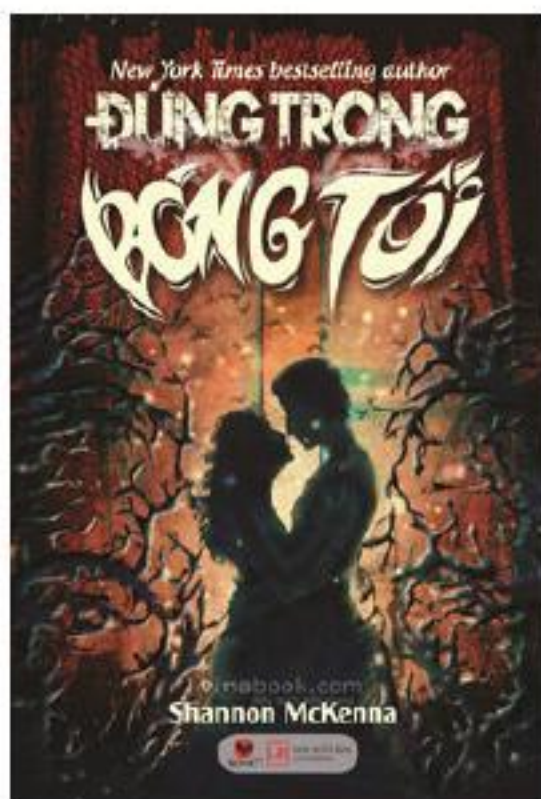
Kể từ ngày đó đến nay, văn hóa ẩm thực Pháp đã thấm thấu vào xã hội Việt Nam với nhiều thói quen mới được hình thành. Tiêu biểu như văn hóa ăn bánh mì và uống café của người Việt Nam hiện nay là kết quả của sự giao lưu tiếp biến văn hóa Pháp – Việt. Không những thế, phong cách ăn mặc hay gu thưởng thức cuộc sống cũng ảnh hưởng ít nhiều đến Việt Nam, đặc biệt là Sài Gòn, nơi mà dễ dàng tìm thấy những ngôi nhà mang đậm kiến trúc Pháp, những quán café hay những nhà hàng sang trọng và tinh tế đến từng chi tiết. Người Pháp nổi tiếng bậc nhất thế

giới về sự tỷ mỷ, sự cầu kỳ trong từng chi tiết nhỏ từ ẩm thực, thời trang, đến cách chọn thức uống phù hợp trong mỗi bữa ăn hay tiệc tùng đều cực kỳ quan trọng đối với họ. Ví như những món bò được nấu tinh tế cùng thưởng thức với hương vị Cognac cay nồng tạo nên sự tuyệt mỹ của món ăn cũng như nâng tầm của người thưởng thức. Những quý ông lịch lãm, sang trọng và tinh tế trong gu ăn mặc, thể hiện phong cách sống cũng như gu thưởng thức của bản thân mình, họ không ngần ngại trau chuốt, tỷ mỷ chọn những phụ kiện đi kèm tạo nên sự lịch lãm cũng như mạnh mẽ của một quý ông nhưng không kém phần sang trọng và tinh tế đến từng chi tiết. Bởi thế, sự xénh xoàng hầu như không có trong từ điển của những người dân đầu về phong cách sống mới – Martell Elegantly.

ĐỨNG TRONG BÓNG TỐI

Tác giả: NGUYỄN LINH, SHANNON MCKENNA

Erin Riggs đã đắm say say đắm Connor McCloud ngay từ cái nhìn đầu tiên và luôn xây dựng những tưởng tượng lãng mạn về anh. Nhưng đó là trước khi anh đứng ra làm chứng, đẩy bố cô vào tù. Thế giới của cô sụp đổ tan tành, cô phải nỗ lực để giữ gia đình không bị tan nát. Rồi một ngày, Connor đến trước cửa nhà cô, thông báo rằng cô cần được bảo vệ khỏi tên giết người điên cuồng. Anh sẽ là vệ sĩ của cô hai tư trên bảy, dù cô muốn hay không. Anh sẽ không bỏ cuộc, sẽ dùng mạng sống của mình để bảo vệ cô. Và sự mãnh liệt của anh đã đánh thức những ham muốn, đam mê cùng ngọn lửa tình dục vốn luôn âm ỉ trong cô.



LÀ ĐIỀU ANH MUỐN

Tác giả: LYNN KURLAND

Gillian nhút nhát khốn khổ bị ám ảnh vì sự xấu xí của mình. Ngày nọ, Gillian kinh hoàng khi biết cha cô gần như đồng ý bán cô cho Christopher xứ Blackmour, một chiến binh khét tiếng hắc ám. Dù sợ hãi nhưng đó là lối thoát duy nhất để tránh khỏi cha mình, Gillian đã đồng ý đến nhà người chồng của mình trên bờ biển miền Bắc nước Anh.

Christopher bị mù, do một cuộc tấn công từ vài năm trước. Giữ lời hứa với người bạn quá cố, hẳn cưới cô em gái của bạn để cho cô ta một cuộc sống đầy đủ. Nhưng lời hứa đã dần chuyển thành một điều gì hơn thế, nhưng giả như hẳn không mù lòa, giả như hẳn có thể chắc chắn rằng cô không thương hại hẳn...

Và dưới bàn tay sắp đặt của những bà mẹ đồ đầu, hai tâm hồn mất mát đã tìm thấy nhau để hồi sinh, để lại nở nụ cười, để yêu và được yêu...



BÚP BÊ ĐANG NGỦ

Tác giả: JEFFERY DEAVER

Là chuyên gia về ngôn ngữ cử chỉ của Cục điều tra bang California, Kathryn Dance được mệnh danh là máy phát hiện nói dối. Nhưng khi phải đối diện với Daniel Pell, kẻ được nhắc đến với cái tên - Đứa con của Manson, trong phòng thẩm vấn, cô thấy mình chưa bao giờ gặp một tên giết người kỳ lạ như hẳn. Vào năm 1999, Daniel Pell đã giết hại gia đình của nhà sáng chế máy tính giàu có, William Croyton, tại Carmen, California. Theresa, cô con gái nhỏ của họ là người duy nhất may mắn sống sót. Trong lúc Pell sát hại cha mẹ và hai anh chị của Theresa, cô bé đã ngủ quên trên giường và được đám đồ chơi che khuất.



KHI TA CÒN TRẺ

Đạo diễn: NOAH BAUMBACH
Khởi chiếu: 03/04/2015

Một bộ phim Mỹ ở thể loại hài tâm lý được viết kịch bản, sản xuất và đạo diễn bởi Noah Baumbach. Phim có sự tham gia của nhiều ngôi sao nổi tiếng và quen thuộc với khán giả Việt Nam như Ben Stiller, Naomi Watts, Adam Driver, và Amanda Seyfried. Bộ phim này đã được lựa chọn để công chiếu trong phần trình bày đặc biệt của Liên hoan phim quốc tế Toronto 2014. Khán giả sẽ được dõi theo cuộc sống gia đình bỗng dưng bị lạc nhịp của một cặp vợ chồng ở tuổi trung niên khi có một cặp tình trẻ len vào giữa.



BA LẦN CHẾT HỤT

Đạo diễn: KRIV STENDERS
Khởi chiếu: 17/04/2015

Một bộ phim Úc thuộc thể loại hài hành động 16+ được đạo diễn bởi Kriv Stenders. Phim có sự tham gia của nam diễn viên nổi tiếng người Anh - Simon Pegg (Shawn of The Dead, Hot Fuzz) trong vai chính, cùng với Teresa Palmer, Sullivan Stapleton, Luke Hemsworth và Alice Braga. Nội dung phim sẽ đưa khán giả theo chân một gã sát thủ chuyên nghiệp (Pegg) được phái tới giết vợ của một tỷ phú, tuy nhiên mọi chuyện lại không chỉ đơn giản như thế khi nó chứa đựng nhiều tình huống không ai ngờ tới.



ĐẠI CHIẾN SAU TẬN THỂ

Đạo diễn: YI LI
Khởi chiếu: 17/04/2015

Suy thoái môi trường, suy đồi đạo đức đã khiến toàn bộ hành tinh bị hủy diệt đồng thời nhiều bộ tộc và sinh vật mới được hình thành, tạo nên một nền văn minh mới ở Tây Vực. Sau 10000 năm, thủ lĩnh của Điều tộc là Điều Thần đã xúi giục chúng thần ăn cắp Thương cổ ma pháp để thỏa mãn dã tâm muốn thế giới trở về thời đại tà ác ngày trước. Một cô gái tên Teana đã tập hợp các dũng sĩ, lên đường đến Kuger để tìm cách diệt Điều Thần, trong khi toàn bộ nhân loại đang đứng trên bờ vực diệt vong một lần nữa. Liệu cuộc chiến này sẽ đưa Trái Đất đến kết cục nào?



ĐẾN STARBUCKS MUA CÀ PHÊ CỐC LỚN

Tác giả: YOSHIMOTO YOSHIO

Đến Starbucks, bạn sẽ gọi cà phê cỡ lớn hay nhỏ?
- Khi đi xem phim, bạn sẽ mua bịch bắp rang bơ cỡ to hay cỡ nhỏ?
- Lúc cần mua trà giải khát, bạn sẽ đến siêu thị cách xa hay đến tiệm tạp hóa cạnh nhà?
Những vấn đề này có lẽ bạn sẽ cảm thấy thật vụn vặt và chẳng đáng quan tâm, nhưng tác giả đã thông qua việc phân tích những ví dụ đời thường nhất trong cuộc sống hàng ngày để nói với chúng ta rằng: ngoài việc cố gắng kiếm thật nhiều tiền, thì tiêu tiền một cách thông minh cũng chính là tuyệt chiêu tốt nhất để ứng phó với tình trạng lạm phát đang tràn lan hiện nay.

Vậy nên để tiết kiệm, chúng ta hãy bắt đầu từ việc học cách tính toán và quản lý chi phí một cách thấu đáo từ hôm nay. Chỉ như vậy, chúng ta mới có thể trở thành NGƯỜI TIÊU DÙNG SÁNG SUỐT.


TÁU THOÁT TRONG ĐÊM

Đạo diễn: JAUME COLLET-SERRA
Khởi chiếu: 10/04/2015

Tên gangster khu vực Brooklyn kiêm sát thủ Jimmy Conlon (Liam Neeson thủ vai), từng được biết đến với biệt danh 'The Gravedigger' (Kẻ đào huyệt) từng đã trải qua những ngày tháng tươi đẹp. Là bạn chí cốt của tên trùm băng đảng Shawn Maguire (Ed Harris), Jimmy, nay bước qua tuổi 55 đang bị ám ảnh bởi những tội lỗi trong quá khứ, cũng như cả tên thanh tra cảnh sát khốn nạn từng theo đuổi hắn như hình với bóng suốt 30 năm qua. Và rồi, có vẻ như ánh sáng cuối đời của Jimmy giờ đây chỉ có thể tìm thấy dưới đáy ly rượu whiskey...


TRIỂN LÃM CƯỜI!!

Thời gian: 26/03 – 26/04/2015
Địa điểm: MANZI ART SPACE, 14 PHẠM HUY ÍCH, HN (VÀO CỬA TỰ DO)

Vô cùng nổi tiếng tại quê hương Thụy Sĩ và nước Pháp láng giềng, nhóm 'Plonk & Replonk' của bộ đôi nghệ sĩ/anh em Hubert Froidevaux (sinh năm 1966) và Jacques Froidevaux (sinh năm 1963) khám phá những khả dụng bất tận của sự hài hước qua nhiều hình thức nghệ thuật: từ nhiếp ảnh, vật thể, điêu khắc, sắp đặt, hộp đèn, bưu thiếp, in ấn đồ họa v.v.. Các tác phẩm của Plonk & Replonk là sự pha trộn của tính châm biếm, hài hước phi lý, mỉa mai với lối suy nghĩ khác thường, xoay quanh những chủ đề như môi trường, toàn cầu hóa, giáo dục và chủ nghĩa tiêu thụ.


LIVESHOW ĐIỂM HẸN MÙA XUÂN

Thời gian: 20h, 15-04-2015
Địa điểm: CUNG VĂN HÓA HỮU NGHỊ VIỆT XÔ, HN.

Chương trình bài ca đi cùng năm tháng với chủ đề "Điểm hẹn mùa xuân" - 40 năm giải phóng miền Nam thống nhất đất nước sẽ diễn ra vào lúc 20h ngày 15/04/2015 cung văn hóa Hữu Nghị Việt Xô - 91 Trần Hưng Đạo, Hà Nội. Chương trình có sự tham gia của các ca sĩ: Trung Đức, Thanh Hoa, Bích Việt, Trọng Tấn, Việt Hoàn, Đăng Dương, Thành Lê, Vũ Thắng Lợi.


ĐÊM NHẠC HƯƠNG LAN - VỸ KHANG

Thời gian: 20h30, 29-04-2015
Địa điểm: PHÒNG TRÀ WE, 8 LÊ QUÝ ĐÔN, HCM

Hương Lan xuất hiện lần đầu tiên trên chương trình video Paris by Night năm 1984 với nhạc phẩm Ngày về của Hoàng Giác và nhanh chóng trở thành một giọng ca trụ cột của trung tâm Thúy Nga. Bà xuất hiện rất thường xuyên trong chương trình Paris By Night với những nhạc phẩm tình ca quê hương như Còn thương rau đắng mọc sau hè, Em đi trên cỏ non, Chiếc áo bà ba, Điệu buồn phương Nam... và Cánh thiệp đầu xuân (Paris By Night 80), Mùa xuân của mẹ (Paris By Night 85...)


TRIỂN LÃM "NGÀY THỨ 8"

Thời gian: 26/03 – 25/04/2015
Địa điểm: SÂN KHÁCH SẠN SOFTEL PLAZA, HN.

Music Bank World Tour là tour lưu diễn thế giới nằm trong khuôn khổ chương trình Music Bank của đài truyền hình KBS. Việt Nam sẽ là điểm dừng chân tiếp theo của Music Bank, hứa hẹn đem đến một đại nhạc hội hoành tráng không thể bỏ qua đối với cộng đồng yêu Kpop tại Việt Nam.


QUANG LÊ - "CON ĐƯỜNG XƯA EM ĐI"

Thời gian: 21h, 17-04-2015
Địa điểm: PHÒNG TRÀ ĐỒNG DAO, 164 PASTEUR, QUẬN 1, HCM

Quang Lê được cha mẹ cho theo học nhạc từ năm lớp 9 đến năm thứ 2 của đại học khi gia đình chuyển sang sống ở California. Anh từng đoạt huy chương bạc trong một cuộc thi tài năng trẻ tổ chức tại California. Quang Lê mới tạo được chỗ đứng trên sân khấu ca nhạc của cộng đồng người Việt ở Mỹ. Và từ đó, Quang Lê liên tục nhận được những lời mời biểu diễn ở Mỹ, cũng như ở Canada, Úc...


LIVESHOW NGUYỄN HƯNG - "THỜI GIAN"

Thời gian: 19:45, 11-04-2015
Địa điểm: NHÀ HÁT HÒA BÌNH, 240 ĐƯỜNG BA THÁNG HAI, HCM.

Phong cách biểu diễn, chất giọng tuyệt vời kết hợp với vũ đạo đầy mê hoặc, có thể nói Nguyễn Hưng vẫn là cái tên "hot" tính đến thời điểm này trong số ca sĩ được yêu mến cả trong nước và hải ngoại. Nguyễn Hưng tâm sự chưa biết bao giờ mình ngừng hát, ngừng đứng trên khấu nên lần biểu diễn nào, cũng phải cố gắng hết mình, giữ gìn và trân trọng tình cảm của khán giả.





1 - Kosé

Kỷ niệm 30 năm phát triển, dòng mỹ phẩm Sekkisei của Kosé Nhật Bản đã để lại dấu ấn sâu đậm trên thị trường mỹ phẩm thảo dược với con số ấn tượng: 48 triệu chai Sekkisei Lotion được bán ra. Sekkisei mang lại một làn da trắng trẻo mịn màng như tuyết từ những thành phần thảo dược phương Đông quý hiếm như hạt Ý Dĩ, rễ đương quy và bạch vi thảo... Lý do bạn cảm thấy mát dịu, ẩm mượt từ bên trong và mịn màng bề mặt da là nhờ công nghệ hòa tan vi hạt một lượng dầu nhỏ đều trong nước. Chính nhờ công nghệ cân bằng lượng dầu và nước này giúp cho các thành phần làm đẹp da lan tỏa và hòa tan dưới da. Kể từ khi ra đời vào năm 1985, những bà mẹ giờ đã truyền cảm hứng, tình yêu dành cho dòng mỹ phẩm Sekkisei cho con gái của mình, từ đất nước hoa anh đào ra cả thế giới trong suốt 30 năm qua.

2 - QUEENIE

Queenie hiện nay có mặt trên thị trường với các dòng sản phẩm: Dưỡng da bổ sung Collagen kết hợp với các thành phần làm đẹp từ thiên nhiên và Trang điểm tự nhiên cho làn da vẻ đẹp hoàn hảo không tì vết. Là dòng sản phẩm đa dạng dành cho các bước từ cơ bản như làm sạch, dưỡng ẩm, phục hồi đến các phần trang điểm, tẩy trang cuối cùng, Queenie hỗ trợ tối đa quá trình làm đẹp cũng như chăm sóc da mọi nơi mọi lúc của phụ nữ Việt Nam. Sản phẩm an toàn và phù hợp với mọi độ tuổi, mọi loại da.



3 - CLÉ DE PEAU BEAUTÉ

Qua những dòng siêu phẩm trước đây, Cle de peau Beaute đã thực hiện trọn vẹn lời hứa về làn da trắng tỏa sáng cho những người phụ nữ của mình. Nhân sự kiện "Toà sáng toàn diện" tại khách sạn Melia (Hà Nội), Cle de peau Beaute đã giới thiệu bộ sưu tập dưỡng trắng da và sắc màu trang điểm mới mùa Xuân Hè 2015 cũng như những bí quyết mới nhất để chăm dưỡng làn da tỏa sáng rạng rỡ, như chính vẻ đẹp của kim cương. Bộ sưu tập dưỡng trắng mới bao gồm 3 sản phẩm ấn tượng: tinh chất vùng mặt, tinh chất vùng mắt, mặt nạ là giải pháp hoàn hảo để bạn có làn da trắng sáng, đều màu từ bên trong.



4 - SHISEIDO

Tiếp nối thành công 4 năm qua, năm nay, Công ty TNHH Shiseido tiếp tục được lựa chọn là một trong những Công ty có Đạo đức Kinh doanh tốt nhất thế giới năm 2015. Kết quả được công bố vào ngày 8 tháng 3 năm 2015 bởi Viện Ethisphere® - một tổ chức của Mỹ nhằm tôn vinh những tấm gương thành công tiêu biểu trong kinh doanh tại khu vực với những hoạt động đúng đắn và đóng góp trách nhiệm cùng xã hội (CSR). Giải thưởng năm nay đã được nghiên cứu khảo sát tại hơn 100 quốc gia khắp thế giới và công bố hàng năm kể từ năm 2007.



5 - MAKE UP FOR EVER

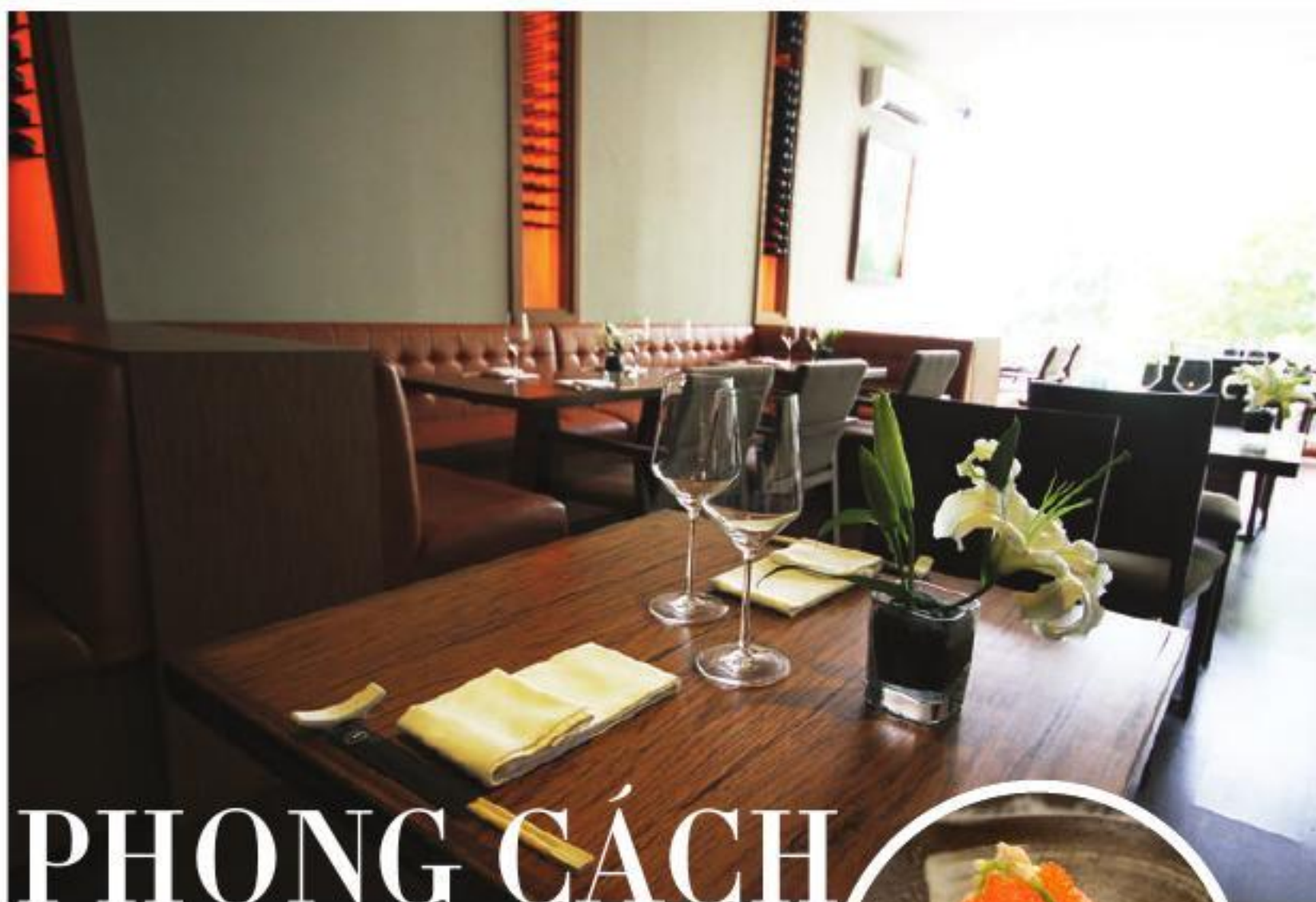
Không chỉ là phấn, White Definition là sản phẩm giúp phái đẹp có một làn da trắng tinh khiết như pha lê một cách tự nhiên đến hoàn hảo. Tinh chất làm trắng da kết hợp với SPF 30 PA++ và thành phần chống ẩm, chống mồ hôi giúp bảo vệ da đồng thời đem lại một làn da khô thoáng cả ngày. Nhờ những hạt sắc tố phản chiếu ánh sáng xanh giúp trung hòa sắc vàng, hồng, và các vết không đều màu trên da để đem lại làn da trắng sáng rạng rỡ không tì vết.

Blanchy's Tash có thể coi là một điểm giải trí ấn tượng của Sài Gòn. Nó đánh thức sở thích âm nhạc hiện đại của giới trẻ, mang cho họ một thói quen mới là tụ họp bạn bè và thưởng thức nghệ thuật. Khách của Blanchy's đều quay trở lại nơi này hàng tuần bởi tính chuyên nghiệp phục vụ khách hàng được đặt lên trên hết.

Sự đơn giản và tinh tế hết mức có thể chính là bí quyết thành công của Blanchy's. Khi đến Blanchy's Tash, thực khách có thể khai vị với tartar cá hồi chấm nước tương wasabi để "nghe" thấy khúc hùng ca của biển. Thịt cá mềm và thanh, tươi nhuyễn gần như kem quện cùng vị cay nồng vừa đủ của mù tạc wasabi, giữ khẩu vị thực khách hứng phần chờ đến các món sau.

Không kém phần tuyệt diệu là món sa-lát cá ngừ tataki sốt với mè và đậu tương. Những lát cá ngừ mềm lớn được áp chảo sơ điểm xuyết bằng nước sốt dậy hương đậu tương và mè. Những món ngon nổi bật khác là cang ghe thịt chiên bột (tempura) dùng với sốt ponzu kiểu Nhật, và nhiều loại cơm cuộn maki ngon tuyệt.

Những từ hoa mỹ nhất phải dành cho món gà nướng vỉ đặc sản của nhà hàng. Những miếng thịt gà ướp thật lớn, thật mềm sẽ làm vừa ý cả một tay nông dân bụng đói xứ Bresse và được phục vụ kèm một loại nước chấm dạng mayonnaise hơi cay. Công thức nước sốt là một bí mật mà bếp trưởng Britto kiên quyết không hé nửa lời cho những thực khách tò mò. Với những nguyên nhân như vậy, danh tiếng càng lúc càng lan xa của nhà hàng cũng không có gì khó hiểu.



PHONG CÁCH BLANCHY'S



Nếu bạn muốn thưởng thức ẩm thực Nhật đúng cách hay đi bar đúng điệu, Blanchy là một địa chỉ cần nhớ.

Mùa hè sôi động cùng Fit and Spa Lounge. Giảm đến 25% phí hội viên.

Phòng tập rộng 250m2. Nhiều trang thiết bị hiện đại. Miễn phí lớp Yoga & sử dụng hồ bơi. Miễn phí sử dụng phòng xông hơi, xông ướt, jacuzzi. Thẻ bơi cho trẻ em: 2,000,000 đồng/tháng*.

DESIGN YOUR JOURNEY.

pullman
HOTELS AND RESORTS

Paris . London . Shanghai . Bangkok . Sydney . Berlin . Barcelona . Hanoi . Danang . Ho Chi Minh City

fitandspa
LOUNGE

PULLMAN HANOI

40 CAT LINH STREET, DONG DA DISTRICT - HANOI - VIETNAM - T: +844 3733 0688 Ext 4219 - E: h7579-th@accor.com

LE CLUB ACCOR
HOTELS

JOIN OUR GLOBAL LOYALTY PROGRAM AT ACCORHOTELS.

STYLE TALKS

FEATURES - OPINIONS - PILLOW TALKS



Jumpsuit: **Valentino**
Găng tay: **Hermès**

142

HÀ ANH:
"HỌ GHÉT TÔI VÌ TÔI KHÁC HỌ!"



156

152 HELLY TỐNG: IT GIRL 2.0



160

BAO LÂU RỒI EM KHÔNG TỎA SÁNG?



166

MẮT XANH VÀ GIÀY CAO GÓT



“Trong tất cả các cuộc tình đều có một người đàn ông, một người phụ nữ, một người tình cũ luôn lạnh lẽ ghen tuông và một người bạn thân thương luôn âm thầm mong chờ tình yêu kia chấm dứt.”

STYLE

www.facebook.com/stylemagazine

Liên hệ quảng cáo: 04.3773.8005

HÀ ANH

*“Họ ghét tôi vì
tôi khác họ!”*

XINH ĐẸP MIỄN BÀI CẢI, TÀI NĂNG CÓ THỪA VÀ SỰ TỰ TIN KHÔNG GIẤU DIỂM DỄ BIẾN HÀ ANH TRỞ THÀNH ĐÍCH NGẮM CỦA NHIỀU SỰ GHEN TỊ VÀ CHỈ TRÍCH. ĐÃ CÓ MỘT THỜI NGƯỜI TA GỌI CÔ LÀ “NỮ HOÀNG THỊ PHI” BỞI NHỮNG SCANDAL LUÔN VÂY QUANH. BỎ MẶC TẤT CẢ NHỮNG LỜI ONG TIẾNG VÊ, HÀ ANH LUÔN XUẤT HIỆN TRƯỚC CÔNG CHÚNG VỚI VẺ RẠNG RỠ VÀ TẬN HƯỞNG CUỘC SỐNG NHẤT...

Anh Trâm

Corset: **La Perla**
Chân váy: **Moschino**
Vòng tay: **Hermès**



“TÔI TỪNG BỊ TÁT GIỮA SÂN TRƯỜNG”

Trước tiên, xin được cảm ơn chị vì đã đồng ý trả lời phỏng vấn ở một chủ đề khá “gai góc” như là “Sự Ghen tị”. Hỏi một cách thật lòng, Hà Anh đã bao giờ cảm thấy ghen tị với người khác chưa?

Có chứ! Tôi nhớ nhất là hồi đi học mẫu giáo có một bạn trong lớp được uống sữa đậu nành với đường do gia đình bạn ấy mang đến, còn tôi và lũ trẻ còn lại phải uống nhạt. Tôi tị lắm. Nhưng là trẻ con nên chóng quên thôi.

Bây giờ lớn thì tôi ít tị nạnh hơn vì mỗi công việc của mình. Thịnh thoảng tị với các ngôi sao quốc tế vì họ được biểu diễn trên sân khấu hoành tráng thế, hay họ được sáng tạo với ít rào cản thế. Nhưng rồi tôi lại tự nhủ: mình phải phấn đấu trong hoàn cảnh riêng của đất nước mình và đi lên đây rạng rỡ. Bao nhiêu cái khó mình còn vượt qua được rồi cơ mà. Tôi tâm niệm phải luôn “make the most of it” nghĩa là tận dụng hết những điều tuyệt vời trong điều kiện mình được ban tặng.

Thần thoại Hy Lạp có kể rằng các vị thần đã đánh nhau chỉ từ để giành được “Quả táo cho người đẹp nhất”. Đến các vị thần còn như vậy nữa là người phàm. Chị có nghĩ rằng ghen tị là bản chất của con người và không thể nào tránh khỏi?

Vâng, chắc chắn rồi. Con người ai cũng như ai: tồn tại các cảm xúc yêu, ghét, ghen tuông, giận hờn, tị nạnh... Nhưng rồi bản chất của mỗi con người, cái tốt-xấu, sự tự tin hay thiếu tự tin, rồi hoàn cảnh sống sẽ quyết định sự cân bằng của những cảm xúc này.

Ví dụ nếu bạn là người tự tin, vui vẻ và lành tính, đôi khi cảm xúc ghen tị có thể dậy lên do bản năng. Nhưng rồi sự tự tin trong bạn sẽ mách bảo rằng bạn có những điều đặc biệt riêng mà người khác không có. Thế thì sao phải ghen tị? Sự tốt bụng, lạc quan trong bạn sẽ khiến bạn hạnh phúc cho thành công của người khác thay vì đi nói xấu hoặc tìm cách hãm hại đến người kia.

Người ta thường nói chỉ có những kẻ thất bại mới hay ghen tị với những người thành công. Nhưng thực tế rất nhiều người tài giỏi, giàu có cũng thường cảm thấy đố kỵ người khác. Vậy theo chị, nguyên nhân của sự đố kỵ là gì?

Bản chất con người là “lòng tham vô đáy” nên đôi khi không biết bao nhiêu là đủ. Người có chiếc xe máy ghen tị với người có ô tô. Người có ô tô lại ghen tị với người có nhiều cái ô tô hoặc máy bay, du thuyền. Rồi người có du thuyền có khi lại ghen tị với hạnh phúc giản đơn và bình dị của anh chỉ có chiếc xe máy. Tôi nghĩ rằng những người vì lòng ghen mà nói xấu hay tìm cách hạ bệ người khác là những kẻ yếu đuối và điều này dễ dẫn đến thất bại. Khi họ tập trung quá nhiều năng lượng và thời gian cho việc ghét bỏ người khác, họ sẽ đánh mất cơ hội học hỏi, cộng tác cùng những con người thành công ấy. Họ cũng không có đủ thời gian để giúp cuộc sống của chính họ tốt đẹp hơn.

Ngay từ hồi nhỏ, chị đã từng bị bạn bè kỳ thị và xa lánh vì chiều cao nổi bật, hẳn chị rất thấu hiểu nỗi khổ của việc bị ghen ghét, đố kỵ. Chị có thể chia sẻ một vài kỷ niệm về những lần “chạm trán” đầu tiên với lòng ghen của người khác. Có bé Hà Anh hồi ấy đã cảm thấy thế nào?

Thật kinh khủng! Tôi chỉ là một cô bé 12 tuổi, quá ngây thơ và non nớt để hiểu rằng lòng đố kỵ có thể khiến người bạn thân nhất “trở mặt” nói xấu mình. Những người không quen biết tung tin đồn thất thiệt làm tôi tổn thương. Họ còn viết thư nặc danh để hạ nhục tôi bằng những lời lẽ mạt sát. Thậm chí có kẻ còn cố tình gây sự để tung cho tôi một cái tát trời giáng ngay sân trường.

Họ ghét tôi vì tôi khác họ. Tôi hồn nhiên, cởi mở, thông minh và hay xin phát biểu ý kiến trong giờ học. Họ ghen tị với tôi vì tôi sôi nổi trong các hoạt động của trường, rồi được ba mẹ cho mặc quần áo đẹp đi học. Tôi từng rất khổ sở và mất lòng tin vào tình bạn. Tôi từng khóc rất nhiều với ba. Nhưng chính họ, những đứa trẻ đầy ghen tị đã giúp tôi trở thành con người của ngày hôm nay: mạnh mẽ trong ý chí, làm việc độc lập mà không bao giờ ỷ lại vào bất cứ ai. Da mặt tôi cũng dày hơn, tôi quyết tâm sống hạnh phúc, làm những gì tôi muốn. Tôi sống ôn hòa với xã hội và tương tác với những cá nhân mạnh mẽ. Đó là những con người tốt bụng và tự tin có thể nâng bước tôi bằng năng lượng tích cực của họ thay vì những con người yếu đuối đầy ghen tị luôn muốn kéo tôi xuống.

“TÔI KHÔNG GIẢ VỜ DỐT NÁT HAY TỘI NGHIỆP”

Kinh nghiệm bao nhiêu năm trong nghề người mẫu đã giúp chị có được bản lĩnh chống lại những lời nói xấu, những chiêu trò hạ bệ nhau từ người khác như thế nào?

Những lời hạ bệ của người khác, tôi luôn bỏ ngoài tai. Nếu họ “vỡ” thẳng vào mặt tôi thì tôi sẽ đối diện với họ, nói cho họ hiểu: Danh dự của tôi ngoài chính tôi ra, không ai có thể lấy đi được.

Còn lại, tôi khá vị tha đối với những lời tán dóc, nói xấu sau lưng. Vì tôi hiểu, đôi khi người ta đánh giá quá nhanh trước khi thực sự biết tôi. Hoặc đôi khi, cách cư xử của tôi chưa hoàn hảo. Con người mà, làm sao làm vừa lòng được tất cả. Nhưng tôi vui vì có rất nhiều người, từ “ghét” tôi một cách cảm tính qua những lời đồn thổi lại chuyển thành yêu mến tôi sau khi hiểu tôi sâu hơn. Giấy không thể bọc lửa. Tôi tin rằng mình làm đúng, sống đúng, cuối cùng theo thời gian mọi người sẽ nhìn thấy, sẽ hiểu bản chất thực của mình.

Hà Anh đẹp, thông minh và thành công. Chị xây dựng một hình tượng phụ nữ tự tin, biết mình muốn gì và luôn hạnh phúc trong cuộc sống. Chừng ấy là quá đủ để khiến nhiều người tức điên vì ghen tị. Chị có nghĩ rằng bớt “thể hiện” và kiềm chế bản thân một chút, chị sẽ tránh được nhiều rắc rối hơn không?

Tôi không phóng tác, vẽ vời một cuộc sống hoàn hảo, cũng chưa bao giờ tự nhận mình tài năng hay biết tất cả. Trái lại, tôi trân trọng năng lực hạnh phúc của mình bằng hai tay và không ngừng học hỏi từ những người xung quanh. Tôi không huyênh hoang, khoác lác về những gì mình không biết hay không làm được, nhưng giả vờ dốt nát hay tội nghiệp để người ta thương cảm thì không bao giờ.

Tôi cứ sống tự nhiên và bình thường như những gì tôi có. Những người yêu mến sẽ trân trọng tôi, còn những kẻ ganh ghét thì dù tôi có đau khổ, hay nhàu nhĩ, họ sẽ lại càng hả hê hơn thôi chứ chẳng đem lại lợi lộc gì. Bởi vậy tôi tập trung sống cuộc sống của mình, ai nghĩ gì về tôi là quyền của họ. *Tác hại của lòng ghen thì ai cũng thấy rồi nhưng theo Hà Anh liệu có cách nào để “tận dụng” lòng ghen tị, biến nó thành một điều tích cực?*

Tôi nghĩ loại bỏ hoàn toàn cảm xúc ghen tị là điều bất khả. Ghen tị một chút cũng được miễn là đừng biến nó thành cảm xúc đố kỵ hay ghét bỏ lâu dài. Đó là thứ độc dược cho tâm hồn. Hãy biến sự ghen tị thành động lực tích cực để vươn lên tốt hơn, hạnh phúc hơn. Cá nhân tôi luôn cố gắng gạt bỏ những cảm xúc ghen tị với người khác. Mỗi người có một cuộc sống riêng và chúng ta đều phải học học cách công nhận những thành công, may mắn của người khác. Thay vì ngồi đó mà ghen tị, hãy nỗ lực phấn đấu để có thành công và hạnh phúc của riêng mình, đồng thời tự tạo dựng cho mình những cơ hội may mắn.



CONCEPT & CREATIVE: **SAMUEL HOÀNG**

PHOTOGRAPHER: **SAMUEL HOÀNG**

MAKEUP: **ANDY PHAN**

HAIR: **BARNES**

MODEL: **HÀ ANH**

STYLIST: **HUYỀN COCO**

FASHION: **HERMÈS, LA PERLA, MOSCHINO, VALENTINO,
ROBERTO CAVALLI**

Corset: **La Perla**
Chân váy: **Moschino**
Vòng tay: **Hermès**



“Tôi từng rất khổ sở và mất lòng tin vào tình bạn. Tôi từng khóc rất nhiều với ba. Nhưng chính họ, những đứa trẻ đầy ghen tị đã giúp tôi trở thành con người của ngày hôm nay: mạnh mẽ trong ý chí, làm việc độc lập mà không bao giờ ý lại vào bất cứ ai.”

Người ta nói phụ nữ thường nhỏ nhen nên hay ghen tị hơn đàn ông? Chị thấy điều đó có đúng không?

Nói như vậy thì hơi phân biệt giới tính rồi! Phụ nữ dễ bị chi phối, trong lòng dễ dấy lên cảm xúc và sự ghen tị là một trong số cảm xúc đó. Đàn ông cũng ghen tị, nhưng họ chóng quên hơn và không giữ lâu cảm xúc này.

“ĐÃ TÌM ĐƯỢC NGƯỜI ĐÀN ÔNG ẤY”

Một khái niệm rất gần với sự ghen tị là lòng ghen tuông. Đó là một thứ gia vị nguy hiểm cho tình yêu: Đúng liều lượng, tình yêu được hâm nóng, kích thích; quá liều thì hẳn là bị kịch. Tôi tự hỏi một cô gái thông minh và khéo léo như Hà Anh khi ghen sẽ như thế nào?

Tôi cũng không khéo léo như mọi người nghĩ đâu. Tính tôi bộc trực, nhiều cảm xúc, nếu cảm thấy ghen tuông tôi sẽ nói thẳng những gì tôi nghĩ bởi tôi cảm thấy bị xúc phạm. Tôi luôn chủ động gạt bỏ những hờn ghen vì nó không có lợi cho bất cứ điều gì ngoài việc chứng tỏ sự mềm yếu và thiếu tự tin của bản thân. Những cảm xúc ấy làm người ta khổ sở. Tôi nghĩ muốn giữ được người đàn ông thì hãy tạo ra những giá trị riêng của mình. Mình luôn hấp dẫn, tự lập và duyên dáng, anh ấy sẽ phải chủ động trân trọng và gìn giữ tình cảm của cả hai. Chứ làm “bà chằn ghen tuông” chỉ khiến anh ta cao chạy xa bay mà thôi.

Chị chia sẻ trên fanpage, một trong những mục tiêu chị đặt ra trong năm nay là một lễ đính hôn. Lễ nào bước chân phiêu du đã bắt đầu thấy mỏi và chị bắt đầu mơ về một tổ ấm cho riêng mình?

Mọi người thấy tôi có suy nghĩ mạnh mẽ thì hay hiểu nhầm rằng tôi là người sống tự do, không thích ràng buộc. Sự thực tôi là một người hướng nội, trừ những lúc làm việc ra, thì không thích chốn đông người. Tôi thích nấu ăn, thích chăm sóc gia đình và luôn trân trọng sự chung thủy trong tình yêu. Lúc nào tôi cũng xác định tìm cho mình một người đàn ông phù hợp để xây dựng tổ ấm. Chỉ có điều, khác với nhiều bạn bè đồng trang lứa, tôi không gặt đầu bừa cho... xong trách nhiệm. Chỉ khi tìm được người tôi yêu, yêu tôi, cả hai phù hợp trong lối sống, mục tiêu, tôi mới nghĩ đến chuyện đi xa hơn. Hiện tại, tôi nghĩ rằng mình đã tìm được người đàn ông ấy. Để rồi xem!

Có kế hoạch hoặc dự định nào thú vị mà chị muốn “bật mí” với độc giả của tạp chí Style không?

Thời gian này tôi đang dần tiếp nhận những vai trò mới như đại diện thời trang, viết sách. Đặc biệt, sắp tới tôi sẽ về làm tổng biên tập một tạp chí thời trang mới tại Việt Nam. Tôi rất hào hứng trong vai trò này bởi gia đình tôi có truyền thống viết văn và làm báo từ lâu. Tôi nóng lòng được cùng các ê kíp sáng tạo làm nên những sự thay đổi đầy hào hứng cho văn hoá, thời trang và phong cách sống Việt Nam. Tôi hy vọng với vai trò mới này, mọi người sẽ không cảm nhận rằng đây là một cuộc cạnh tranh, mà là sự phát triển cộng hưởng để mang lại những nguồn cảm hứng mới cho độc giả yêu phong cách sống thời trang tại nước nhà.

Cảm ơn Hà Anh vì buổi trò chuyện thú vị này! Tháng 4 cũng là tháng sinh nhật của chị. Style Magazine chúc Hà Anh tuổi mới ngày càng thành công và rực rỡ hơn nữa!”



Corset: **La Perla**
Quần: **Roberto Cavalli**
Vòng cổ: **La Perla**
Vòng tay, thắt lưng: **Hermès**



KHI CÁC SAO “GHÉT NHAU RA MẶT”

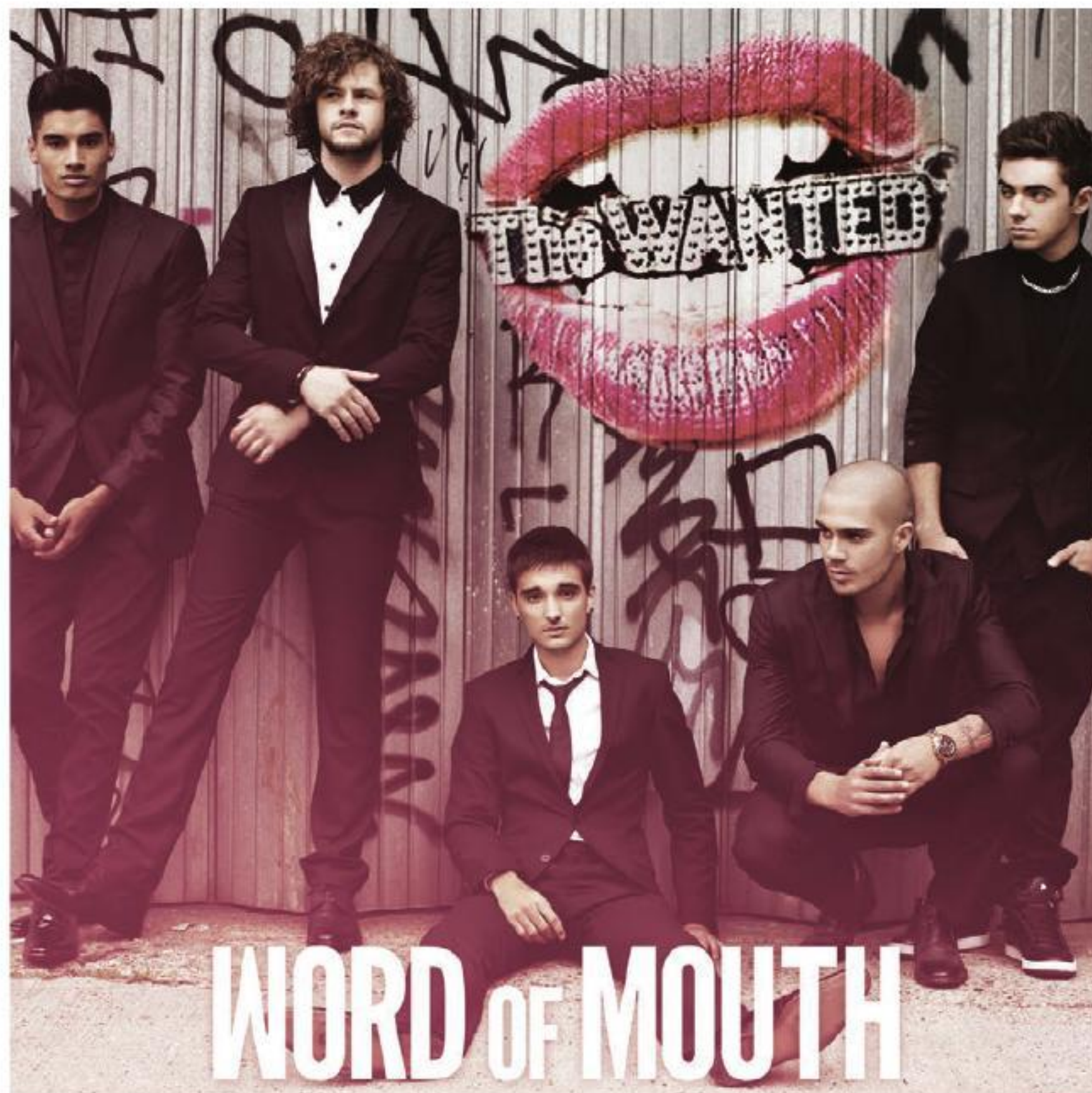
Thật khó để giữ được mối hòa khí trong một môi trường làm việc cạnh tranh khốc liệt như showbiz. Chuyện “con gà tức nhau tiếng gáy” là chuyện thường. Một phút không giữ được mình, phát ngôn bất cẩn sẽ khiến các sao tự bôi xấu hình tượng trước con mắt soi mói của giới truyền thông và người hâm mộ.

Anh Trâm



ONE DIRECTION VS. THE WANTED

Khi các boyband cùng hướng đến một nhóm đối tượng khán giả giống nhau, chiến tranh chắc chắn sẽ xảy ra. Mọi chuyện khởi đầu khi Tom Parker, thành viên của nhóm The Wanted viết lên Twitter chế giễu Louis Tomlinson của One Direction: “*Cậu còn dám nhắc đến bọn tôi trong buổi diễn của các cậu à? Cậu buồn đến thế khi không thể vào ban nhạc này sao?*”. Louis trả đũa lại: “*Bạn à, hai ta đều biết tôi không bao giờ phí thời gian để thủ giọng cho ban nhạc của bạn. Cậu đang chọc cười tôi với cả tính xấu xa của cậu đấy*”. Cuộc khẩu chiến sau đó đã lan rộng ra các thành viên của cả hai nhóm nhạc. Đỉnh điểm của sự đấu đá là khi Zayn Malik của 1D gọi Max George của The Wanted là “*nhóc nhiễm bệnh chlamydia*”. Hai bên thậm chí còn thách đánh nhau để phân thắng bại. Ở thời điểm hiện tại, The Wanted đang tạm thời tan rã để các thành viên theo đuổi sự nghiệp solo. Max George (The Wanted) cho rằng nguyên nhân chính là sự cạnh tranh từ 1D. Bản thân nhóm 1D cũng vừa mất một thành viên do Zayn Malik quyết định rời nhóm. Cả hai ban nhạc đình đám một thời đã không còn trên đỉnh cao phong độ như khi còn đấu đá với nhau nữa.





MADONNA VS. ELTON JOHN



Một người là huyền thoại nhạc rock, một người là nữ hoàng nhạc pop. Cả hai đều là những nghệ sĩ mà tên tuổi đã được công nhận qua hàng thập kỉ. Mọi chuyện bắt đầu từ năm 2002 khi Elton John chế bài hát chủ đề cho phim *"Die Another Day"* do Madonna thể hiện là "nhạc phim Bond dở tệ nhất trong lịch sử". Kể từ đó, mọi chuyện càng ngày càng tệ hơn. Năm 2004, John tiếp tục mỉa mai Madonna: *"Madonna, giải biểu diễn live xuất sắc nhất nhất? Kể từ khi nào hát nhép được coi là hát live vậy? Tôi nghĩ bất cứ ai hát nhép trên sân khấu mà bạn phải trả tới 75 bảng để vào xem thì cần bị bán bỏ"*. Năm 2012, John tiếp tục chê: *"tour diễn của cô ta thật là một thảm họa", "cô ta trông như thể một vũ nữ thoát y tại hội chợ"*. Trước những lời châm chọc của đàn anh, nữ hoàng nhạc pop luôn giữ thái độ im lặng. Hơn một thập kỉ đã trôi qua, hai tên tuổi hàng đầu trong âm nhạc vẫn chưa làm hòa với nhau.

BRITNEY SPEARS VS. CHRISTINA AGUILERA

Từ chính xác nhất để miêu tả mối quan hệ giữa Britney Spears và Christina Aguilera là *"frenemy"* (từ ghép giữa *"friend"*: bạn bè và *"enemy"*: kẻ thù). Cả hai đã từng có thời gian thân thiết bên nhau khi còn hoạt động tại CLB Mickey. Trạc tuổi nhau, cùng xinh đẹp, tài năng và xuất thân từ một lò đào tạo là lý do Britney và Christina thường được giới truyền thông đặt lên bàn cân so sánh. Áp lực từ báo chí và người hâm mộ đã khiến hai ngôi sao luôn trong tình trạng *"cơm không lành, canh chẳng ngọt"*. Năm 2004, trong bài phỏng vấn với *Us Weekly*, Christina chỉ trích Britney về quyết định làm đám cưới vội vàng với Kevin Federline. Chưa hết, Christina còn tỏ ra bị sốc khi hay tin Britney đã phải tự mua nhẫn kim cương cho mình. Những phát ngôn đó đã khiến mối quan hệ giữa hai người thêm căng thẳng. Christina than thở với tạp chí *Blender* về sự xa cách của Britney và bình luận thêm: *"Cô ấy giống như một đứa trẻ lạc, người luôn cần sự chỉ dẫn một cách tuyệt vọng"*. Phản ứng của Britney Spears? *"Một đứa trẻ lạc? Tôi không thể tin được cô ấy nói thế về tôi? Khi một người đã cư xử thô lỗ với bạn quá nhiều lần thì mọi chuyện sẽ là: 'Cậu biết không, Christina, Tôi sẽ không bao giờ gần gũi với kẻ giả tạo đâu'"*.



JOHN MAYER VS. TAYLOR SWIFT

Cả hai đã hẹn hò một thời gian ngắn trước khi đường ai nấy đi vào năm 2010. Khi đó Taylor mới chỉ 21 còn John thì 32 tuổi. Sau sự tan vỡ, cô gái trẻ đã sáng tác ca khúc Dear John với những ca từ đậm chất trách móc như: *"Anh không nghĩ là em còn quá trẻ để bị đối xử như vậy sao", "Em đã sống trong ván cờ của anh nhưng anh thay đổi luật mỗi ngày"*. Trả lời phỏng vấn trên tạp chí Rolling Stone, John nói bài hát làm nhục anh ấy: *"Tôi không đáng bị như vậy. Tôi khá giỏi trong việc đảm nhận trách nhiệm và tôi chưa từng làm điều gì để đáng bị như vậy. Cô ấy đã làm một việc thật hạ tiện"*. John cũng không vừa khi cho ra mắt ca khúc *"Paradise Valley"* từ album *"Paper Doll"* trong đó anh mỉa mai Taylor Swift là một "búp bê giấy". Sự việc càng trở nên căng thẳng khi sau đó John hẹn hò với Katy Perry, người sau đó đã "bót tay trên" của Taylor Swift 3 vũ công giỏi trong một tour diễn. Đến tận bây giờ John Mayer và Taylor Swift vẫn tìm cách tránh mặt nhau tại các buổi trao giải hoặc các sự kiện giải trí.

**EMINEM VS. MARIAH CAREY**

Rapper da trắng và diva Mariah Carey từng có thời gian bị đồn đại là hẹn hò với nhau. Điều này đã từng được ám chỉ trong ca khúc Superman do Eminem thể hiện năm 2002: *"Cô đang cố gắng trở thành cái gì vậy? Một người vợ mới của tôi à? Cái gì cơ, cô á Mariah?"*. Ngay sau đó, trong bài phỏng vấn với Rolling Stone, Eminem tiếp tục úp mở về tình cảm một chiều mà Mariah dành cho anh *"Tôi không thích con người cô ấy lắm"*. Về phía Mariah Carey, cô liên tục phủ nhận mối quan hệ giữa hai người trên các phương tiện truyền thông đại chúng. Để chứng minh mình nói đúng, trong tour diễn Anger Management, Eminem đã cho phát những tin nhắn thoại được cho là từ Mariah với lời van nài: *"Sao anh không gặp em? Sao anh không gọi cho em?"* Không dừng lại ở đó, nam ca sĩ tiếp tục miệt thị Mariah Carey trong nhiều ca khúc và nhiều bài phỏng vấn với các hãng truyền thông khác. Để đáp trả lại, Mariah Carey trình làng nhạc phẩm Obsessed trong đó cô đóng giả thành một kẻ chuyên rình mò người khác và có ngoại hình giống hệt Eminem.

Nói xấu và tìm cách hạ bệ nhau không phải là chuyện hiếm trong giới giải trí. Việc đó sẽ giúp các ngôi sao giành được sự quan tâm từ báo chí truyền thông, song sự tôn trọng từ người hâm mộ thì không.



ĐIỆN ẢNH & VĂN HỌC những *"cái bắt tay"* kinh điển

VĂN HỌC TỪ LÂU ĐÃ LÀ MỘT "MỎ VÀNG" ĐỂ CÁC NHÀ LÀM PHIM KHAI THÁC CHẤT LIỆU SÁNG TÁC. NHỮNG BỘ PHIM CHUYỂN THỂ THƯỜNG RẤT KHÓ KHĂN ĐỂ VƯỢT QUA "CÁI BÓNG" CỦA TÁC PHẨM VĂN HỌC, TUY NHIÊN CŨNG CÓ NHIỀU SẢN PHẨM ĐIỆN ẢNH THĂNG HOA, GẶT HÁI ĐƯỢC THÀNH CÔNG RỰC RỠ CHẴNG KÉM CẠNH GÌ SO VỚI NGUYÊN MẪU.

ANH TRÂM



GONE WITH THE WIND (CUỐN THEO CHIỀU GIÓ), 1939

Gone with the Wind kể câu chuyện về cuộc đời chìm nổi của Scarlett O'Hara (Vivien Leigh), một phụ nữ quý tộc miền Nam nước Mỹ trong suốt cuộc nội chiến và thời kỳ tái thiết. Scarlett đem lòng yêu Ashley (Leslie Howard), một quý tộc kỳ lạ nhiều lý tưởng, nhưng chàng lại lấy cô em họ Melanie (Olivia de Havilland) hiền dịu làm vợ. Quyết không bỏ cuộc, Scarlett tìm mọi cách để giành lại Ashley và dần dần vướng vào mối tình định mệnh với Rhett Butler (Clark Gable), một tay chơi ngông nghênh nhưng chân thành. Được chuyển thể từ cuốn tiểu thuyết lừng danh của Margaret Mitchell, Gone with the Wind là một tượng đài sừng sững của điện ảnh thế giới. Bộ phim giành được 10 giải Oscar và luôn có mặt trong danh sách Phim hay nhất mọi thời đại. Tính tổng cộng tất cả những lần phát hành, Gone with the Wind bán ra được hơn 200 triệu vé tính riêng ở Mỹ và Canada, 35 triệu vé tính riêng ở Anh, trở thành bộ phim ăn khách nhất trong lịch sử điện ảnh. Gone with the Wind cũng lập kỷ lục trở thành bộ phim có doanh thu cao nhất thế giới với con số ước tính lên đến 3,3 tỷ USD.



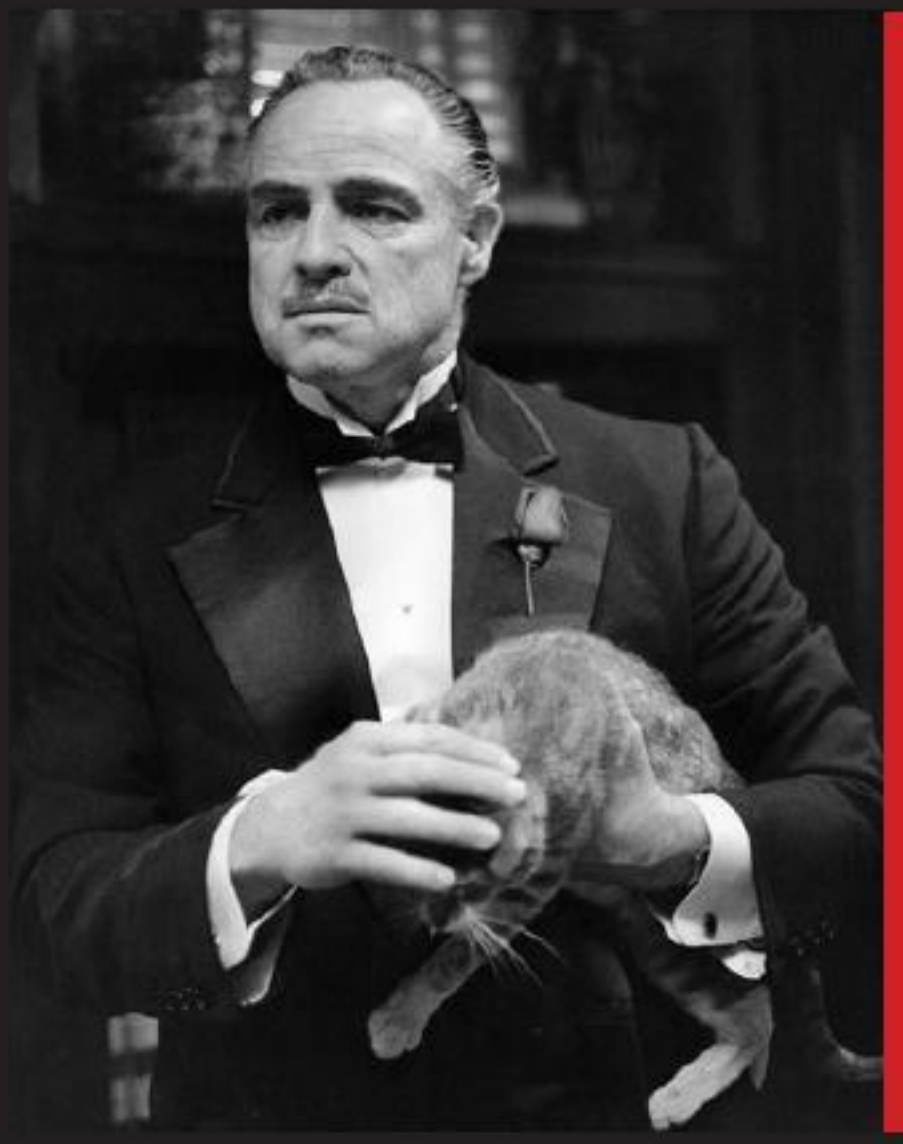
TO KILL A MOCKINGBIRD (GIẾT CON CHIM NHẠY), 1960

To Kill a Mockingbird là tiểu thuyết đầu tay và duy nhất (tính đến thời điểm này) của tác giả Harper Lee. Câu chuyện lấy bối cảnh ở miền Nam nước Mỹ những năm 1930 khi nạn phân biệt chủng tộc còn rất ác liệt. Một người da đen bị buộc tội cưỡng hiếp một phụ nữ da trắng. Atticus Finch được chỉ định làm luật sư phản biện cho bị cáo. Thay vì làm qua loa lấy lệ như những luật sư khác, Atticus đã chiến đấu đến cùng để bảo vệ lẽ phải, bất chấp sự chống đối và cô lập từ hàng xóm láng giềng. Tác phẩm được chuyển thể thành phim bởi đạo diễn Robert Mulligan với Gregory Peck trong vai chính. Kịch bản chặt chẽ, ngôn ngữ điện ảnh tạo hình sống động, dàn diễn viên đồng đều và tài năng đã khiến To Kill a Mockingbird có sức sống vượt thời gian. Bộ phim giành được 3 giải Oscar và đứng thứ 25 trong danh sách 100 phim hay nhất do Viện phim Mỹ bầu chọn. Luật sư Atticus cũng được vinh danh là người hùng vĩ đại nhất trong những người hùng của lịch sử điện ảnh Mỹ.



BREAKFAST AT TIFFANY'S (ĐIỂM TÂM Ở TIFFANY'S), 1962

Được chuyển thể từ tiểu thuyết cùng tên của Truman Capote, Breakfast at Tiffany's là câu chuyện về cô gái kì lạ Holly Golightly. Xinh đẹp, yêu kiều, Holly mong muốn một ngày nào đó sẽ mỗi chài được một anh chàng "lắm tiền nhiều của" để chính thức bước vào cuộc sống thượng lưu ở New York. Nhưng định mệnh đã run rủi cô phải lòng anh nhà văn nghèo Paul Varjac, người vốn phải làm trai bao vì không thể sống bằng ngòi bút. Bộ phim khởi đầu bám khá sát nguyên tác và mang sức nặng của nhân vật nguyên mẫu nhưng đã kết thúc theo một cách rất... Hollywood. Những chi tiết cay đắng, để lại nhiều nuối tiếc đã được lược bỏ để thay thế bằng một kết thúc tươi sáng và lãng mạn hơn. Breakfast at Tiffany's chứa những yếu tố về sau đã trở thành kinh điển cho thể loại tình cảm lãng mạn hài. Với vai diễn Holly Golightly, Audrey Hepburn đã chạm tới đỉnh cao trong sự nghiệp diễn xuất của mình. Trong chiếc váy đen mỏng manh bó sát cơ thể, đôi găng tay đen kéo dài quá khuỷu, chuỗi ngọc trai màu trắng và chiếc tẩu hút thuốc kỳ dị, Audrey đã đi vào lịch sử điện ảnh và thời trang thế giới.



THE GODFATHER (BỐ GIÀ), 1972

The Godfather là cuốn tiểu thuyết tội phạm lừng danh của Mario Puzzo được xuất bản lần đầu tiên năm 1969. Ba năm sau, cuốn sách được chuyển thể thành bộ phim cùng tên do Francis Ford Coppola làm đạo diễn. Huyền thoại điện ảnh Marlon Brando vào vai “bố già” Vito còn ngôi sao đang lên Al Pacino vào vai “hoàng tử tội phạm” Michael. Bộ phim kể về những năm tháng thăng trầm, thịnh suy của gia tộc Corleone, một trong những gia đình mafia quyền lực nhất ở New York. Thế giới ngầm với đủ thứ luật lệ, sự tôn nghiêm, trung thành và phản trắc hiện ra một cách nên thơ và hấp dẫn trong The Godfather. Kịch bản chặt chẽ với những câu thoại để đời đã khiến bộ phim trở thành niềm tự hào của điện ảnh Mỹ. Diễn xuất thượng thừa của dàn diễn viên chính cùng âm nhạc đỉnh cao đã khiến The Godfather được giới phê bình đánh giá là “tiệm cận sự hoàn hảo”. Bộ phim giành được 3 giải Oscar và luôn có mặt trong danh sách Phim hay nhất mọi thời đại. Hai phần tiếp theo của The Godfather cũng rất thành công và được người hâm mộ yêu mến.





ONE FLEW OVER THE CUCKOO'S NEST (BAY TRÊN TỔ CHIM CÚC CU), 1975

Năm 1962, cuốn tiểu thuyết *One Flew Over The Cuckoo's Nest* của nhà văn trẻ Ken Kesey lần đầu tiên ra mắt độc giả và nhanh chóng làm dậy sóng văn đàn Mỹ. Đến năm 1975, cuốn sách tìm đường lên màn ảnh rộng dưới tài dẫn dắt của đạo diễn Miloš Forman. Randle McMurphy là một tên tội phạm giả vờ mắc bệnh điên để thoát cảnh tù tội. Hắn được chuyển đến một trại điều dưỡng tâm thần do y tá Ratched quản lý. Cuộc sống ở đây diễn ra trong bình lặng và cam chịu, những bệnh nhân hài lòng với cuộc sống trong những cánh cửa sắt. Nhưng sự xuất hiện của McMurphy đã đảo lộn tất cả. Hắn đã thổi một luồng gió mới tới cuộc sống vô vị và nhàm tẻ của "những người điên" nơi đây. Họ nhận ra rằng cuộc sống đích thực là ở ngoài kia, trong sự tự do, trong vị gió mặn chát của biển và tình yêu giữa người và người. *One Flew Over The Cuckoo's Nest* là bộ phim thứ hai trong lịch sử điện ảnh Mỹ giành được 5 giải Oscar danh giá nhất (Phim hay nhất, Nam chính, Nữ chính, Đạo diễn và Kịch bản).





HELLY TỐNG

IT GIRL 2.0

PHỤ NỮ Ở TUỔI 20 THƯỜNG MƠ ƯỚC NHỮNG ĐIỀU GÌ? MỘT NHAN SẮC LỘNG LỖ, SỰ NỔI TIẾNG, NHỮNG THÀNH CÔNG ĐẾN SỚM, NHỮNG CHUYẾN DU LỊCH ĐẮT TIỀN, MỘT TÌNH YÊU LÃNG MẠN?... **HELLY TỐNG** CÓ TẤT CẢ NHỮNG THỨ ĐÓ!

Anh Trâm



DREAM GIRL HAS DREAM LIFE

Tống Khánh Linh, hay còn gọi là Helly Tống, không phải là cái tên xa lạ gì với công chúng bởi cô là một fashionista khá có tiếng tại Sài thành. Thường xuyên xuất hiện trên mặt báo, Facebook và Instagram hàng vạn người theo dõi, cô gái sinh năm 1995 đang sở hữu một cuộc sống trong mơ và đáng thèm muốn trong mắt nhiều người. Helly cao 1m72, gầy, mỏng manh, gương mặt khá ái. Đôi mắt sắc, đôi môi cong, thần thái sang trọng, thanh lịch khiến Helly khác biệt với kiểu xinh xắn, dễ thương của các hot girl khác. Giống như lời bài hát "You're Beautiful" của James Blunt, vẻ đẹp của Helly có nét gì đó xa cách, khó gần và khó chạm vào. Đó là cô gái mà khi gặp trên đường bạn sẽ ngoái lại nhìn nhưng phải cần rất nhiều can đảm mới dám tiến đến làm quen hay chuyện trò.

Ở tuổi 20, Helly sở hữu công ty riêng với nhiều hệ thống cửa hàng: Heverly Shop cho thời trang, Heverly Beauty Store về mỹ phẩm, làm đẹp và từng có Heverly Coffee Shop là quán café với menu đồ chay. Sắp tới cô dự định phát triển một thương hiệu đồ văn phòng phẩm dành riêng cho giới trẻ. Tự làm ra tiền, cuộc sống độc lập, Helly có thể dong dạc tuyên bố: Tôi là đại gia của chính mình mà chẳng sợ nhiều người vận vẹo.



Hàng ngày, 9x tự lái chiếc BMW X6, trị giá hơn 3 tỷ đồng để đi làm. Helly kể: việc sở hữu một chiếc xe riêng giúp cô chủ động hơn trong cuộc sống. Cô có sở thích du lịch nước ngoài thăm thú khắp nơi. Những tấm hình chụp ở Singapore, Indonesia, Thái Lan, Malaysia, Úc, Anh ...và gần đây nhất là Mỹ không khỏi khiến bạn bè xuýt xoa ghen tị. Nhan sắc, sự nổi tiếng, thành công, cách hưởng thụ cuộc sống khiến đã khiến Helly trở thành một hình mẫu lý tưởng của phụ nữ hiện đại.



NỮ GIÁM ĐỐC TUỔI 20

Sự nổi tiếng đến với Helly khá tình cờ. Bốn năm trước (2011), cô nữ sinh Tống Khánh Linh được bạn thân rủ tham gia cuộc thi Lambretta (Gương mặt đại diện). Cô quyết định thử cho vui nhưng cuối cùng đã “âm” được giải nhì. Sở hữu gương mặt đẹp, đậm chất ciné và rất biểu cảm, Helly được nhiều tạp chí “chọn mặt gửi vàng”. Cánh cửa showbiz rộng mở cho cô gái trẻ nhiều tham vọng. Tưởng rằng cô sẽ nhanh chóng nắm bắt cơ hội để bước chân vào showbiz, nhưng không, Tống Khánh Linh đã chọn rẽ sang một con đường khác. Cô chia sẻ: *“Tôi thừa hưởng dòng máu kinh doanh từ mẹ. Với tôi, công việc showbiz thì không bao giờ lâu dài được, sắc đẹp chỉ có một thời...”* Helly nói vui: với công việc kinh doanh cô làm bao nhiêu cũng được, chẳng bao giờ thấy mệt, còn đi quay hay đi chụp hình, nhiều khi lại thấy rất... đuối.

Thật khó tưởng tượng nổi một fashionista như Helly đã từng giành dụm từng đồng bạc để nhập những hộp khẩu trang màu 50.000 VND và đội nắng đi giao hàng. Cô giữ bên mình một cuốn sổ ghi chép để tự học cách buôn bán. Tiễn tiết kiệm giúp Helly mở một cửa hàng thời trang nho nhỏ ở chung cư cũ Nguyễn Huệ. “Bấp” vào kinh doanh ở độ tuổi còn rất trẻ, không ít lần Helly vấp ngã, thất bại. Gia đình thấy vậy, nhiều lần khuyên ngăn cô từ bỏ công việc kinh doanh chỉ để tập trung vào việc học. Nhưng Helly quyết không bỏ cuộc. Cô tâm sự mình thuộc tuýp “*khó trước sướng sau*” và vẫn quyết định theo đến cùng đam mê kinh doanh.

So với bạn bè cùng trang lứa, Helly có vẻ chừng chạc, già dặn hơn. Đôi khi cô cũng thấy tiếc, muốn sống đúng tuổi và vô tư hồn nhiên như bạn bè. Nhưng rồi Helly lại tự nhủ cuộc sống không cho phép mình lựa chọn một lúc quá nhiều thứ. Được hưởng thụ thành quả do chính mồ hôi công sức mình làm ra là một niềm hạnh phúc êm ái mà không phải ai ở tuổi cô cũng làm được. Cô tự thấy mình may mắn.



Photo: Trinh Mai Phuong - Thien Minh

CÔ GÁI MÊ ĂN CHAY

Cách đây 3 năm, Helly được một người bạn “đặc biệt” giới thiệu việc ăn chay. Khởi đầu rất khó khăn vì cô là một người rất sành ăn và luôn thèm đồ mặn. Tuy nhiên, sau khi trải qua nhiều sóng gió trong cuộc sống cá nhân, Helly quyết định quy y và ăn chay trường. Ba mẹ cô mới đầu không tin, chỉ nghĩ rằng việc này sẽ diễn ra trong một thời gian ngắn, không ngờ cô duy trì đến tận bây giờ. Helly kể: nhiều khi cũng bị “cám dỗ” lắm, nhưng nghĩ lại đến việc sát sinh thì cô không còn dám ăn nữa.

Helly cũng rất tích cực phổ biến việc ăn chay cho những người trẻ xung quanh mình. Cô từng mở Heverly Coffee Shop, một quán café kết hợp với nhà hàng ăn chay. Đến thời điểm này, quán đã không còn

tồn tại vì nhiều lí do, song Helly luôn hứa hẹn một ngày nào đó nhất định sẽ trở lại với mô hình này. Helly tâm sự: *“Việc ăn chay không khó. Chỉ cần bạn đặt niềm tin vào lòng yêu thương nhiều hơn thì bạn sẽ làm được: không phải ngày mai thì sẽ là tháng sau, không phải tháng sau thì sẽ là năm sau... Chỉ cần một ngày bạn cắt đi một buổi mặn để ăn chay thì rồi bạn sẽ quen dần thôi”*.

Năng nổ, tháo vát, song Helly vẫn là một người phụ nữ của gia đình. Cô yêu những giây phút cả đại gia đình quây quần bên nhau mỗi dịp tết. Cô tâm niệm: *“Sự nghiệp rất quan trọng, nhưng đến một lúc nào đó chúng ta (dù là đàn ông hay đàn bà) đều phải gác đi điều đó sang một bên vì một ưu tiên lớn hơn, chính là gia đình”*. Cô muốn tận dụng tuổi trẻ để theo đuổi đam mê kinh doanh, phiêu lưu và thử sức với nhiều cái mới. Chỉ như vậy, Helly mới có sự chuẩn bị tốt nhất để chăm lo được cho tổ ấm của mình sau này.



Bao lâu rồi em không tỏa sáng?

Tôi đứng trước gương vừa xúc nước hoa vừa quay sang hỏi chị bạn đồng nghiệp đêm qua ghé ngủ lại: “Chị dùng không?” Cô ấy nhìn tôi: “Không, em dùng đi, đi làm thôi mà, dùng làm gì, chị chỉ dùng nước hoa khi đi với người yêu thôi!” Và rồi cô ấy đi làm cùng tôi với gương mặt mộc thậm chí không dùng đến cả son. Hai chữ “người yêu” hoá ra là sức mạnh duy nhất để phụ nữ làm đẹp hay sao?

“

Và nếu như không tự yêu thương bản thân mình, thì có chắc bạn cũng biết cách yêu thương một người khác không?

”

NHỮNG NÀNG LỌ LEM “TỰ NGUYỆN”

Tất nhiên, đây không phải là trường hợp duy nhất tôi từng gặp, nên cũng không mấy ngạc nhiên. Trước đó, tôi đã không biết bao nhiêu lần giật mình, hốt hoảng vì cô bạn của mình. Không biết vì lí do gì mà mỗi khi đi cùng người yêu, nhìn cô lúc nào cũng xinh lung linh và đáng yêu vô cùng. Thế nhưng mỗi khi đi với tôi, hay hội bạn, thì cô lại “đơn giản” đến mức nhận không ra. Tôi có hỏi vì sao thì cô cười rồi bảo: “Thôi bình thường đi với anh ấy đã phải make up, chọn lựa quần áo đủ rách việc rồi. Giờ được thoải mái nên đơn giản thôi cho nó *“dễ chịu”*. Và cái định nghĩa đơn giản của cô bạn tôi có *“concept”* như sau: tóc buộc xệ xệ, cọng rớt, cọng rơi, áo pull, quần shorts và đôi dép lười nhìn không thể xấu hơn, không có một mùi hương quyến rũ, khiêu gợi nào, cũng chẳng thềm che khuyết điểm, quảng thâm, và cứ thủ sẵn cặp kính mát mà thôi.

Cũng như cô bạn đồng nghiệp của tôi, khá nhiều những cô gái khác mà tôi biết cũng đều có chung một quan điểm kì lạ như thế. Họ chỉ muốn làm một nàng Lọ Lem thời hiện đại, mặc áo dạ hội, giày pha lê khi đến gặp Hoàng Tử mà thôi. Tôi vẫn còn nhớ có một hôm chị xin về sớm vì có hẹn với người yêu. Thế là chị vào restroom thay một bộ đồ mới, khác hẳn bộ trang phục (nói thế nào nhỉ)... xuề xòa, đáng chán của mình bằng một chiếc đầm ôm gợi cảm nhưng vẫn vô cùng sang trọng và tinh tế, sau đó chị trang điểm và đánh cho mái tóc phồng lên bóng bẩy trông vô cùng quyến rũ. Nói thật lúc ấy, trông chị rất xinh đẹp, duyên dáng và cuốn hút làm sao. Tôi thậm chí phải chi hàng ngày đi làm, chị cũng chỉ cần chăm chút bằng ½ thế này thôi cũng đã đủ lắm rồi. Và tất nhiên, khi tôi góp ý tế nhị, chị cũng nhắc lại điệp khúc ấy: *“Đi làm thôi mà, đâu có anh ấy ở đây đâu chị trưng diện nhiều làm gì cho mệt hả em?”*

Có một điều tôi không bao giờ dám nói ra. Thế ngộ nhỡ sau này hai người có hiềm khích gì đó mà chia tay. Không lẽ suốt đời này chị sẽ cứ làm một nàng Lọ Lem xấu xí như thế à? Vì như chị bảo đấy, có ai đâu mà ngắm. Nhưng chắc có lẽ chị ấy không nghĩ nhiều như tôi!



NHIỆM VỤ CỦA MỘT “BÔNG HOA”

Thử nghĩ vui một trường hợp thế này nhé! Họ sẽ ứng xử ra sao nếu trong lúc đang “xuế xòa” vì không có chàng bên cạnh ấy, nhưng lại gặp ngay một cô nàng nào đó đang tắm tia người yêu của mình thì sao. Chắc chắn cô nàng sẽ có một ngày cười thầm thỏa mãn trong bụng khi thấy tình địch của mình trông thảm hại đến thế. Rồi biết đâu xui xẻo thế nào gặp lại người cũ, bạn có muốn hắn ta nhìn bạn bằng con mắt kiêu: “*Thấy chưa, đời em không có anh thì chỉ thành ra như thế*” không? Và trường hợp tệ nhất, chẳng hạn như cô bạn thân của tôi đã gặp phải. Đó là bất gặp ngay người yêu mình trên phố cùng sếp và đồng nghiệp. Khi ấy, với bộ dạng ấy, thử hỏi cô ấy đã bối rối thế nào vì trông mình cứ như... chị giúp việc nhà cho người yêu?

Thật ra, cũng không cần nhất thiết phải phòng thủ sẵn cho mình những trường hợp đó đâu. Đơn giản chỉ vì làm đẹp là đặc quyền của phụ nữ và chúng ta không có lý do gì để chối bỏ chúng. Tôi nhớ đã đọc ở đâu có câu nói: “*Phụ nữ ăn mặc đẹp là để cho nhau ngắm*”. Nhưng đôi khi tôi thấy nó hoàn toàn không đúng. Đặc biệt trong những trường hợp trên. Phụ nữ chúng ta, khi yêu thương thì luôn muốn đặt người yêu lên hàng đầu, lên trên cả bản thân và muốn dành cho họ những điều tốt đẹp nhất. Thế nhưng chúng ta đã quên hẳn đi rằng người xứng đáng nhận những điều ấy, không ai khác chính là bản thân mình. Tại sao lại chỉ cần đẹp chỉ khi xuất hiện bên cạnh một người đàn ông? Khi mà hằng ngày, xung quanh có biết bao nhiêu người đàn ông khác cũng đang ngắm nhìn ta đó thôi. Tôi thấy phụ nữ kì lạ lắm. Bình thường khi đi một mình thì để bản thân “*xuống cấp*” như lẽ tự nhiên, nhưng rồi lại dùng dùng nỗi giận khi thấy người yêu mình ngắm nhìn những cô gái đẹp khác, trong khi chính bản thân của họ lại từ chối quyền được ngắm nghía và tặng bốc từ các đối tượng khác. Việc một cô gái cảm thấy tự hào, thích thú khi được một

người-khác-phái-không-phải-người-yêu ngắm nhìn và ngợi khen hoàn toàn chẳng có gì sai trái cả. Mà chính những điều ấy sẽ khiến cho bản thân chúng ta trở nên tự tin hơn, quyến rũ hơn rất nhiều. Vậy việc gì bạn phải để bản thân lu mờ, chỉ vì một lí do vô lí là “*không có anh ấy ở đây*”? Việc chăm sóc cho bản thân và chăm chút kĩ lưỡng cho bộ trang phục, vẻ bề ngoài mỗi khi xuất hiện trên phố không chỉ đơn thuần là bước cơ bản nhất của việc tôn trọng bản thân, mà còn là cả tôn trọng người khác. Chúng ta nên hiểu rằng thế giới của mình không chỉ quay quẩn và xoay vẩn trong vòng tay của người yêu, mà chúng ta còn biết bao mối quan hệ xã hội khác, những cuộc vui và những khoảnh khắc tự cho phép bản thân mình được tỏ ra quyến rũ, thu hút một vài ánh nhìn nào đấy. Và nếu như không tự yêu thương bản thân mình, thì có chắc bạn cũng biết cách yêu thương một người khác không?

Việc chăm chút bản thân hơn khi đi gặp người đặc biệt hoàn toàn là việc nên làm, nhưng đó sẽ tuyệt vời hơn nếu là một sự “*bổ sung*” vào những điều đã đẹp để đã có sẵn hàng ngày. Có bao giờ bạn đã tự hỏi bản thân, đã bao lâu rồi mình chưa được thật sự tỏa sáng chưa? Tỏa sáng một cách thật sự, một ánh sáng cho riêng bản thân chứ không phải cho riêng ai. Không phải hôm nay em đẹp vì em có hẹn với anh, hay em vừa đi spa về vì tối nay anh hẹn ghé thăm nhà. Mà em đẹp, em rạng rỡ vì hôm nay em là chính em. Và tất cả những ngày sau này, dù có anh hay không em cũng sẽ đều như thế vì mỗi cô gái đều là một bông hoa, và chúng ta xứng đáng được cả thế giới này chiêm ngưỡng, ngắm nghía. Chính vì thế, nhiệm vụ của mỗi “*loài hoa*” là khoe hương, khoe sắc, không chỉ dành riêng cho đời, cho người hay một ai khác. Mà trước hơn hết là để làm tròn bổn phận, trách nhiệm của một bông hoa xinh đẹp mà thôi.



1



1- PORSCHE

Lần đầu tiên tại Việt Nam, Porsche hân hạnh giới thiệu Gói Phụ Kiện Đặc Biệt đẳng cấp dành cho tất cả phiên bản của dòng xe Macan mới với mức ưu đãi hấp dẫn giảm 20% bắt đầu áp dụng từ 1/4/2015 đến hết 15/5/2015. Porsche Việt Nam mang đến 03 bộ mâm xe độc quyền với thiết kế thể thao cá tính, bộ ốp gỗ cao cấp hoặc ốp carbon cho vô lăng và nội thất sang trọng, đế gương chiếu hậu kiểu dáng chữ V độc đáo và bộ bước chân thể thao bằng thép không gỉ thể hiện cá tính đậm chất thể thao của Porsche.



3



4

3 - ROLEX

Rolex giới thiệu các phiên bản mới của dòng đồng hồ tinh hoa Oyster Perpetual. Các phiên bản mới lần này có mặt số mới và có các kích cỡ 26, 31, 34mm, cũng như một mẫu hoàn toàn mới có kích cỡ 39mm. Cùng với các mẫu được giới thiệu năm 2014 (31mm và 36mm), các phiên bản mới này tạo thành một gia đình đồng hồ có kích cỡ khác nhau với mặt số có màu sắc quyến rũ mang đậm chất huyền thoại của Rolex. Là thương hiệu hàng đầu của ngành đồng hồ Thụy Sĩ, Rolex, với trụ sở tại Geneva, nổi tiếng về chất lượng và độ tinh xảo trên toàn thế giới.

4 - LG

LG vừa chính thức khai trương tổ hợp công nghệ LG - Hải Phòng tại Khu công nghiệp Tràng Duệ, Tp.Hải Phòng. Đây là tổ hợp nhà máy có quy mô lớn nhất trong khu vực của LG với diện tích 800.000 m², tập trung sản xuất, lắp ráp các sản phẩm công nghệ cao như TV, điện thoại di động, máy giặt, điều hòa, máy hút bụi, các thiết bị kỹ thuật số cho ô tô, phục vụ xuất khẩu và tiêu dùng trong nước, đóng vai trò then chốt trong chiến lược phát triển của LG trên toàn cầu.

2



5

5 - CHOPARD HAUTE JOAILLERIE

Chopard Haute Joaillerie vừa cho ra mắt hàng loạt bộ sưu tập rực rỡ: Thế giới động vật, Thảm đỏ, Thảm xanh và Sự cám dỗ. Thông qua những bộ sưu tập, Haute Joaillerie thể hiện tinh hoa của nghệ thuật chế tác Geneva, bao gồm tất cả các khâu từ thiết kế đến sản xuất. Được dẫn dắt bởi niềm đam mê từ Caroline Scheufele, các nghệ nhân được thỏa sức vẫy vùng tài năng và kỹ xảo trong việc tạo ra những sản phẩm độc nhất vô nhị, kết hợp giữa kỹ thuật truyền thống và công nghệ tiên tiến.

2 - BRILLOZ

Vẫn lấy bạc làm chất liệu chủ đạo, trong thiết kế mới của Brilloz, biểu tượng sen vàng được đưa vào như một làn gió mới trong vô vàn các sản phẩm bạc đơn giản trước đó. Trong Phật giáo, sen vàng được coi là biểu tượng của một khởi đầu mới, đồng thời cũng có ý nghĩa tượng trưng cho sự bình lặng trong tâm hồn và vẻ đẹp nội tâm. Thiết kế mới lần này được đặt cho cái tên "Golden Lotus" với mong muốn mang lại may mắn trong mọi sự khởi đầu tới tất cả mọi người.

GEMOLOGY
COSMETICS · PARIS

3

New

ANTI-AGING SKIN CARE DIAMOND LINE
DÒNG SẢN PHẨM CHỐNG LÃO HÓA
CHIẾT XUẤT TỪ KIM CƯƠNG

Giải pháp chống lão hóa hoàn hảo: Làm mờ nếp nhăn, tăng cường sức sống cho da, giúp da tươi sáng và căng mịn hơn.

Hàng chính hãng nhập khẩu từ Pháp. Công ty TNHH Gemology - Vietnam Cosmetics Co., Ltd.
Địa chỉ: 40/2 Nguyễn Văn Trỗi, Quận Tân Phú, TP. HCM. Tel: (84) 908 805171 Fax: (84) 908 805171 Email: sales@gemology.com.vn
Chi nhánh TP. HCM: 80/10 Nguyễn Văn Trỗi, Quận Tân Phú, TP. HCM. Tel: (84) 908 805171 Fax: (84) 908 805171 Email: sales@gemology.com.vn
Chi nhánh TP. HCM: 80/10 Nguyễn Văn Trỗi, Quận Tân Phú, TP. HCM. Tel: (84) 908 805171 Fax: (84) 908 805171 Email: sales@gemology.com.vn

**1**

1- MURAD

Một trong những sản phẩm chống lão hóa hiệu quả nhất của dòng Age Reform của Murad là Intensive Wrinkle Reducer. Serum chống lão hóa này không chỉ tái tạo những lớp da bề mặt mà còn hoạt động bên dưới làn da để đem lại những kết quả tuyệt vời nhất. Serum xóa nếp nhăn và chân chim đến 45% trong 8 tuần. Sản phẩm tái tạo sâu nhưng không kích ứng da, xây dựng lại sự rạng rỡ của tuổi xuân. Dùng mỗi ngày sau khi da đã được làm sạch và toner, thoa sản phẩm nhẹ nhàng lên da mặt và cổ. Để có kết quả tối đa, dùng tiếp bước số 3 - kem dưỡng ẩm phù hợp của Murad và kem chống nắng.
Giá: 4.456.000 VND

2 - HAAGEN DAZS

Thương hiệu kem cao cấp Häagen Dazs giới thiệu đến khách hàng hương vị mới cho mùa hè - Hương vị Việt quất và kem tươi. Hương vị mới là sự kết hợp hoàn hảo giữa kem tươi và những quả việt quất tươi nguyên, chọn lọc nhất được đem về từ Canada và Châu Âu. Hương vị Việt quất và kem tươi hiện có 2 kích cỡ: hộp lớn 473ml và hộp nhỏ 100ml. Sản phẩm đã có mặt tại các siêu thị, cửa hàng tiện lợi và cửa hàng bán lẻ trên toàn quốc.

**4**

3 - GEMOLOGY

Gemology tạo ra bước đột phá trong ngành mỹ phẩm thông qua việc chứng minh thành công tác dụng của đá quý trong công nghệ chăm sóc và trẻ hóa da. Bước vào thế giới của Gemology, từng sản phẩm và quy trình chăm sóc da không phải là một dịch vụ hay công thức mà là kết quả của một quá trình nghiên cứu tâm huyết của những người yêu cái đẹp, với những phương thức làm đẹp từ pha lê, kim cương, đá hổ phách, ngọc bích, thạch anh, đá mắt mèo... Không chỉ là chăm sóc da, khách hàng sẽ bước chân vào cuộc hành trình tới một thế giới hoàn mỹ và xa hoa của nghệ thuật làm đẹp từ đá quý.

4 - SUKI NAIL

Với việc làm đẹp ngày nay thì Nail đã trở thành một nhu cầu tất yếu cả về hình thức lẫn tính thẩm mỹ và kỹ thuật cao. Xu hướng mới đa dạng với vẽ, gel, đắp bột hay 3D, 4D luôn mang lại cho khách một hứng thú làm đẹp trọn vẹn khi thấy các kiểu dáng độc đáo dễ thương phù hợp với style và trang phục. Bên cạnh việc làm đẹp thẩm mỹ là sự chăm sóc chu đáo, thư giãn với cơ sở vật chất hiện đại và chuyên nghiệp: khách hàng sẽ được trọn vẹn tận hưởng khoảng thời gian làm đẹp. Đặc biệt là sản phẩm và máy móc nhập Mỹ sẽ mang lại chất lượng tối đa. Hotline for booking: 0913091469/ 01233838338.



5 - EVIAN® SPA HANOI

Tháng Tư này, Evian® Spa Hanoi, thuộc khách sạn Lotte Hotel Hanoi hân hạnh được giới thiệu đến khách hàng chương trình khuyến mãi đặc biệt hấp dẫn: tặng 1 liệu trình mát xa toàn thân tương ứng miễn phí cho người đi kèm mỗi khi khách hàng mua 1 liệu trình mát xa toàn thân bất kỳ tại spa. Đây chính là cơ hội độc đáo để bạn và người thân cũng như bạn bè tận hưởng các dịch vụ cao cấp tại Evian® Spa Hanoi và bắt đầu hành trình trải nghiệm trong không gian sang trọng và yên bình. Để biết thêm thông tin chi tiết, xin vui lòng liên hệ: 04.3333.1723 hoặc spa.concierge@lotte.net



Mắt xanh và giày cao gót

"A FLOWER DOESN'T THINK OF COMPETING TO THE FLOWER NEXT TO IT. IT JUST BLOOMS." (MỘT BÔNG HOA CHẴNG BAO GIỜ NGHĨ ĐẾN CHUYỆN CẠNH TRANH VỚI BÔNG HOA KHÁC Ở CẠNH ĐÓ. NÓ CHỈ NỞ RỘ MÀ THÔI) - ZEN SHIN. GIÁ NHƯ PHỤ NỮ CŨNG SUY NGHĨ GIẢN ĐƠN VÀ CHỈ QUAN TÂM ĐẾN VẺ ĐẸP VÀ SỰ BUNG NỞ NỘI TẠI CỦA MÌNH NHƯ NHỮNG BÔNG HOA, THÌ CÓ LẼ THẾ GIỚI ĐÃ BỎT ĐƯỢC RẤT NHIỀU NHỮNG TIẾNG THỞ DÀI VÀ GIỌT NƯỚC MẮT VÔ NGHĨA. NHƯNG CUỘC ĐỜI MÀ, VÀ NHẤT LÀ PHỤ NỮ NỮA CƠ MÀ, NẾU CHỈ CÓ THỂ THÌ... MẮT VUI!



Trong tất cả các cuộc tình đều có một người đàn ông, một người phụ nữ, một người tình cũ luôn lặng lẽ ghen tuông và một người bạn thân thương luôn âm thầm mong chờ tình yêu kia chấm dứt.



NÀNG VS. THẾ GIỚI

Sáng nay vừa ngủ dậy, nàng mắt nhắm mắt mở với tay lấy cái iPad check một vòng bạn bè như thói quen hằng ngày. Chém chế trên news feed là ảnh của đứa bạn thân vừa up. Nó đang được đi du lịch châu Âu với anh người yêu khoai tây vừa búng được ở đâu đó về. Chưa hết, đã du lịch free, nó lại còn được chàng đưa cho thẻ tín dụng không-hạn-mức cùng lời nhắn gửi “cứ quẹt đến khi nào chán thì thôi baby à” (đấy là bạn thân nàng tự hào khoe trên FB thế). Bìu mỗi một cái, nàng trầm nghĩ “Đúng là cái đồ đào mỏ!” Nhưng trong một khoảnh khắc thành thật với bản thân, nàng thấy mình thật đáng thương khi vài tháng trời mới dám tự thưởng một cái túi hàng hiệu siêu bình dân. Nàng ghen.

Sắm sửa xinh đẹp, khoác lên người bộ cánh ưng ý, nàng tự tin bước ra phố, định bụng sẽ ăn sáng rồi mới đến chỗ làm. Vừa bước chân vào hàng bún quen thuộc, còn đang loay hoay tìm chỗ ngồi, nàng trợn ngược mắt khi chạm mặt ngay chàng người yêu cũ, cùng em người yêu mới của hắn, tất nhiên. Cả hai đang vừa ăn vừa trao nhau ánh nhìn tình tứ lúc mới yêu. Nàng đứng trơ thổ địa trong ba giây, không biết nên đi hay mặt dày ở lại ngồi cạnh ăn cùng cho bỏ tức. Vậy đấy. Trong tất cả các cuộc tình đều có một người đàn ông, một người phụ nữ, một người tình cũ luôn lặng lẽ ghen tuông và một người bạn thân thương luôn âm thầm mong chờ tình yêu kia chấm dứt. Chẳng hiểu lão bạn thân thương kia ở đâu, nhưng nàng thì rõ ràng là đang sắm vai người cũ xấu tính rồi. “Hồng cả buổi sáng đẹp trời của mình”, nàng tức tối. Nhưng trong đầu lại thấp thoáng hình ảnh hạnh phúc của quá khứ ngỡ như mới chỉ hôm qua, khi nàng và chàng vẫn còn mặn nồng say đắm. Nàng lại ghen.

Cứ tưởng buổi sáng làm chuyện bực mình như vậy là quá đủ để xếp hôm nay vào dạng không ra gì, thì may thay, giữa buổi chàng đương kim người yêu nhắn tin sẽ qua đón nàng đi ăn trưa. Thôi cũng là an ủi. Đúng giờ, chàng xuất hiện. “Người yêu mình cũng “ngon lành” phết chứ bộ!”, nàng vừa bước xuống sảnh vừa thầm tự hào, trong lòng nổi ghen tức vẫn vơ lúc sáng khi gặp Ex đã ngoài ngoại quá nửa. Đến hàng ăn, cả hai đang ngồi ăn uống vui vẻ thì chàng có điện thoại. Em đồng nghiệp nào đó, hỏi mấy giờ chàng về cơ quan để xin quá giang một đoạn. À. Đang ngồi ăn với mình lại còn nghe điện thoại của gái. Ấy là tội số một. Nghe xong lại vui vẻ đồng ý, ấy là tội số hai. Vậy là chẳng cần biết em kia mồm ngang mũi dọc thế nào, nàng lạnh lùng cancel buổi hẹn yêu lãng mạn vào tối nay cùng chàng. Hân học bước ra taxi đi về, nàng chẳng cho người yêu mình giải thích một tiếng. Nàng lại bị cơn ghen hành hạ thêm lần nữa.



PHỤ NỮ THÍCH GHEN TUÔNG?

Ghen tị vốn là một trong bảy tội lỗi chết người, và không phải vô duyên vô cớ mà nó lại được coi là một trong những tội lỗi nguy hiểm nhất của loài người. Thế tức là cả đàn ông lẫn phụ nữ đều phải có trong người ít nhiều tính ghen tuông, tị nạnh như nhau chứ, tại sao chỉ phụ nữ mới hay bị mang danh “quái vật mắt xanh”?

Quay lại thuở sơ khai một chút, khi chúng ta mới được hình thành và sinh ra, tất cả đều nhờ có sợi dây kết nối của người mẹ. Khi chúng ta lớn lên, một người phụ nữ đương nhiên sẽ phát triển về tư duy, tâm lý và bản năng giống mẹ mình – luôn tìm kiếm sợi dây liên kết với những người mình thực sự yêu thương, và coi họ như một phần máu thịt của chính mình. Còn đàn ông, mỗi lúc lớn lên, họ lại thấy thế giới này rộng lớn hơn một chút, đáng thám hiểm và chinh phục hơn một chút, phụ nữ ngày càng nhiều và hấp dẫn hơn... nhiều chút.

Đàn ông cũng tìm kiếm tình yêu, nhưng trong họ không có sợi dây liên kết, bản năng gìn giữ và nuôi nấng hạnh phúc như phụ nữ. Vậy là đàn ông sẽ ít bị phụ thuộc hơn, sống lí trí hơn, và tất nhiên, sẽ không bị cảm xúc, nỗi lo lắng bị cướp mất người mình yêu thương chi phối nhiều như phụ nữ.

Phụ nữ ghen, không hẳn vì nàng là người thiếu tự tin, hay muốn mình là trung tâm của vũ trụ. Nàng đôi khi cũng có thể nổi điên lên khi thấy sự ổn định trong cuộc sống của mình bị đe dọa. Nàng cũng có thể thấy khó chịu, khi cô nàng đồng nghiệp nhận được lời khen và quyết định thăng chức từ giám đốc dù năng lực còn kém xa nàng. Đó là khi cái tôi, sự hãnh tiến của bản thân nàng không được công nhận. Phụ nữ không còn là những người chịu an phận thủ thường hay chỉ biết giương mắt nhìn người ta vượt qua mình mà không một cái nhú mày.



HÃY GHEN VỚI CHÍNH MÌNH!

Có một điều thú vị là phụ nữ rất hiếm khi ghen với đàn ông, trừ phi nàng là một người theo chủ nghĩa nữ quyền “độc tài”, luôn tìm cách đìm hàng và luôn so sánh mình với đàn ông trên mọi phương diện. Có thể vì đàn ông sẽ chẳng bao giờ khoác lên người chiếc LBD bó sát, chứ đừng nói là mặc nó đẹp hơn nàng, sexy hơn nàng. Cũng có thể vì đàn ông chẳng bao giờ khoe khoang được người yêu hay vợ cho cả đồng tiền để đi shopping, du lịch (thế thì ngược đời quá). Cũng có thể vì đàn ông chẳng bao giờ lao vào tranh cướp người đàn ông của nàng (nếu có, thì đó là những người phụ nữ mang lốt đàn ông, không tính nhé). Phụ nữ, hay ghen tị nhất chính là với phụ nữ. Vì chẳng ai hiểu nàng như một cô nàng khác. Cũng chỉ có từng ấy chiêu trò, từng ấy mưu mô và kế hoạch. Phụ nữ có thể đọc tâm ý nhau như một cuốn sách mở, và điều đó khiến nàng dễ nổi điên hơn bao giờ hết.

Nhưng đã bao giờ nàng tự hỏi, tại sao mình lại chưa bao giờ ghen tị với chính bản thân mình hay chưa? Vì ai cũng vậy, cũng đều yêu thương bản thân mình hơn tất cả. Và thử làm bài toán tâm lý nhỏ nhỏ này xem. Nếu nàng của bây giờ cảm thấy ghen tị với nàng của quá khứ, thì điều nàng cần làm nhất là ngừng ghen tị, xù lông với tất cả mọi người và biến mình thành một phiên bản hoàn hảo hơn, đáng thèm muốn hơn. Để bạn của năm hay mười năm trước, giả sử có gặp bạn bây giờ, đều sẽ phải rú lên vì ghen tức.

Đến khi ấy, chắc chắn sẽ xuất hiện một cơ sở cá nhân ghen tị với tài năng và sự thành công của bạn, thậm chí là muốn sống cuộc sống của bạn. Không sao cả. Cứ cười và sống tiếp thôi. Vì cơ bản là họ đang ở sau bạn rồi!



1- TRISTAR

Đánh giá cao triển vọng tại thị trường miền Trung, cuối tháng 3 vừa qua, công ty TNHH Tristar đã ra mắt showroom và văn phòng đại diện tại số 125 Điện Biên Phủ - Quận Thanh Khê - Thành phố Đà Nẵng. Sản phẩm được trưng bày là những thiết bị gia dụng cao cấp đến từ Pháp và Tây Ban Nha được Công ty Tristar phân phối độc quyền tại Việt Nam như De Dietrich, Brandt, Fagor,... Mang theo sự duy mỹ từ Châu Âu, vốn là thị trường khắt khe về tiêu chuẩn chất lượng và kiểu dáng, Tristar chắc chắn sẽ đáp ứng được yêu cầu của những quý khách hàng khó tính nhất.

2 - “GƯƠNG MẶT THÂN QUEN” MÙA BA

Ngày 08/04/2015 vừa qua, trong buổi họp báo khởi động chương trình truyền hình thực tế “Gương mặt thân quen” mùa thứ ba, Ban tổ chức cũng đã công bố nhà tài trợ chính của chương trình là công ty TCL Việt Nam. Các sản phẩm thương hiệu TCL mang đến cho khách hàng ba giá trị: gia đình, công nghệ, giải trí. Đối với TCL, công nghệ phải mang lại niềm vui và sự giải trí cho cả gia đình. Chính vì thế, TCL muốn đồng hành cùng “Gương mặt thân quen”, một món ăn tinh thần không thể thiếu vào mỗi dịp cuối tuần của các gia đình.



3 - HỘI CHỢ DU LỊCH QUỐC TẾ VIỆT NAM 2015

Hội chợ Du lịch Quốc tế Việt Nam lần thứ 3 (VITM 2015) do Hiệp hội Du lịch Việt Nam và UBND TP. Hà Nội phối hợp tổ chức đã diễn ra tại Trung tâm hội chợ triển lãm Việt Nam (VEFAC), 148 Giảng Võ, Ba Đình, Hà Nội từ ngày 3-6/4/2015. Hội chợ quy tụ 650 gian hàng của các doanh nghiệp du lịch Việt Nam và quốc tế, đi kèm với chuỗi các hội nghị và hội thảo giới thiệu điểm đến. Đây là lần thứ 3 Hiệp hội Du lịch Việt Nam tổ chức sự kiện này nhằm tiếp nối thành công của 2 năm trước về cả chất và lượng.



4 - KENYA AIRWAYS

Hãng Hàng không Kenya Airways chính thức khai trương đường bay thẳng từ sân bay Jomo Kenyatta International Airport (JKIA), Nairobi, Kenya tới Hà Nội, Việt Nam, trở thành hãng Hàng không đầu tiên mở đường bay thẳng nối Việt Nam với Châu Phi. Kenya Airways sẽ bay ba chuyến một tuần tới sân bay Quốc tế Nội Bài bằng máy bay Boeing 787-800. Để hỗ trợ và phát triển tuyến bay này, Kenya Airways sẽ phối hợp chặt chẽ với Việt Nam Airlines, một thành viên SkyTeam, có trụ sở tại Hà Nội, hướng tới việc phục vụ những đường bay xa hơn đến các quốc gia Châu Á khác như Nhật Bản, Malaysia, Hàn Quốc và Trung Quốc.



5 - SUPERSPORTS

Từ ngày 26/3 đến ngày 19/4/2015, cửa hàng Supersports dành riêng cho khách hàng thành viên The 1 Card chương trình khuyến mãi “Lễ Hội Giày - Footwear Festival” với nhiều mức giảm giá hấp dẫn từ các thương hiệu giày dép thể thao nổi tiếng. Với hóa đơn mua hàng từ 1.600.000 VND, khách hàng sẽ được tặng 01 Túi Đựng Giày Supersports. Với hóa đơn mua hàng từ 2.000.000 VND, khách hàng sẽ được tặng 01 Túi Đựng Giày Supersports + 01 Phiếu cào may mắn với cơ hội trúng những giải thưởng hấp dẫn.



1- PULLMAN HANOI

Nhà hàng La Cheminée – Khách sạn Pullman Hanoi tự hào được lựa chọn tham gia sự kiện Gout De France / Good France. Đó là ý tưởng trong cùng một buổi tối trên toàn thế giới, các đầu bếp từ khắp nơi sẽ cùng nhau tôn vinh ẩm thực Pháp. Tại La Cheminée, thực đơn Gout De France được thiết kế và chuẩn bị bởi bếp trưởng nhà hàng, ông Subash Singh Seebaruth, người được đào tạo chuyên nghiệp về ẩm thực Pháp cổ điển và đã làm việc tại nhiều địa điểm nổi tiếng thế giới, từ các tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất, Mỹ, Qatar,... và Việt Nam.

4



5



2 - GRAND MERCURE DANANG

Ngày 2/4/2015, Grand Mercure Danang được công nhận là một trong những khách sạn có chất lượng phục vụ hàng đầu dựa trên đánh giá của khách hàng tại trang web Booking.com. Giải thưởng "Award of Excellence" được trao bởi trang web Booking.com hàng năm, nhằm tôn vinh những thành tựu mà khách sạn đã đạt được trong năm dựa trên số điểm đánh giá từ khách hàng. Khách sạn Grand Mercure Danang đã nhận được tổng số điểm là 8,6 trong năm 2014, với gần một ngàn lượt đánh giá tốt từ khách hàng trên khắp thế giới.

3 - SALINDA PHÚ QUỐC

Salinda Phu Quoc Island Resort and Spa là khu nghỉ dưỡng 5 sao đầu tiên tại Phú Quốc, được đầu tư với tổng số vốn 35 triệu USD bởi tập đoàn Salinda. Khu resort ven biển này có 107 phòng và 15 căn biệt thự, tất cả đều được trang bị những trang thiết bị cao cấp và vừa mới đưa vào hoạt động những tháng cuối năm 2014. Bên cạnh thiết kế tuyệt đẹp thì các dịch vụ của Salinda rất hoàn hảo, tinh tế theo tiêu chuẩn 5 sao và hoàn toàn miễn phí cho khách. Khách đặt phòng với Salinda còn bao gồm dịch vụ đưa đón sân bay miễn phí.

4 - SOFTEL LEGEND METROPOLE HANOI

Tháng 4, tiết trời bắt đầu thay đổi, mùa hè đang đến rất gần. Mời bạn nghỉ tại khách sạn Metropole và tận hưởng thời điểm giao mùa tại thủ đô Hà Nội với gói khuyến mãi phòng của tháng. Đồng thời, "khám phá bí mật của spa thực thụ" với gói trị liệu tại Le Spa du Metropole. Bạn cũng có thể ghé tới các nhà hàng tại Metropole để thưởng thức những sáng tạo ẩm thực hấp dẫn nhất của những đầu bếp tài năng, giàu kinh nghiệm đã từng làm việc tại những khách sạn và nhà hàng danh tiếng trên toàn thế giới.

5 - NHÀ HÀNG MASTERCHEF

Ngày 2/4/2015 nhà hàng MasterChef đầu tiên tại Việt Nam chính thức khai trương tại số 28 Hàng Tre, Hà Nội. Được thể hiện bởi chính MasterChef Tuấn Hải – Giám khảo Vua đầu bếp Việt Nam, cùng phương châm "Nếu bạn không hài lòng, đừng thỏa hiệp" là lời cam kết về chất lượng của nhà hàng MasterChef với khách hàng. Nhân dịp khai trương, nhà hàng MasterChef áp dụng nhiều ưu đãi có giá trị như: Tặng mỗi ngày 100 đĩa cơm MasterChef (từ ngày 02/04 – 04/04/2015), tặng mỗi ngày 50 đĩa cơm MasterChef (từ ngày 05/04 – 11/04/2015), Tặng 5.000 coupon Ăn 2 tặng 2.

ĐỊA CHỈ MUA SẴM

Atelier (Dior,Versace,Tag Heuer)
▪ Số 9 Tràng Tiền, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

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

Balenciaga
▪ Khách sạn Rex, 155 Nguyễn Huệ, Q1, Tp.HCM.

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

Banana Republic
▪ Vincom Center A, 171 Đồng Khởi, Q1, Tp.HCM.

Bang & Olufsen
▪ Pacific Palace, 83B Lý Thường Kiệt, Hà Nội
▪ Saigon Center, 65 Lê Lợi, Q1, Tp.HCM.

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

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

Bốn Mùa Boutique
▪ 30 Hàng 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
♦ Tràng Tiền Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hà Nội

Kenzo
♦ 32 Hàng Bài, Hà Nội

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

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

New World Hotel
♦ 76 Lê Lai, Tp.HCM
♦ Diamond Plaza 34 Lê Duẩn, Tp.HCM

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

Lacoste
♦ Pacific, 83B Lý Thường Kiệt, Hà Nội
♦ Parkson Việt Tower, Hà Nội
♦ Opera View, 161 Đồng Khởi. Q1, Tp.HCM
♦ Parkson Hùng Vương Plaza, 126 Hùng Vương, Q.5, Tp.HCM

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

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

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

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

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

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

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

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

Mobiado

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

Montblanc

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

Morgan

- ♦ Vincom Galleries 191 Bà Triệu, Hà Nội

Moschino

- ♦ 3 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Naf Naf

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

Nautica

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

Nine West

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

Omega

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

Paris & France

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

Pedro

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

Ralph Lauren

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

Runway

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

Salvatore Ferragamo

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

Sergio Rossi

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

The Body Shop

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

Tissot

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

Tommy Hilfiger

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

Crescent Mall

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

Topshop/Topman

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

Valentino

- ♦ 59 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Van Laack

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

Versace

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

Vertu

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

Vichy

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



Versace Xuân Hè 2015



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 ĐẶNG

obi.dang@chaubachmedia.com

EVENT DEVELOPMENT

QUỲNH ANH

MARKETING EXECUTIVE

TRANG PHẠM

DIGITAL DEVELOPMENT

HẠNH LÊ

MEDIA

NGỌC NGUYỄN

EVENT PRODUCER

NGỌC AN

DESIGNER

MINH ĐỨC

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**

watches

calvinklein.com

FIND YOUR MOMENT #ckminute

Calvin Klein
swiss made

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: **Sai Gon** • Saigon Center 65 Lê Lợi, Q.1 (38.21.321) • Sun Wah Tower 113 Nguyễn Huệ, Q.1 (38.21.9279) • Vincom Center 70-72 Lê Thanh Tôn, Q.1 (39939099) • Maximark 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (383.2899) • Vincom Center 216 Yá Yán Ngàn, Q.TĐ (37223433) • PNJ Shops (399.39338) **Hà Nội** • Lotte Center 54 Liễu Giai, Q.BĐ (3.2676355) • Vincom Megamall Times City 438 Minh Khai, Q.HBT (3.2001.400) • Vincom Megamall Royal City 72A Nguyễn Trãi, Q.TX (626.20360) • Big C Thăng Long 222 Trần Duy Hưng, Q.CG, Hà Nội (3783.2301) • Vincom Center 191 Bà Triệu, Q.HBT (2.2200.268) • Duy Anh Watch 7 Hàng Khay, Q.HK (66.566660) • Savico Megamall 7-9 Nguyễn Văn Linh, Q.B (6.2550099) • Lotte Mart 229 Tây Sơn, Q.BĐ (38339966) **Vinh** • Big C Vinh 2 Quang Trung (3.596.226) **Đà Nẵng** • Big C Vinh Trung Plaza 223-227 Hùng Vương (3.666.066) • Indochina Riverside Mall 74 Bạch Đằng (38.43818) **Nha Trang** • Nha Trang Center 20 Trần Phú (631.6666) **SERVICE CENTERS:** • Sun Wah Tower 113 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM (38.21.9279) • Maximark 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (383.2899)

T+ *The Beauty Within*



TISSOT FLAMINGO. STAINLESS STEEL CASE,
SCRATCH-RESISTANT SAPPHIRE CRYSTAL AND
WATER RESISTANCE UP TO 3 BAR (30 M / 100 FT).
INNOVATORS BY TRADITION

TISSOT.CH

T+
TISSOT
LEGENDARY SWISS WATCHES SINCE 1853

TOPTEN Hệ Phân Phối Độc Quyền 91 Thích Thị Thành Q.1, TP.HCM. Tel: (84-8) 3820 3204 Fax: (84-8) 3820 3059 Email: contact@tpnco.com.vn Website: www.tpnco.com.vn
BOUTIQUES: Sun Wah Tower 115 Nguyễn Huệ Q.1, TP.HCM (3821 9270), Big C Thăng Long 222 Trần Hưng Đạo Q.5, TP.HCM (3821 9270), Maximark 3/2 - 3C Ba Tháng Hai Q.10, TP.HCM (3822 8091)

SÀI GÒN: Saigon Center 65 Lê Lợi Q.1 (38212231), Vincom Center 70-72 Lê Thánh Tôn Q.1 (39930099), Vincom Center 216 Võ Văn Kiệt Q.1 (38224331), Union Square 116 Nguyễn Huệ Q.1 (38257739), Diamond Plaza 34 Lê Duẩn Q.1 (38227884), Parkson CT Plaza 60A Trường Sơn Q.1 (62971819), Maximark 3C Ba Tháng Hai Q.10 (38328991), Maximark 15 Cống Hòa Q.10 (39483327), Tân Tân - 48 Lê Lợi Q.1 (38272067), Mạnh Thắng - 728 Lê Lợi Q.1 (38220465), Tíc Tắc - 72 Đồng Khởi Q.1 (38293392), TDC - 303 Điện Biên Phủ Q.1 (39290685), Minh An - 867 Nguyễn Trãi Q.5 (38554549), PNJ - 174 Lê Thánh Tôn Q.1 (38247311), PNJ - 5 An Dương Vương Q.5 (38302399), PNJ - 159 Phan Đăng Lưu Q.1 (39900489), PNJ - 52 Nguyễn Văn Trãi Q.1 (3848212), PNJ - 362A Nguyễn Văn Trãi Q.1 (3805497) **HÀ NỘI**: Vincom Megamall Times City - 48 Minh Khai Q.10 (32001400), Vincom Megamall Royal City - 72A Nguyễn Trãi Q.10 (62620560), Duy Anh Watch - 7 Hàng Khay Q.1 (66566660), Vincom Center - 101 Bà Triệu Q.1 (22200368), Savico Megamall - 7 Nguyễn Văn Linh Q.1 (62550099), Lotte Center - 54 Liễu Giai Q.10 (32676555), Lotte Mart - 210 Tây Sơn Q.10 (38530966), Duy Anh Watch - 200A Phố Huế Q.1 (2218336), New Watch 37 - Hàng Khay Q.1 (39344865) **VINH**: Big C Vinh - 2 Quang Trung (356226) **ĐÀ NẴNG**: Big C Vĩnh Trung Plaza - 225 Hùng Vương (366066), Indochina Riverside Mall - 74 Bạch Đằng (3843818), PNJ - 123 Hùng Vương (3815618) **QUY NHƠN**: PNJ - 33A Trần Hưng Đạo (3812500) **NHA TRANG**: Nha Trang Center - 20 Trần Phú (656666) **VŨNG TÁU**: Đại Hùng - 228 Bưu, P.3 (3530085) **BIÊN HÒA**: PNJ - 482 Phan Văn Thuận (3811818).