

STYLE

PHONG CÁCH CỦA BẠN

The Power
in softness
SỨC MẠNH CỦA SỰ YẾU ĐUỐI



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

CHINH PHỤC TẤT CẢ



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



**HỆ THỐNG
7 TÚI KHÍ**



**KHOẢNG SÁNG GẦM XE
200mm**



**HỆ THỐNG
SYNC™ THÔNG MINH**



**LỢI NƯỚC
550mm**

Giá đặc biệt từ

606
triệu đồng



ford.com.vn

Go Further

- **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội. Tel: 04.37505055
- **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội. Tel: 04.36811888
- **HANOI FORD:** 94 Ngõ 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
- **THANHXUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525
- **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng. Tel: 0313.668990
- **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hạ Long. Tel: 033.3628699
- **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh. Tel: 038.3515292
- **DANANG FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555
- **DANANG FORD BINHDINH:** 73 Tây Sơn, Quý Nhơn, Bình Định. Tel: 056.3546555

- **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột. Tel: 0500.3954999
- **CITY FORD NHA TRANG:** 580 Lê Hồng Phong, TP. Nha Trang. Tel: 058.3880366
- **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP. HCM. Tel: 08.38157979
- **CITY FORD:** 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 PHO QUANG:** 104 Phổ 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 DẪY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888**



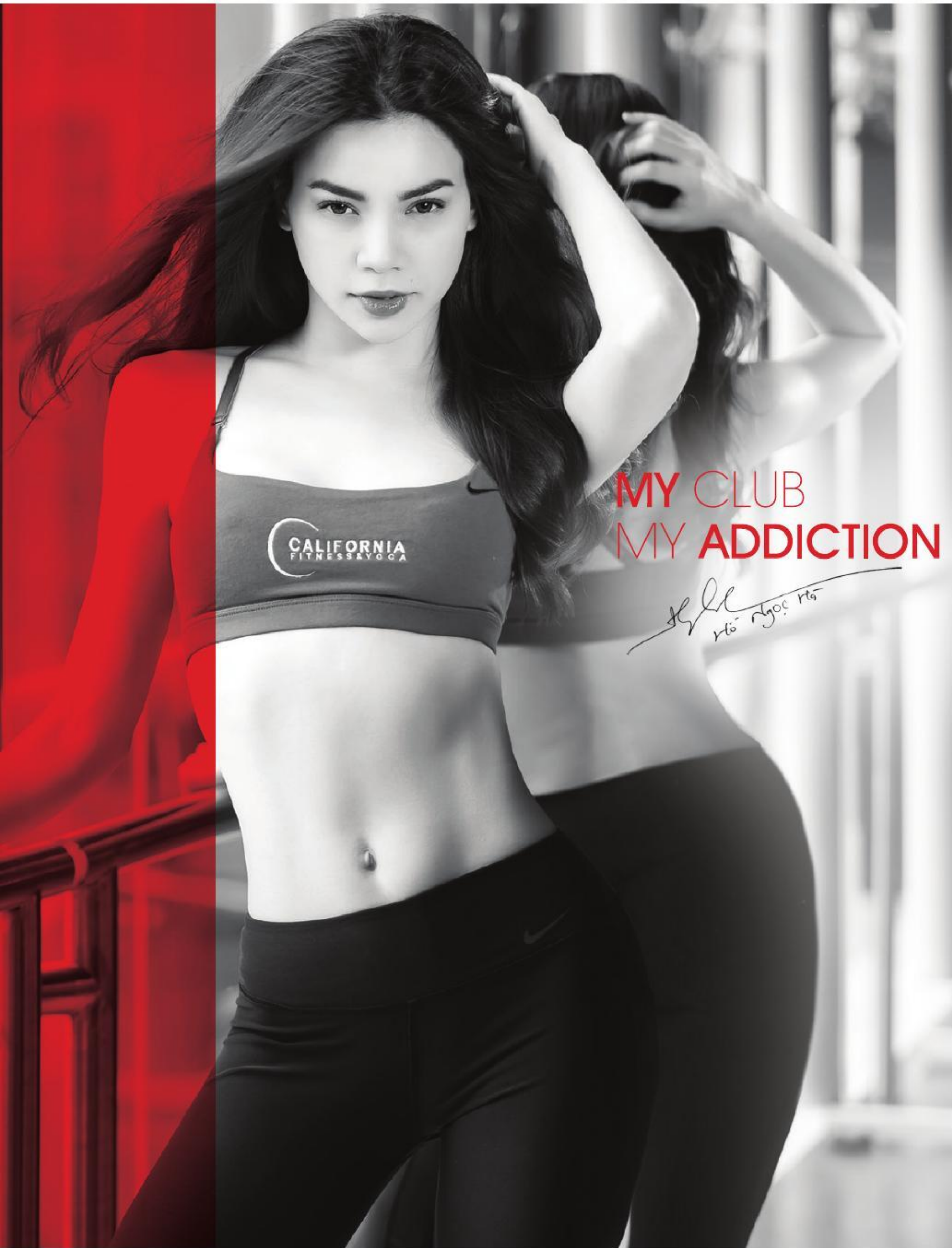
VERSACE JEANS



PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



MY CLUB
MY ADDICTION

Thị Ngọc Hà

CALIFORNIA
FITNESS YOGA

The Power in softness



CONCEPT & CREATIVE: **SAMUEL HOÀNG**

PHOTOGRAPHER: **MANH BI**

MODEL: **VŨ NGỌC ANH**

STYLIST: **LUSIA LAN ANH**

MAKEUP & HAIR: **CAO TUẤN ĐẠT - VÂN HAIR**

PRODUCER: **NGỌC AN**

FASHION: **VÁY, ÁO, HOA TAI: MOSCHINO BOUTIQUE - SỐ 03 HAI BÀ TRUNG, HOÀN KIẾM, HÀ NỘI**

ĐỒNG HỒ: SPEAKE MARIN WATER DRAGON JADE - MILUXE TẦNG 2 TRĂNG TIẾN PLAZA, HÀ NỘI

GIÀY: DOLCE & GABBANA - LUALA MILANO 61 LÝ THÁI TỔ, HOÀN KIẾM, HÀ NỘI

Có một cuộc khảo sát vui cách đây không lâu với một nhóm đàn ông phương Tây, tức là đến từ các quốc gia như Pháp, Đức, Tây Ban Nha, Câu hỏi được đặt ra cho họ là: *"Khi nghe đến từ softness (sự nhẹ nhàng, yếu mềm, mong manh) thì bạn sẽ liên tưởng đến điều gì đầu tiên?"* Thật bất ngờ, hơn 80% câu trả lời đều giống nhau: *"Phụ nữ châu Á"*. Có lẽ từ lâu lắm rồi, hình ảnh những người phụ nữ bé nhỏ, dịu dàng, giọng nói thanh tao, cử chỉ e lệ điểm đậm cán trọng đã trở thành biểu tượng của phái đẹp châu Á trong mắt thế giới. Và hình như chỉ có phụ nữ châu Á, với truyền thống tôn thờ người đàn ông của đời mình (người cha, người chồng) mới là minh chứng rõ nét rằng phụ nữ là phái yếu, luôn cần sự chở che, bao bọc, thấu hiểu.

Tuy nhiên, hình như họ, những người đàn ông trải qua trắc nghiệm đó, chưa được cập nhật rằng, không phải phụ nữ châu Á nào thời nay cũng đều muốn mình gắn với từ softness nữa cả. Sự khát khao bình đẳng giới cùng những cuộc chạy đua chứng minh thực lực, cá tính đã vô tình đẩy phụ nữ đến một cánh cửa mà ở đó không có chỗ cho bất kỳ yếu mềm, nhân nhượng hay thậm chí là bao dung nhạy cảm nào. Phụ nữ thích hoặc buộc mình phải mạnh mẽ, phải xù gai lên với đàn ông, với thế giới vì nghĩ rằng đang độc lập tự chủ. Ở công sở, tiếng nói của họ sang sảng uy lực. Lúc về nhà, tiếng nói ấy cũng nhất định không nhường bước trước ai. Mọi lúc mọi nơi, phụ nữ hiện đại vươn tới hình ảnh "bất khả chiến bại" dửng mãnh vô song.

Cũng tốt thôi, dưới một khía cạnh nào đó khi phụ nữ làm chủ được đời mình. Nhưng sâu xa hơn, liệu họ có thực sự hạnh phúc? Liệu họ có thôi cô đơn, ngừng tổn thương cách này hay cách khác? Chúng tôi nghĩ là không hẳn! Chính vì thế, khi những cuộc chiến về gia đình, về đạo đức xã hội, về tham vọng và cân bằng đang leo thang ở khắp nơi, Style quyết định làm một ấn phẩm về chính từ SOFTNESS. Bởi tương tự như triết lý nổi tiếng của môn Taichi, đỉnh cao của một cuộc sống bình thản chính là cân bằng được giữa nhu và cương; giữa yếu đuối và mạnh mẽ; giữa lùi một bước và cái tôi cá nhân. Phụ nữ, rốt cuộc cũng sẽ luôn khát khao những điều đơn giản vô cùng. Vậy tại sao không mềm trước để tìm được một điểm tựa vững chắc rồi sau đó tha hồ bất khuất kiên cường với thế nhân?

Bạn nghĩ có phải không? Nếu chưa phải, hãy đọc hết ấn phẩm này, lúc ấy chúng tôi tin chắc bạn sẽ đồng ý mà thôi!

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

GIÁM ĐỐC: 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

camnhungstyle@gmail.com

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 Tiến Phong

Hệ Thống Nhà Sách Fahasa - Hệ Thống Nhà Sách Phương Nam - Nhà Sách Thiết Bị Và Giáo Dục

Nhà Sách Ngoại Văn - Tổng Công Ty Sách Việt Nam.

WEBSITE www.stylemagazine.vn

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

Nhà xuất bản THANH NIÊN

SỐ XÁC NHẬN ĐĂNG KÝ XUẤT BẢN TẬP 6: 937-2015/CXBIPH/10-57/TN ngày 30/6/2015, theo QĐ số: 171/QĐ-NXBTN

KHỔ: 21x28.5cm

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

In xong và nộp lưu chiểu tháng 6 năm 2015

ISBN: 978-604-64-2165-8

GIÁ: 39.500 VNĐ



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

Paris Fashion Week Fall Winter 2015
Anna Dello Russo Candela Novembre Chiara Ferragni.



I INSPIRATION

- 32.** CARRY SUMMER AROUND
- 44.** THỜI TRANG ĐẦU THẾ THIẾU
NHỮNG NÀNG THƠ
- 50.** WHAT'S NEXT: FALL
WINTER 2015
- 66.** PICKED FOR HIM



Louis Vuitton

B BEAUTY

- 78.** BẠN BIẾT GÌ VỀ MASCARA?
- 82.** GEL
- 86.** THẾ GIỚI LÀM ĐẸP NHƯ THẾ NÀO?
- 88.** ĐỐI THOẠI VỚI PERFUMISTA



H HI TECH

- 96.** 5 COOL GADGETS
- 98.** NHỮNG MẪU
SMARTPHONE CỦA THÁNG
- 106.** CARS: NHÂN TÌNH
CỦA CÁC NÀNG

Volkswagen Beetle





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.



Candela Novembre ShotByGio

E EXPERIENCES

100. LÀM THẾ NÀO ĐỂ QUÊN BARCELONA?

112. FOODPORN: SUGAR RUSH

118. KHÔNG GIAN TRONG VẬT



F FEATURES

138. VŨ NGỌC ANH: "TÔI KHÔNG PHẢI KIỂU PHỤ NỮ NGÂY THƠ"

144. VƯƠNG LINH: NGHỆ SĨ "ĐA ZI NĂNG"



S STYLE TALKS

130. SELENA GOMEZ: BẢN LĨNH CỦA THỰC NỮ

134. MINIONS PHIÊU LƯU KÝ

148. EM NÀO PHẢI CHIẾN SĨ!

152. NHỮNG CUỘC YÊU "COPY AND PASTE"



GIVENCHY

*Le
Rouge*
- À - PORTER

ĐÔI MÔI MỀM MUỘT NHẹ NHÀNG
Phụ kiện sắc màu thời trang
Vỏ bao da cừu độc đáo

www.givenchybeauty.com



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

Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.609, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP.HCM: 115/15/QCMP-HCM.



CHÂU BÁCH MEDIA

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

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

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

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

EVENT DIRECTOR & MARKETING MANAGER

OBI DẶNG

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**

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

KENZO



NGHỆ THUẬT Yếu đuối

CÁCH ĐÂY KHOẢNG CHỪNG HAI MƯƠI NĂM, TÔI NGHĨ HÌNH ẢNH MỘT NGƯỜI PHỤ NỮ LÝ TƯỞNG CHÍNH LÀ GÓI GỌN TRONG BỐN CHỮ “YẾU ĐIỆU THỰC NỮ” ĐÚNG NGHĨA NHƯ TRONG CÂU “YẾU ĐIỆU THỰC NỮ, QUÂN TỬ HIẾU CẦU.” KIỂU PHỤ NỮ MÀ ĐÀN ÔNG ƯA CHUỘNG VÀ LỰA CHỌN NHẤT ĐỊNH PHẢI NHU MỊ HIỀN HẬU, KHÉP NẾP MỎNG MANH. THỜI ẤY, PHỤ NỮ LÀM GÌ CŨNG NGHĨ XEM ĐÀN ÔNG CỦA MÌNH BÂY GIỜ HOẶC TƯƠNG LAI CÓ HÀI LÒNG KHÔNG THÌ MỚI DÁM QUYẾT. MỌI SỰ CỐ GẮNG PHẤN ĐẤU CŨNG QUẢN QUANH TRONG NHỮNG KHUÔN MẪU THƯỚC ĐO MÀ ĐÀN ÔNG ĐẶT RA. NHƯNG CÁI GIAI ĐOẠN ẤY QUA RỒI. CHẲNG BIẾT LÀ MAY MẮN HAY BẤT HẠNH NỮA. CƠ MÀ, BÂY GIỜ, PHỤ NỮ HIỆN ĐẠI CỨ THẤY “LIỄU YẾU ĐÀO TƠ” LÀ DỊ ỨNG, COI THƯỜNG RA MẶT. LIỆU CÓ THOẢ ĐÁNG KHÔNG?

Minh Anh



HỘI NHỮNG NGƯỜI KÌ THỊ “BÁNH BÈO”

Sự bùng nổ của tư tưởng văn minh và phong trào đòi quyền bình đẳng trong suốt nhiều năm qua đã tạo nên một thế hệ phụ nữ mới tự tin hơn, quyết liệt hơn, mạnh mẽ hơn và tự chủ hơn. Họ không ngừng phấn đấu để xây dựng cho bản thân những nền tảng vững chắc mà không cần phải nhờ cậy hay nhìn thái độ của bất kì người đàn ông nào. Cuộc sống nắm chắc trong tay đầy bản lĩnh. Thậm chí đôi khi xuất sắc hơn cả phái mạnh ở nhiều lĩnh vực. Thật rất đáng ngưỡng mộ!

Chuyện sẽ chẳng có gì để nói tiếp nếu như những nữ cường nhân cứ tiếp tục làm nữ cường nhân. Tuy nhiên, có một xung đột xảy ra. Khi phụ nữ trở nên quá độc lập, họ thường không chịu nổi những cô nàng mềm yếu lộ ra ngoài qua cử chỉ, giọng nói, hành động (gọi chung là “bánh bèo”). Họ nhìn những cô như thế thường có cảm giác chung là phiền hà, sốt ruột và có chút xem nhẹ. Trong mắt họ, “đám kia” rồi chẳng làm nên trò trống gì, xong lại phải dựa dẫm vào đàn ông, cuộc đời lom khom với bếp núc, giặt là, con cái. Rõ là chẳng có chút tham vọng hay tương lai nào với thế giới. Buồn bã và nhàm chán!

Mặt khác, phát triển song song với khả năng “*tự tay lo liệu giang sơn*” của phụ nữ chính là quên mất cách làm thế nào để đàn ông xuất hiện trong cuộc đời họ không cảm thấy ngột thở và tự ti, nhìn nhận họ như một người phụ nữ chứ không phải là một “gã đàn ông” khác trong chiếc váy ôm và mái tóc dài buộc cao gọn ghẽ. Họ quên mất cách quan tâm tinh tế, sự nhạy cảm nữ tính vì bận rộn tin rằng “*đời này đâu nhất thiết phải cần đàn ông!*”

"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

“*Bạn thấy đấy, phụ nữ thông minh thì phải biết tự cường thôi chưa đủ. Phụ nữ thông minh còn nên biết lúc nào thì “yếu đuối” có thể trở thành vũ khí tối thượng đến vinh quang!*”



KHI CÁNH CỬA NGÔI NHÀ KHÉP LẠI

Phụ nữ rồi cuộc rồi cũng sẽ giống nhau. Tức là đến một giai đoạn nào đó, họ sẽ nhận ra sự cô đơn hiện hữu rõ rệt trong cuộc đời mình. Đằng sau tham vọng, chiến tích, sự nghiệp..., sẽ có lúc họ dừng lại, giật mình quan sát, kiểm kê “tài sản” tinh thần để xem mình thực sự có những ai là người thân yêu, trọn vẹn và thật thà với mình, quan tâm chân thành cũng như nhớ nhung giản dị. Thời điểm đó, tôi tin chắc, dù muốn hay không, phụ nữ cũng sẽ nhận ra vai trò của một người đàn ông quan trọng thế nào. Có thể không phải để mang tiền về mỗi tháng, mua túi Hermès, Dior, du lịch châu Âu một năm 2 lần mà chỉ đơn giản là một chỗ dựa vững chắc trước mọi khó khăn, sẵn sàng nắm tay lúc buồn phiền mệt mỏi. Nhưng đàn ông ấy, giờ ở đâu?

Thực ra, khi phụ nữ thay đổi tư duy để tự chủ hơn thì đàn ông cũng học cách thích nghi dần với hình ảnh một người đàn bà đẹp sau vô lăng ô tô hay trên bục diễn đàn. Thế nhưng, đàn ông thì cũng sẽ mãi là đàn ông, ưa thích sự nhẹ nhàng, chiều chuộng, ngọt ngào, sự quan tâm ý nhị, sâu sắc. Có thể không phải là 24/24 nhưng ít ra lúc anh mệt em hay, lúc anh cần em bên cạnh em biết, lúc anh cúi gập thiên hạ em hiểu mà nhường nhịn dịu dàng. Những người đàn ông bản lĩnh và tài giỏi, họ thường không

muốn phát triển quan hệ tình cảm nào với phụ nữ tài giỏi bởi họ định kiến rằng phụ nữ như thế thì không thích hợp khi cánh cửa công ty đóng lại và ngôi nhà mở ra. Một phần cũng có lý của nó.

Thế nên, “yếu đuối” đúng lúc cũng là một bài học không dễ. Có rất nhiều phụ nữ thắc mắc tại sao đàn ông cứ đi ngoại tình. Tôi nghĩ một trong những lý do chính là đi tìm sự yếu đuối đó. Khi một mối quan hệ lâu dài, đàn ông thường lười biếng còn phụ nữ thì quên mất mình là một phụ nữ. Mọi thứ rơi vào tình trạng xuề xòa qua loa, thậm chí là bỏ bả và khô khan. Khi ấy, cảm giác lạ chỉ là một nhẽ, nhẽ còn lại là đàn ông nhớ giọng nói thỏ thẻ hôm nào, bàn tay mềm mại ngày ấy, ánh mắt triu mến năm xưa. Tất cả chúng, sự nữ tính, mỏng manh, hiền dịu..., đàn ông luôn khát khao được nhìn thấy từ người phụ nữ mà họ yêu.

Mặt khác, tôi đã từng chứng kiến rất nhiều lần sức mạnh của sự yếu đuối. Đó là khi một cô gái tỏ vẻ nản nỉ anh công an vì lỡ quên giấy tờ xe ở nhà; một người phụ nữ đáng vẻ hiện đại nhưng giọng nói ngọt ngào như mè hoặc pha chút nũng nịu khi hỏi xin phép người đàn ông trước mặt được tính tiền trước vì đang vội... Tất cả đều hiệu nghiệm một cách diệu kỳ mà không cần đấu tranh hay gươm giáo nào hết cả.

Bạn thấy đấy, phụ nữ thông minh thì phải biết tự cường thôi chưa đủ. Phụ nữ thông minh còn nên biết lúc nào thì “yếu đuối” có thể trở thành vũ khí tối thượng đến vinh quang!

*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

CBM
CHAU BACH MEDIA

STYLE
n i t e

TROPICAL *glam*

SPECIAL THANKS TO OUR CUSTOMERS AND PARTNERS
FOR YOUR KIND HELP AND SUPPORT

SPONSORS



STYLE

APRICOT
HOTEL

BELVEDERE

BON MUA

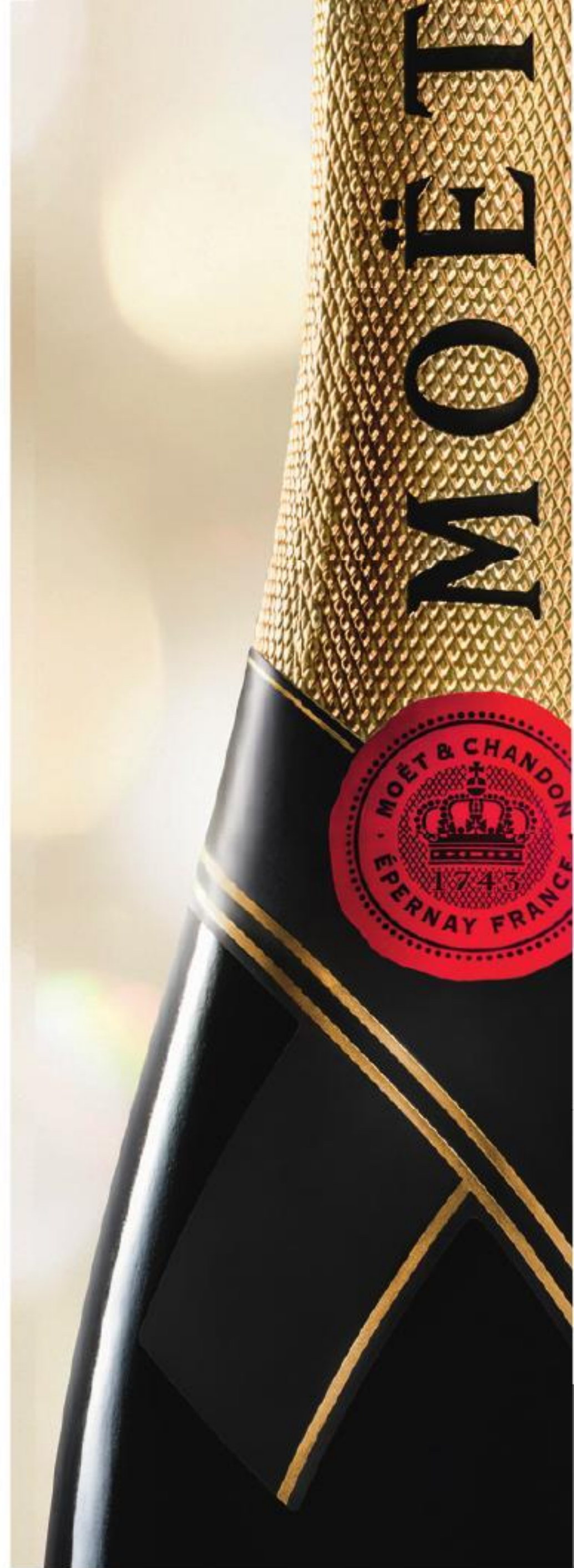
MOSCHINO

M
MILUXE

nashi



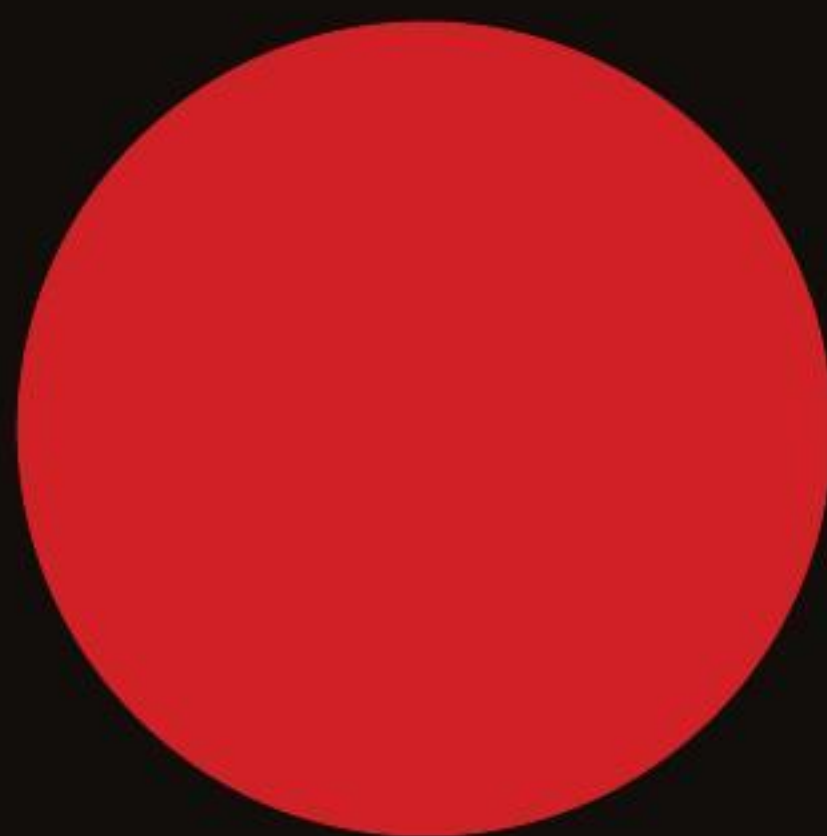
Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE


SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

BẠN NHÌN **T** HẤY GÌ Ừ BỨC ẢNH NÀY?



Người bằng lòng với hiện tại chỉ thấy một chấm đỏ; còn nếu tò mò, giàu trí tưởng tượng, yêu sáng tạo, luôn muốn thử thách sẽ thấy nhiều hơn thế! Bạn thuộc trường hợp số 2? Hãy gia nhập cùng chúng tôi!

Nghĩ xem, bạn dám "**chơi**" ở vị trí nào?

- Sale Executive
- Marketing & Event Executive
- Digital Marketing Executive
- Graphic Designer
- Creative Director

Chúng tôi chờ bạn!

► CV & PORFOLIO GỬI VỀ : lien.do@chaubachmedia.com

nashi

PHƯƠNG PHÁP MỚI CHĂM SÓC VẺ ĐẸP

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



THIEN AN COSMETICS - 94 Lương Yên, Q. Hai Bà Trưng, Hà Nội - **ĐT:** 04 3972 8182, **Fax:** 04 3972 7880

HCM: 47B Lê Văn Lương, P.Tân Phong, Q.7 - **ĐT:** 08 37760064, **Hotline:** 0988 226644, **Tech:** 0932 131131

Website: www.thienanco.vn - **Showroom:** www.yeulamdep.vn - **Facebook:** Nashi Argan Vietnam



BE STYLE, BE YOU

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

Vi : **Fcuk**

Quần, áo, vòng tay: **Hà Trương**

Đép sandal: **Aldo**

Vòng cổ, dây lưng, vòng tay: **Kelly Bui**

Hoa tai, vòng cổ, vòng tay: **Mo Guo**



44

THỜI TRANG ĐẦU THỂ
THIỆU NHỮNG NÀNG THƠ



50

WHAT'S NEXT:
FALL WINTER 2015



78

BẠN BIẾT GÌ VỀ MASCARA?



“Có một vài thứ không
bao giờ lỗi mốt và một
người đàn bà nữ tính là
một trong số đó”

88

ĐỐI THOẠI VỚI PERFUMISTA



STYLE

www.facebook.com/stylemagazine

Liên hệ quảng cáo: 04.3773.8005

Đã bao lâu rồi bạn không tỏa sáng, dù theo nghĩa bóng hay nghĩa đen? Đã bao lâu rồi bạn không thể hiện bản thân để mọi người thấy được con người đặc biệt trong bạn? Mùa hè này, hãy đừng ngần ngại bước ra khỏi vỏ bọc khiêm nhường và an toàn để một lần nữa được thấy mình thật lộng lẫy và quyến rũ. High-shine là một xu hướng có thể giúp bạn làm được điều đó. Nếu đã ngắm nhìn những thiết kế vải lụa, satin, duchess satin, gấm, lurex, metallic leather (da kim loại), voan óng ánh, lụa jacquard bóng láng với các sắc màu đa dạng, từ vàng, ánh kim đến xanh lá cây, xanh dương, vàng, hồng... tràn ngập trên các sàn diễn mùa hè năm nay, bạn sẽ khó lòng cưỡng lại vẻ đẹp lung linh huyền ảo của chúng. Các trang phục high-shine đặc biệt thích hợp với những bữa tiệc đêm hè, lúc đầy đam mê hiện đại sôi động, khi sang trọng đẳng cấp và xa xỉ. Mặc dù vậy, bạn hoàn toàn có thể tự tin khoe chúng dưới những ánh nắng ngày hè rực rỡ. Hãy luôn nhớ tiết chế các phụ kiện khác trên người khi diện các trang phục high-shine để bản thân bộ trang phục trở thành tiêu điểm thu hút mọi ánh nhìn.

High-shine



Emanuel Ungaro



Emilia Wickstead



Francesco Scognamiglio



Saint Laurent



Louis Vuitton



Honor



Cushnie et Ochs

Giữa lúc các xu hướng thời trang theo phong cách “androgynous” lấy cảm hứng từ menswear đang lên ngôi một cách rầm rộ, vẫn không thể phủ nhận chỗ đứng bền bỉ không thể thiếu của các phong cách thời trang với vẻ đẹp nữ tính, cổ điển và thanh lịch. Có thể nói, ren là một trong những chất liệu hết sức tinh tế bởi khả năng tôn vinh vẻ đẹp mong manh yếu đuối đầy nữ tính nhưng không kém phần sexy, gợi cảm của người phụ nữ. Với sự phát triển của công nghệ hiện đại, kỹ thuật tạo ren được nâng lên một cấp độ mới với những chi tiết cắt, khắc laser đầy tinh xảo và công phu. Chỉ riêng từng độ sần tỉ mỉ đặt trong từng trang phục cũng đã đủ để khẳng định ren là một chất liệu cao cấp và đắt tiền. Hãy tìm đến các thiết kế của Elie Saab, Erdem, Erin Fetherston, Giamba, Michael Kors, Oscar de la Renta, Rebecca Minkoff hay Valentino để có được một hình ảnh ngọt ngào và xinh xắn. Còn nếu bạn yêu thích sự mới mẻ và thời thượng, hãy thử chọn những chiếc váy ren và cắt laser của Chloé, Louis Vuitton, Givenchy, Blugirl hay Emilio Pucci, thanh lịch nhưng vẫn cực kỳ hiện đại. Khi diện các thiết kế ren, bạn không cần quá cầu kỳ trong kiểu tóc và trang điểm mà hãy hướng đến một vẻ đẹp đơn giản, tự nhiên mà vẫn thu hút.

Lace & Laser cut details



Chloé



Giamba



Valentino



Rebecca Minkoff



Alberta Ferretti



Louis Vuitton



Oscar de la Renta

“Không có tín đồ thời trang nào mà không say mê với những chiếc túi. Tuy nhiên, có lẽ chỉ mỗi mùa hè là sở hữu đặc quyền mang tên “summer bag”.”



Carry Summer Around

“Đặc điểm nhận diện của túi mùa hè chính là chất liệu, thường là thô dũi, canvas, cotton, cói... nhẹ và thoáng. Nếu có là da thì cũng chỉ hạn chế ở trong chi tiết. Bên cạnh đó, màu sắc luôn tươi sáng và họa tiết thì đậm không khí rực rỡ của mùa hè. Ngoài ra, dáng túi ưa chuộng và thông dụng nhất là tote (loại túi lớn có quai dài để đeo vai tiện lợi).”

“Trang phục đi cùng túi mùa hè thường casual và đề cao sự thoải mái mát mẻ. Có thể là maxi, short, bikini... chỉ cần không quá kiểu cách hay trang trọng là được.”



BRUNELLO CUCINELLI

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



Váy: Hà Trương
Sandal cao: Aldo
Dây lưng: Kelly Bùi
Áo trong: Devon London
Vòng cổ, vòng tay, hoa tai: Mo Guo

THE HIDDEN WARRIOR

"ẨN SÂU BÊN TRONG MỖI MỘT NGƯỜI PHỤ NỮ TƯƠNG NHƯ
YẾU ĐUỐI LUÔN LÀ MỘT CHIẾN BINH DŨNG CẢM KIÊN CƯỜNG"

CONCEPT & CREATIVE: **SAMUEL HOANG**

PHOTOGRAPHER: **MANH BI**

MODEL: **HOP CHICK**

STYLIST: **LUSIA LAN ANH**

MAKEUP & HAIR: **TU SHARK - VAN HAIR**

PRODUCER: **NGOC AN**

ASSISTANT: **KHẮC ĐỨC**

FASHION: **DEVON LONDON, HÀ TRƯƠNG, FCUK, KELLY BUI, ALDO, I HATE FASHION, MÔ GUO**



Váy: **I Hate Fashion**
Vòng cổ, giày: **Aldo**
Dây lưng: **Kelly Bùi**
Vòng tay: **Devon London**
Hoa tai: **Mo Guo**





Váy: **Fcuk**
Vòng cổ, hoa tai: **Mo Guo**
Áo: **Devon London**





Sandal, vòng cổ: Aldo
Áo, quần, dây lưng: Kelly Bùi
Họa tại: Mo Guo



Sandal: Aldo
Áo: Kelly Bui
Váy, vòng tay: Devon London
Hoa tai, vòng cổ: Mo Guo

Váy: Hà Trương
Vòng tay trái: Kelly Bùi
Vòng tay phải: Devon London
Hoa tai, vòng cổ: Mo Guo





Váy: **I Hate Fashion**
Sandal, vòng tay: **Aldo**
Hoa tai, vòng cổ, vòng tay: **Mo Guo**
Quần: **Fcuk**
Dây lưng: **Kelly Bui**

Sandal cao cổ: **Aldo**
Vòng tay phải, dây lưng: **Kelly Bui**
Vòng tay trái: **Devon London**
Váy: **I Hate Fashion**
Hoa tai, vòng tay trái: **Mo Guo**

Cơ hội nhận được
một sản phẩm từ thương
hiệu thời trang I HATE FASHION.
Hãy chụp lại trang báo này rồi tham
lên Facebook của bạn, để hashtag
#StyleMagazine #IHateFashion và cho đời
vẫn may của mình. Đón quà nào có lượng
share và like nhiều nhất sẽ nhận được
phần quà này.

THỜI TRANG ĐÂU THỂ THIẾU Những Nàng Thơ

TRONG THẦN THOẠI HI LẠP, THE MUSES (NÀNG THƠ) LÀ 9 VỊ NỮ THẦN ĐÃ TRUYỀN CẢM HỨNG CHO SỰ RA ĐỜI CỦA NGHỆ THUẬT, THƠ CA VÀ ÂM NHẠC. NGÀY NAY, VAI TRÒ CỦA NHỮNG NÀNG THƠ ĐƯỢC THỂ HIỆN KHÔNG ĐAU RỒ HƠN TRONG THẾ GIỚI THỜI TRANG, NƠI MÀ CÁC NHÀ THIẾT KẾ LUÔN CẦN TÌM ĐẾN MỘT NGƯỜI PHỤ NỮ ĐẸP, THỜI THƯỢNG VÀ DANH TIẾNG ĐỂ KHÔNG NHỮNG TRUYỀN CẢM HỨNG SÁNG TẠO CHO HỌ, MÀ CÒN ĐẠI DIỆN CHO VẺ ĐẸP THẨM MỸ VÀ PHONG CÁCH BIỂU TƯỢNG CỦA MỘT THƯƠNG HIỆU MÀ MỌI PHỤ NỮ KHÁC ĐỀU KHÁT KHAO CÓ ĐƯỢC.

Hoàng Minh Châu



Coco Rocha & Zac Posen



Coco Rocha -
nàng thơ của Zac Posen

“ Những người phụ nữ mạnh mẽ, quyền lực luôn truyền cảm hứng cho tôi - Zac Posen ”

ZAC POSEN VÀ COCO ROCHA

Zac Posen đã từng phát biểu “Những người phụ nữ mạnh mẽ, quyền lực luôn truyền cảm hứng cho tôi”. Coco Rocha, gương mặt lọt vào top 30 người mẫu những năm 2000 do Vogue Paris bình chọn, là một trong những người phụ nữ như thế. Tất cả bắt đầu vào năm 2007 khi Coco Rocha, lúc đó chỉ là một người mẫu mới nổi, góp mặt trong show trình diễn của Zac Posen. Zac đã chia sẻ với Lucky Magazine về mối lương duyên giữa anh và Coco “Những năm tháng vừa qua quả thật đã đem lại một trải nghiệm cộng tác tuyệt vời; tình bạn đã thực sự nảy nở giữa chúng tôi chỉ sau một buổi casting”. Còn Coco thì không ngần ngại thổ lộ với Zac “Em luôn nhắc đến điều này, nhưng anh thực sự là một người anh lớn hoàn hảo của làng thời trang – đặc biệt khi anh đã lớn lên cùng nó.” Zac luôn ngưỡng mộ những bước đi uyển chuyển như một vũ công của Coco trên sàn catwalk cùng thái độ làm việc tích cực và một tình yêu lớn dành cho thời trang. Còn Coco cũng đã học hỏi được rất nhiều từ Zac, đặc biệt là việc đối mặt với những lời chỉ trích dường như không thể tránh khỏi trong thế giới thời trang đầy hoa lệ và cũng không ít thị phi. Không ngạc nhiên gì khi chính Zac Posen là người đã thiết kế chiếc váy cưới đẹp lộng lẫy như mơ cho Coco vào mùa hè năm 2010 khi cô kết hôn cùng họa sĩ người Anh James Conran.



“ Em luôn nhắc đến điều này, nhưng anh thực sự là một người anh lớn hoàn hảo của làng thời trang, đặc biệt khi anh đã lớn lên cùng nó - Coco Rocha ”



Zac Posen New York fashion week



Zac Posen Resort 2012





Hubert de Givenchy và Audrey Hepburn trên tạp chí Vogue



Audrey Hepburn



Audrey Hepburn

HUBERT DE GIVENCHY VÀ AUDREY HEPBURN

Như một duyên may hay một sự sắp đặt tình cờ của số phận, thay vì cộng tác với nữ diễn viên nổi danh bậc nhất lúc bấy giờ, Katherine Hepburn, Givenchy lại có một cuộc gặp gỡ vô cùng thú vị với một cô gái khác cũng mang họ Hepburn, nhưng là Audrey Hepburn trong những cảnh quay của bộ phim Sabrina (năm 1953). Kể từ đó đến khi Audrey qua đời vào năm 1993, họ trở thành những người bạn vô cùng thân thiết trong sự nghiệp cũng như trong cuộc sống. Givenchy tiếp tục thiết kế phục trang cho 7 bộ phim tiếp theo của Audrey Hepburn, đáng nhớ nhất là chiếc váy đen huyền thoại The little black dress trong *"Breakfast at Tiffany's"* (năm 1961). Chiếc váy đầu tiên do Givenchy thiết kế được Audrey mặc tới một sự kiện của công chúng là chiếc váy hoa tại Lễ trao giải Oscar năm 1954 khi cô giành được giải thưởng Nữ diễn viên chính xuất sắc nhất cho vai diễn trong *"Roman Holiday"* (1953). Không ngạc nhiên khi chiếc váy luôn được coi như một trong những trang phục đẹp nhất tại các kỳ giải thưởng Academy Awards. Audrey đã dành những lời ưu ái để nói về Givenchy *"Chỉ trong các trang phục của anh ấy tôi mới được là chính mình. Không chỉ là một couturier, anh ấy còn là người tạo nên cá tính cho người mặc qua những trang phục mà anh thiết kế nên"*.



Betty Catroux, Yves Saint Laurent and Loulou de la Falaise (từ trái sang)

YVES SAINT LAURENT VÀ LOULOU DE LA FALAISE

Không chỉ là một nàng thơ, Loulou de la Falaise còn là một người bạn thân thiết, một cộng sự đắc lực của nhà thiết kế huyền thoại Yves Saint Laurent (YSL). Sinh ra tại nước Anh với bố là một nhà văn người Pháp, mẹ là một người mẫu gốc Ireland, Loulou chuyển đến New York City vào cuối những năm 1960. Tại đây cô trở thành người mẫu cho Vogue Mỹ, đồng thời thiết kế vải in cho thương hiệu thời trang Halston. Không lâu sau với tư cách là biên tập viên của tờ "Queen", Loulou đã có cuộc gặp gỡ định mệnh với YSL. Cô chuyển đến sống tại Paris năm 1972 để làm việc cho hãng couture của ông,

đảm nhận công việc thiết kế phụ kiện và đồ trang sức. Đáng nói hơn cả, Loulou nhanh chóng trở thành nàng thơ của YSL là nguồn cảm hứng chính để ông thiết kế nên bộ tuxedo mang tính biểu tượng Le Smoking năm 1966 và những chiếc áo blouse xuyên thấu những năm 1970 cùng hàng loạt các thiết kế mang hơi hướng bohemian. Phong cách thời trang đa dạng của Loulou thực sự đã gây ấn tượng mạnh với YSL *"Tuần này cô ấy là nàng Desdemona trong một chiếc quần loe nhưng màu tím với vòng hoa trên đầu, tuần sau lại thành Marlene Dietrich với cặp lông mày tía cong hình lưỡi liềm"*. Sau hơn ba thập kỷ làm việc cho Saint Laurent, Loulou thành lập thương hiệu của riêng mình vào năm 2002 với các thiết kế thời trang ứng dụng, đồ trang sức và phụ kiện được bán lẻ tại thị trường Mỹ và hai cửa hàng mang tên Loulou de la Falaise tại Paris.



Yves Saint Laurent và Loulou de la Falaise

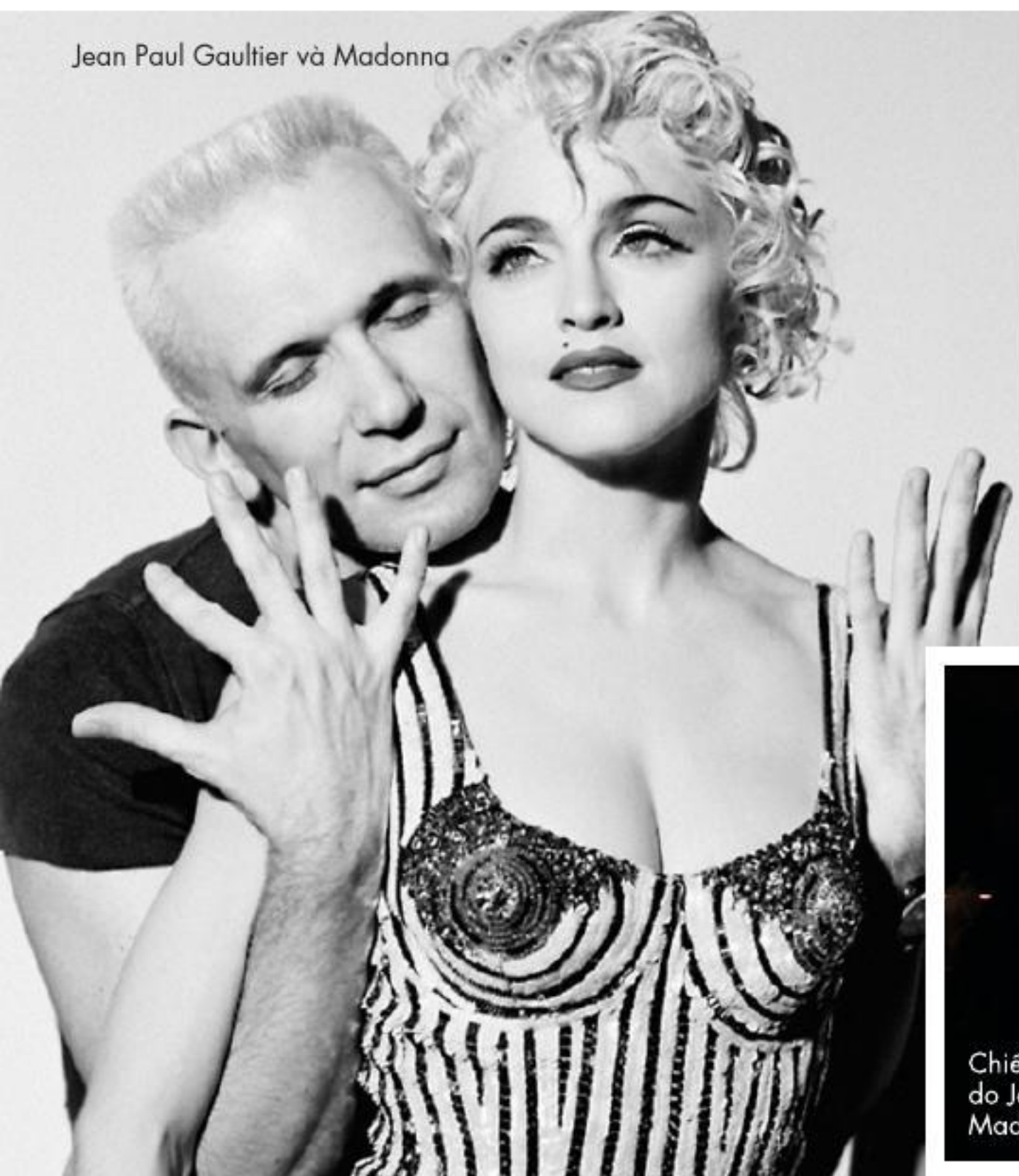


Loulou de la Falaise

Bata
For every step.



Jean Paul Gaultier và Madonna



JEAN PAUL GAULTIER VÀ MADONNA

Bà hoàng nhạc Pop (một thời được gọi là “cô gái vật chất”) và nhà thiết kế Jean Paul Gaultier (người được mệnh danh là “l'enfant terrible” – “đứa trẻ hư”) đã gặp nhau ở chung một điểm: luôn luôn táo bạo và thách thức những giá trị truyền thống. Như một hệ quả tất yếu, sự kết hợp giữa họ đã tạo ra một trong những khoảnh khắc đáng nhớ nhất trong lịch sử thời trang và âm nhạc khi Madonna xuất hiện trong chiếc cooc-xê (corset) có cúp ngực (bra) hình nón đẩy nòng bông và kêu gọi trong tour lưu diễn Blond Ambition của cô năm 1990 mà Jean Paul Gaultier là người thiết kế phục trang. Tên tuổi của nhà thiết kế người Pháp nhanh chóng được biết đến trên toàn thế giới, và điều này hoàn toàn nằm ngoài sự mong đợi của chính Jean Paul Gaultier. Chia sẻ với tờ The Telegraph năm 2010, Jean Paul cho biết “Tôi là một fan của Madonna, bởi lẽ đó tôi đã rất vui khi được cộng tác với cô ấy, chứ không phải vì cho rằng điều đó sẽ

giúp ích cho sự nghiệp của bản thân.”

Trong một cuộc phỏng vấn vào hồi tháng 4 vừa rồi, Jean Paul Gaultier vẫn dành không ít lời khen ngợi cho Madonna “Cô ấy là một điều kì diệu, bởi, cô ấy là Madonna”. Sau thành công vang dội năm 1990, Jean Paul Gaultier một lần nữa tiếp tục cộng tác với Madonna trong tour diễn Confessions của cô năm 2006. Tháng 12 năm 2012, chiếc corset có cúp ngực hình nón đã được bán đấu giá với con số kỷ lục lên tới \$77.000.



Chiếc corset cúp ngực hình nón do Jean Paul Gaultier thiết kế cho Madonna năm 1990



Kate Moss



Kate Moss trong một show diễn của John Galliano năm 1994

JOHN GALLIANO VÀ KATE MOSS

Không còn nghi ngờ gì nữa, Kate Moss chính là nàng thơ lớn nhất của John Galliano. Kate đã từng xuất hiện trong vô số các shoot chụp hình, các show trình diễn thời trang, các chiến dịch quảng cáo của thương hiệu Dior dưới thời Galliano làm Giám đốc sáng tạo. Show trình diễn của Galliano cũng là fashion show đầu tiên Kate Moss tham dự với tư cách một người mẫu chuyên nghiệp. Giữa John Galliano và Kate Moss có một sự tương đồng không hề nhỏ. Cả hai đều là những biểu tượng thời trang đầy tài năng nhưng cũng đầy “bé bối”. Kate Moss đã không ít lần “đé vuột mắt” hợp đồng quảng cáo với các thương hiệu lớn do dính dáng đến ma túy. Còn John Galliano thì bị sa thải khỏi Dior (năm 2011) chỉ bởi một vài phát ngôn khiếm nhã về người Do Thái. Đối với John, lời mời thiết kế váy cưới từ Kate Moss là một vinh dự mà theo anh “đã cứu vớt tôi, thách thức tôi tìm lại cảm hứng sáng tạo của chính mình”. Cũng chính Kate Moss, cùng Anna Wintour đã là chỗ dựa tinh thần vững chắc cho Galliano vượt qua những khó khăn và thăng trầm trong suốt hơn 4 năm cho tới khi anh chính thức trở lại làng thời trang với cương vị Giám đốc sáng tạo của Maison Margiela. Để kỷ niệm tình bạn tri kỷ, Kate và John đã cùng nhau xuất hiện trong một bộ ảnh đặc biệt cho tạp chí Vogue Anh Quốc (British Vogue) số tháng 12 năm 2013.

Kết: Nếu không thể trở thành nàng thơ của một nhà thiết kế thời trang, thì ít nhất mỗi người phụ nữ cũng đều có thể tự hào rằng mình đã, đang hoặc sẽ trở thành “nàng thơ” trong cuộc đời của một người đàn ông nào đó! Hãy cứ tin là như vậy để ta luôn phấn đấu trở nên đẹp, quyến rũ và hoàn thiện hơn mỗi ngày.



John Galliano thiết kế váy cưới cho Kate Moss



Heidi Klum Intimates



Hanky Panky



Eres

“ Nếu muốn biết phụ nữ có thực sự yêu bản thân hay không, hãy nhìn cách cô ấy lựa chọn và giữ gìn những trang phục lót! ”



Stella McCartney



Monette



Kiki de Montparnasse

“ Đồ lót hay váy lót lace (ren) rất đẹp và quyến rũ nhưng chúng chỉ nên mặc cùng những trang phục không quá ôm sát hoặc có chất liệu mềm mại tương đồng như sheer hay lụa. ”

“ Những trang phục lót mặc thường xuyên cần được thay ít nhất 6 tháng/lần. ”



Love Your Self



BIG BELTS

Có vẻ như thuật ngữ “oversized” (quá khổ) đang là một trong những *buzzwords* (từ khóa nổi bật) trong làng thời trang những năm gần đây. Mùa Thu Đông năm nay, ngoài những chiếc áo khoác quá khổ (*oversized coats, poncho, cape*), túi áo, khuy áo quá khổ, quần ống rộng (*culottes*) hay tay áo rộng (*puff sleeves*), chúng ta còn có thể thấy sự hiện diện của yếu tố “oversized” trong một món đồ phụ kiện không thể thiếu, những chiếc thắt lưng. Cho dù là kết hợp với váy, quần, áo khoác hay jumpsuit thì thắt lưng to bản vẫn luôn là một phụ kiện đầy “quyền lực”, tạo nên điểm nhấn vô cùng ấn tượng cho tổng thể trang phục. Không những vậy, chúng còn có một khả năng “biến hóa” đặc biệt, khiến vòng eo trở nên thon gọn hơn, tạo nên sự cân đối hoàn hảo cho cơ thể theo dáng hình đồng hồ cát. Ưu điểm của thắt lưng to bản so với thắt lưng thanh mảnh là tính thời trang và nét trẻ trung hiện đại. Những chiếc thắt lưng to bản với thiết kế hoặc màu sắc ấn tượng là phụ kiện hoàn hảo giúp bạn tạo nên những “*fashion statement*” (tuyên bố thời trang) đầy cá tính khi diện những trang phục *monochrome* một màu tưởng chừng sẽ trở nên nhàm chán. Lựa chọn các phụ kiện khác như giày hay túi xách cùng tông màu với những chiếc thắt lưng là một cách kết hợp hết sức dễ dàng và hiệu quả. Ngoài những thiết kế truyền thống màu nâu hay đen trên chất liệu da, chúng ta còn có thể thấy trong các trang phục của **Balmain**, **Loewe**, **Roksanda**, **Band of Outsiders** hay **Salvatore Ferragamo** những chiếc thắt lưng với màu sắc, kiểu dáng và chất liệu mới mẻ, mang đến nhiều lựa chọn phong phú và khác biệt cho người mặc.



Cushine et Ochs



Mugler



Sophie Theallet



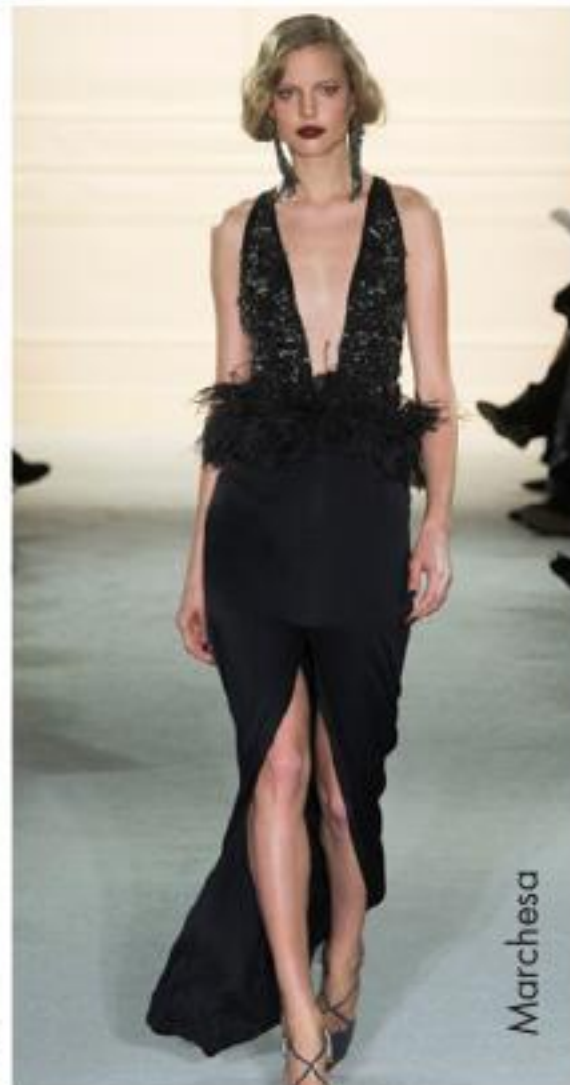
Versace



Probal Gurung



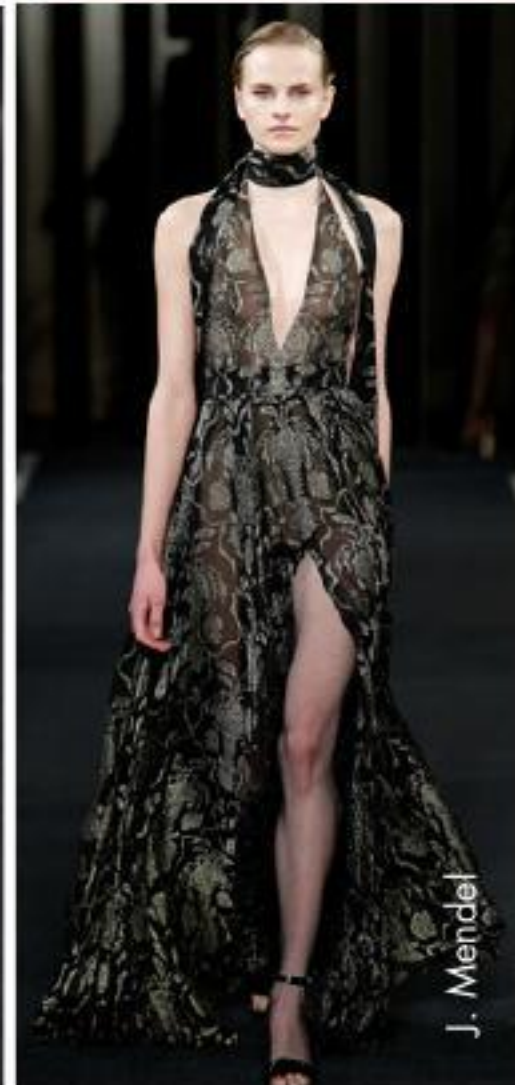
Barbara Bui



Marchesa



Emilio de la Morena



J. Mendel



Jason Wu

HIGH SLIT

Hẳn bạn còn nhớ chiếc váy nhung đen **Atelier Versace** xẻ cao bên phải đầy sexy của Angelina Jolie tại Lễ trao giải Academy Awards 2012 đã tạo nên một hiệu ứng gây sốt đến cỡ nào? Người khen kẻ chê nhưng không thể phủ nhận với chiếc váy *thigh-high* đó, Angelina đã thành công trong việc thu hút sự chú ý và trở thành tâm điểm của bữa tiệc Oscar xa hoa. Tất cả các xu hướng mang tinh thần "*sex appeal*" (hấp dẫn tình dục, giới tính) đều có khả năng làm được điều này. Chúng ta đã chứng kiến trong 2, 3 năm gần đây *crop-top* (áo lửng) lên ngôi mạnh mẽ thế nào thì sự hiện diện ồ ạt của những chiếc váy xẻ tà dự báo high-slits cũng sẽ tạo nên một làn sóng tương tự trong thời gian tới. Một điều hiển nhiên là các thiết kế xẻ tà gợi cảm sẽ trở thành xu hướng yêu thích của các cô gái có đôi chân thon dài nóng bỏng. Các chi tiết *high-slit* mùa thu đông 2015 được thiết kế và xử lý khá đa dạng: từ xẻ tà 1 bên, xẻ tà 2 bên, xẻ tà cao, xẻ tà thấp đến xẻ tà phía trước trong những chiếc váy hai dây, hở lưng, cúp ngực, cổ rộng, cổ chữ V, cổ sâu lẫn cổ cao. Tất cả chúng đều mang vẻ quyến rũ của những thiết kế bất đối xứng cùng nét khêu gợi nhưng bí ẩn khó cưỡng. Hãy kết hợp các bộ váy xẻ tà với những đôi boots hoặc đôi sandal phù hợp và bạn chắc chắn sẽ thu hút mọi ánh nhìn mỗi nơi mình đi qua.



J.W. Anderson



3.1 Phillip Lim



Barbara Bui



Elie Saab



Trussardi



Fendi



Louis Vuitton



Salvatore Ferragamo



Giulietta



Mugler

LEATHER

Cũng giống như *fur* (lông thú), *leather* (da) là một trong những chất liệu vô cùng phổ biến của thời trang xứ lạnh. Mùa thu đông năm nay, da chiếm một vị trí quan trọng, xuất hiện tràn ngập trên các sàn diễn thời trang từ Paris tới London, New York. Hình ảnh đồ da không còn bó buộc trong các thiết kế quần bó hay áo jacket mang đậm phong cách punk hay rock n' roll đầy cá tính, trẻ trung và nổi loạn. Chúng ta ngày càng được thấy nhiều phiên bản mềm mại và nữ tính hơn của đồ da, đặc biệt khi chất liệu này được sử dụng dưới nhiều màu sắc khác nhau như đỏ rượu, trắng, nâu hay xanh ngoài màu đen truyền thống. Những chiếc váy hoặc chân váy da có thể được tìm thấy từ các thương hiệu như **3.1 Phillip Lim, Aigner, Alexander McQueen, Elie Saab, Fendi, Vionnet, Salvatore Ferragamo, J.W. Anderson**. Kết hợp áo khoác da và chân váy da thành một set đồ hoàn chỉnh (như trong các thiết kế của **Altuzarra, Trussardi, Mugler, Givenchy**) cũng là một ý hay. Dù với phong cách nào, cũng không thể phủ nhận, đồ da đem đến cho người mặc vẻ khỏe khoắn, lúc hiện đại khi sang trọng nhưng luôn đầy chất chơi. Bạn hoàn toàn có thể tự tin kết hợp các trang phục đồ da với những phụ kiện cùng chất liệu, nhưng cũng sẽ rất thú vị nếu để chúng đi cùng những chiếc túi, đôi giày hay cặp gang tay bằng da lộn (*suede*) hoặc lông thú. Có thể khẳng định, cũng giống như *denim*, da đã và vẫn sẽ là một chất liệu cơ bản nhưng không bao giờ lỗi mốt.



Alberta Ferretti



Anteprima



Barbara Bui



Marc Jacobs



Roberto Cavalli



Temperley London



Salvatore Ferragamo



Luisa Beccaria



Leitmotiv



Barbara Casasola

MIDI-HEM & FLOOR LENGTH SKIRTS

Những chiếc chân váy *midi-hem* (gấu váy dài quá đầu gối, thường tới giữa bắp chân) hoặc dài chấm gót (*floor-length*) là một xu hướng rất nổi bật của năm 2015, hiện diện từ mùa xuân hè qua mùa thu đông trên rất nhiều các sàn diễn thời trang. Tuy không mang lại vẻ trẻ trung năng động cá tính như những chiếc *miniskirt*, chúng lại toát lên nét nữ tính, vẻ thướt tha và phóng khoáng. Ngoài những chiếc *full-skirt* xòe cổ điển, còn có thể thấy thấp thoáng những chiếc chân váy dáng thẳng (*column skirt*) không kém phần thanh lịch và duyên dáng như trong các thiết kế của **Gucci**, **Roberto Cavalli**, **Luisa Beccaria**, **Alberta Ferretti**, **Gary Graham**, **Vera Wang**. Có thể nói, *midi-hem & floor-length skirt* là xu hướng đặc biệt thích hợp với các cô gái có dáng người cao dong dỏng. Tuy vậy, với một chút tinh tế bạn vẫn có thể lựa chọn cho mình những chiếc chân váy phù hợp với vóc dáng cơ thể. Bạn cần lưu ý khi diện những chiếc chân váy *midi-hem* hay *floor-length*, nên lựa chọn những đôi giày bệt đơn giản, những đôi sandal có quai nhẹ nhàng hay những đôi boots khỏe khoắn, bởi những đôi giày cao gót kiêu kỳ thực ra hiếm khi phù hợp. Mặc dù không có một quy tắc bất di bất dịch nhưng lựa chọn an toàn trong trường hợp này là những chiếc túi đeo vai (*shoulder bag*) gọn gàng hay những chiếc clutch xinh xắn thay vì những chiếc túi xách *oversized* quá khổ (bởi chúng sẽ dễ dàng "nuốt gọn" cả thân hình bạn với chiếc chân váy dài vốn đã nhiều "volume"). Cuối cùng, bạn có thể sử dụng những đôi khuyên tai hoặc vòng cổ to bản với họa tiết nổi bật để tạo điểm nhấn và tô điểm cho những chiếc chân váy và áo trên một màu không họa tiết hoặc thêu đính kim sa!

Let's Go With The Flow!

CONCEPT & PHOTOGRAPHER: **SAMUEL HOANG**
MODEL: **KHA MỸ VÂN, CHÀ MY, MÂU THỦY** (BEU MODEL MANAGEMENT)
STYLIST: **HUYỀN COCO, FIFI HOÀNG**
MAKEUP & HAIR: **CHARLIE QUỐC ANH NGUYỆT ÁNH ĐỒ,**
LÂM MIU MIU, QUÂN NGUYỄN
PRODUCER: **VŨ CUNG**
FASHION: **CÔNG TRÍ, VALENCIANI, ALDO, DEVON LONDON,**
LAM BOUTIQUE, VIETINO



Váy: **Valenciani**
Giày: **Aldo**





Váy: Valenciani

Váy: Valenciani





Váy: **Valenciani**



Váy: **Valenciani**
Giày: **Devon London**



Váy: **Vietino**

Váy: Vietino



Váy, Giày: **Lam Boutique**



Váy: **Valenciani**



Váy: **Lam Boutique**
Giày: **Devon London**
Sandal: **Aldo**







Giày, Váy: **Devon London**
Sandal: **Aldo**

Váy: Lam Boutique



(LOOK 1)



(LOOK 2)



ALL IN WHITE

SẮC TRẮNG LÀ MỘT MÀU HOÀN HẢO DÀNH CHO MÙA HÈ. CHÚNG MANG LẠI SỰ DỄ CHỊU MÁT MÈ CHO ẢNH TƯỢNG THỊ GIÁC ĐỒNG THỜI CŨNG DỄ DÀNG PHÙ HỢP VỚI NHIỀU TRƯỜNG HỢP, NHIỀU VÓC DÁNG KHÁC NHAU. TUY NHIÊN ĐỂ MẶC CẢ MỘT CÂY TRẮNG THÌ CHÀNG CẦN CHÚ Ý NHỮNG ĐIỂM SAU:

- Hãy bắt đầu với những items thật cơ bản nếu muốn mix chúng với nhau mà không tạo cảm giác khiên cưỡng.
- Chú ý đến sự tương đồng trong chất liệu. Thông thường được ưa chuộng vào mùa hè sẽ là linen, cotton, kaki nhẹ... Nguyên tắc đơn giản nhất là chất liệu dày nặng hơn sẽ là phần quần và chất liệu mềm nhẹ rũ hơn sẽ là phần áo.
- Màu sắc cũng là một điểm cần lưu ý bởi khi nói đến màu trắng cũng có nghĩa là rất nhiều gam sắc trắng khác nhau. Cách tốt nhất là mix chúng ở những sắc độ càng gần nhau càng tốt.
- Tổng thể trang phục sẽ bớt tính nghiêm túc và thêm hài hoà nếu bổ sung một vài điểm nhấn màu sắc như xanh da trời nhạt, xanh navy, camel, be... trong phụ kiện hay chi tiết.



(LOOK 1)



Christopher Shannon



Alexander McQueen



Isaia



Apple Watch



Christopher Kane



Maison Martin Margiela



Brooks England



Oliver Spencer

Dries van Noten



ON BOARD WITH SPORTSWEAR

NẾU ANH CHÀNG CỦA BẠN VẪN CHƯA BIẾT RẰNG PHONG CÁCH THỂ THAO ĐANG ẢNH HƯỞNG MẠNH MẼ ĐẾN THỂ NÀO VÀO TỦ QUẦN ÁO CỦA CÁC QUÝ ÔNG THÌ BÂY GIỜ CÓ LẼ ĐÃ ĐẾN LÚC! THỂ NHƯNG CHỈ MẶC SPORTSWEAR VỚI CÁC ITEMS THỂ THAO THÌ QUÁ THƯỜNG RỒI...

- Hãy lựa chọn những thiết kế mang cảm hứng thể thao thay vì là một item thể thao thuần túy khô khan
- Ưu tiên các màu sắc rực rỡ cho chúng như vàng tươi, đỏ, cam...
- Trang phục mang phong cách thể thao được cắt may cẩn thận và vừa vặn trên các chất liệu tốt
- Đừng bỏ qua các phụ kiện!

(LOOK 2)



Fendi



Mr Hare



Neil Barrett

(LOOK 1)



Oliver Spencer



Oliver Spencer

Oliver Spencer

Oliver Spencer

Freeman Sporting Club



Cutler and Gross



Maison Kitsune

Raleigh Denim



Oliver Spencer



Richard James

BE BOLD!

BƯỚC RA KHỎI NHỮNG RANH GIỚI RÀO CẢN ĐỂ THỎA SỨC THỬ NGHIỆM SỰ MỚI MẸ VÀ TƯƠI MỚI CÙNG NHỮNG MÀU SẮC RỰC RỠ CÁ TÍNH ĐẶC TRƯNG MÙA HÈ NHƯ ĐỎ TƯƠI, VÀNG HOÀNG KIM, XANH HOÀNG GIA... LÀ MỘT TRẢI NGHIỆM TƯƠNG ĐỐI TÁO BẠO ĐỐI VỚI CÁC QUÝ ÔNG. TUY NHIÊN, ĐÂY CHẮC CHẮN LÀ MỘT CUỘC CHƠI KHÔNG MẤY DỄ DÀNG!

- Hãy bắt đầu bằng những item đơn sắc trước và làm dịu bớt ấn tượng quá bắt mắt của chúng bằng cách cân bằng tổng thể trên những gam màu cơ bản trầm ổn hơn như trắng, be, đen.
- Phụ kiện cũng là một trong những items thú vị và không quá táo bạo để chàng bắt đầu với cuộc chơi màu sắc.
- Nếu đã đủ tự tin, đừng quên nguyên tắc mix các màu ấn tượng chính là sự tương phản
- Một bữa tiệc mùa hè, một chuyến dã ngoại trên biển... là những dịp thích hợp để sử dụng những gam màu rực rỡ này thay vì là đến một cuộc họp hay hẹn hò lần đầu tiên.

(LOOK 2)



TISSOT

SWISS WATCHES SINCE 1853

GIẢM



**Hàng hiệu giá rẻ
Vui vẻ nhận quà!**



Vali du lịch cao cấp



Dù xếp tiện lợi



Dây đồng hồ ZRC của Pháp



Pin đồng hồ Reneta của Thụy Sĩ

CƠ HỘI

DUY NHẤT

TRONG NĂM

Từ 19/06 đến 02/07/2015
hoặc đến khi hết hàng khuyến mãi



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: **SÀI GÒN** - Saigon Center - 65 Lê Lợi, Q.1 (38213231) • Vincom Center - 70 Lê Thánh Tôn, Q.1 (39939099) • Vincom Center - 216 Võ Văn Ngân, Q.Đ. (37223433) • Union Square - 116 Nguyễn Huệ, Q.1 (38257739) • Diamond Plaza - 34 Lê Duẩn, Q.1 (38227884) • Parkson Saigon Tourist - 35 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38277578) • Parkson CT Plaza - 60A Trường Sơn, Q.Đ. (62971819) • Maximark 3C - Ba Tháng Hai, Q.10 (38328991) • Maximark - 15 Cộng Hòa, Q.Đ. (39483327) • Tân Tân - 48 Lê Lợi, Q.1 (38272067) • Mạnh Thắng - 728 Lê Lợi, Q.1 (38220465) • Tic Tac - 72 Đồng Khởi, Q.1 (38293392) • TDC - 393 Điện Biên Phủ, Q.3 (39290685) • Minh An - 867 Nguyễn Trãi, Q.5 (38554549) • PNJ - 174 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38247311) • PNJ - 5 An Dương Vương, Q.5 (38302399) • PNJ - 159 Phan Đăng Lưu, Q.Đ. (39900489) • PNJ - 52 Nguyễn Văn Trỗi, Q.Đ. (38441212) • PNJ - 362A Nguyễn Văn Nghi, Q.Đ. (38954597) **HÀ NỘI** - Vincom Megamall Times City - 458 Minh Khai, Q.Đ. (32001400) • Vincom Megamall Royal City - 72A Nguyễn Trãi, Q.Đ. (62620560) • Duy Anh Watch - 7 Hàng Khay, Q.Đ. (66566660) • Vincom Center - 191 Bà Triệu, Q.Đ. (22200268) • Savico Megamall - 7 Nguyễn Văn Linh, Q.Đ. (62550099) • Lotte Center - 54 Liễu Giai, Q.Đ. (32676555) • Lotte Mart - 229 Tây Sơn, Q.Đ. (38539966) • Duy Anh Watch - 200A Phố Huế, Q.Đ. (22148336) • New Watch 37 - Hàng Khay, Q.Đ. (39344865) **VINH** - Big C Vinh - 2 Quang Trung (3596226) **ĐÀ NẴNG** - Big C Vinh Trung Plaza - 225 Hùng Vương (3666066) • Indochina Riverside Mall - 74 Bạch Đằng (3843818) • PNJ - 123 Hùng Vương (3812618) **QUY NHƠN** - PNJ - 334 Trần Hưng Đạo (3812590) **NHA TRANG** - Nha Trang Center - 20 Trần Phú (6516666) **VŨNG TÀU** - Đại Hùng - 228 Bàu, P.3 (3530085) **BIÊN HÒA** - PNJ - 482 Phạm Văn Thuận (3811818) **SERVICE CENTERS** - Sun Wah Tower - 115 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM (3821 9279) • Maximark 3/2 - 3C Ba Tháng Hai, Q.10, TP.HCM (3832 8991)



SARAH JESSICA PARKER RA MẮT BỘ SƯ TẬP GIÀY CÔ DÂU

Nàng Carrie Bradshaw trong "Sex and the City" có gu thời trang ấn tượng và thú vị bao nhiêu thì Sarah Jessica Parker (SJP) ngoài đời cũng là một hình mẫu của phong cách và đẳng cấp là vậy. SJP vừa cho ra mắt Bộ sưu tập giày cưới hiện đang được bán trên các trang web bloomingdales.com, nordstrom.com, zapposcouture.com. Các tín đồ thời trang sẽ tìm thấy trong bộ sưu tập này những đôi giày pump chất liệu satin đính trang sức với những màu sắc khác nhau: từ xanh lá cây nhạt, xanh da trời neon đến màu mận tím. Sự đáng yêu của chúng làm gợi nhớ tới đôi giày Manolo Blahnik "huyền thoại" trong cảnh phim Carrie Bradshaw kết hôn với Mr. Big. Riêng mẫu giày ren màu kem ở trên gót giày có gắn dải ruy-băng màu xanh nhạt. Trả lời trong một cuộc phỏng vấn gần đây với trang web nổi tiếng Martha Stewart Weddings, Sarah cho biết nếu được chọn lại, cô sẽ không mặc một chiếc váy đen trong đám cưới của mình, thay vào đó sẽ là một chiếc váy màu kem bằng vải taffeta hoặc satin với thân trên bó và phần chân váy xòe rộng kiểu Oscar de la Renta, vừa truyền thống nhưng vẫn rất hiện đại.



EMMA HILL THÀNH LẬP THƯƠNG HIỆU MỚI

2 năm kể từ khi rời vị trí Giám đốc sáng tạo của thương hiệu Mulberry, nhà thiết kế nổi tiếng Emma Hill vừa tuyên bố sẽ cho ra mắt dòng phụ kiện của riêng cô với tên gọi "Hill & Friends" vào tháng 9 năm nay trong khuôn khổ Tuần lễ thời trang London, theo nguồn tin từ Women's Wear Daily. Các sản phẩm sẽ được bán trực tuyến ngay sau đó trên Net-A-Porter và trang web của thương hiệu. Đây là kết quả của sự cộng tác giữa Emma Hill và Georgia Fendley, Giám đốc thương hiệu cũ của Mulberry. Emma và Georgia đồng thời đang có kế hoạch thành lập hai cửa hàng bán lẻ tại London và New York. Hill & Friends hiện thuộc sở hữu chính của Hill và Fendley, dự định trong tương lai không xa sẽ cho ra đời dòng thời trang ứng dụng ready-to-wear. Thông tin này được đưa ra khi mà chỉ còn gần một tháng nữa, Mulberry sẽ chính thức bổ nhiệm Johnny Coca vào vị trí Giám đốc sáng tạo mới, với hi vọng anh sẽ tạo ra được những It Bags tiếp theo như những gì đã làm được tại thương hiệu cũ Céline.



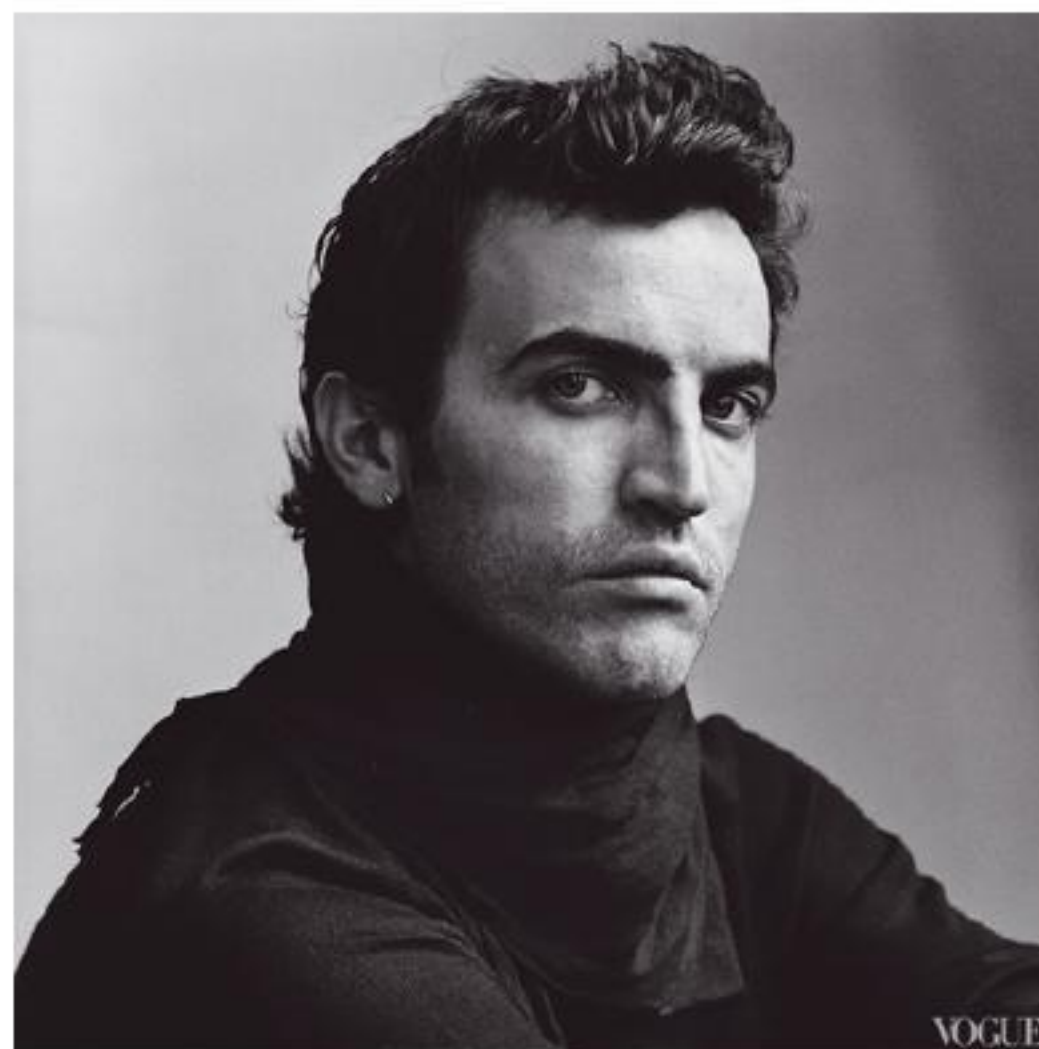
MARY-KATE VÀ ASHLEY OLSEN THẮNG LỚN TẠI CFDA 2015

Mary-Kate và Ashley Olsen một lần nữa chiến thắng ở hạng mục womenswear (Thời trang nữ) tại Giải thưởng của Hội đồng các nhà thiết kế thời trang Hoa Kỳ (CFDA Awards) với thương hiệu mang tên The Row. Cặp sinh đôi lần đầu giành được danh hiệu này vào năm 2012. Năm ngoái, họ cũng đã mang về giải thưởng CFDA cho dòng thời trang phụ kiện của mình. Chiến thắng năm nay đặc biệt có ý nghĩa với Mary-Kate và Ashley khi ứng cử viên cho danh hiệu này đều là những "đối thủ" nặng ký như Proenza Schouler, Michael Kors, Marc Jacobs và Joseph Altuzarra. Giải thưởng CFDA ở hạng mục menswear (Thời trang nam) đã thuộc về Tom Ford, Giải thưởng phụ kiện được trao cho Tabitha Simmons trong khi giải Biểu tượng thời trang (Fashion Icon Award) đã thuộc về Pharrell Williams. Giải thưởng Swarovski dành cho Tài năng thiết kế trẻ thuộc về Rosie Assoulin (womenswear) và Hood by Air (menswear) trong khi thương hiệu túi xách liên tục gây sốt trong thời gian vừa qua Mansur Gavriel giành được giải thưởng này ở hạng mục Phụ kiện (Accessories). Lễ trao giải năm nay có sự tham gia của những người mẫu hàng đầu như Karlie Kloss, Coco Rocha, Hilary Rhoda, Liya Kebede, Hanne Gaby Odiele, Aymeline Valade và Gigi Hadid cùng dàn sao hạng A như Kim Kardashian, Kanye West, January Jones và Katie Holmes.



THE TRUE COST – KHI FAST FASHION BỊ ĐƯA RA PHÁN XÉT

Mùa hè này hãy đón xem “The True Cost”, một bộ phim xoay quanh những thiệt hại và hậu quả đau xót, những câu chuyện thương tâm từ vụ sập tòa nhà Rana Plaza chứa 5 xưởng dệt may tại Dhaka, Bangladesh đã khiến 1.130 công nhân thiệt mạng vào năm 2013. Đây được coi như thảm họa tồi tệ nhất từng xảy ra đối với ngành công nghiệp dệt may toàn cầu. Bộ phim được đạo diễn bởi Andrew Morgan, xuất phát từ ý tưởng của nhà hoạt động vì thời trang sinh thái (eco-fashion activist) Livia Firth (vợ của nam diễn viên người Anh Colin Firth), nhằm lên án cái mà cô gọi là “tội ác của fast fashion (thời trang “ăn liền”)”. Chia sẻ về bộ phim, đạo diễn Morgan cho biết “Tôi hi vọng bộ phim sẽ là một lời nhắc nhở về sự cần thiết của việc đấu tranh cho một thế giới nhân văn và tốt đẹp hơn.” Còn nhà thiết kế Tom Ford thì dành tặng bộ phim đánh giá 5 sao, với lời nhận xét “Tôi thực sự xúc động khi xem phim và tôi nghĩ sẽ thật nhẫn tâm nếu ai đó không cảm nhận được điều này. Bộ phim thật tuyệt vời.” Trong phim còn có sự tham gia của nhà thiết kế nổi tiếng người Anh Stella McCartney. Để biết thêm thông tin chi tiết về “The True Cost”, hãy truy cập trang web truecost-movie.com.



LOUIS VUITTON LỘT VÀO DANH SÁCH 20 THƯƠNG HIỆU ĐÁNG GIÁ NHẤT

Theo danh sách bình chọn “100 thương hiệu đáng giá nhất thế giới” mới đây của tạp chí Forbes, Louis Vuitton (đứng ở vị trí thứ 14) là cái tên duy nhất đại diện cho ngành công nghiệp thời trang lọt vào top 20. Hầu hết các thương hiệu đứng đầu trong danh sách này là các công ty, tập đoàn công nghệ danh tiếng như Apple, Microsoft, Google. Trong tháng 2 vừa rồi, tập đoàn LVMH đã bày tỏ lời khen ngợi dành cho Giám đốc sáng tạo mới của Louis Vuitton, Nicolas Ghesquière bởi thành công của những show diễn trong năm 2014 và các sản phẩm mới đã góp phần thúc đẩy doanh số tăng nhanh trong thời gian vừa qua. Đứng ngay sau Louis Vuitton trong danh sách này là tập đoàn thời trang high-street tới từ Thụy Điển H&M ở vị trí thứ 33. Quý đầu năm 2015 cho thấy những thành công thương mại đáng kể của H&M: hãng này đạt lợi nhuận 284 triệu bảng Anh, tăng 36% so với năm ngoái. Lọt vào danh sách “World’s 100 most valuable brands” còn có các thương hiệu thời trang như: Gucci (ở vị trí thứ 42), Hermès (thứ 51), Cartier (thứ 55), Zara (thứ 58), Coach (thứ 63), Rolex (thứ 65), Prada (thứ 74), Chanel (thứ 85), Ralph Lauren (89) và Target (thứ 92).

ĐỘI NGŮ NHÀ THIẾT KẾ TRẺ GIÀNH GIẢI THƯỞNG BFC FASHION TRUST 2015

Ngày 5/6 vừa rồi, giải thưởng BFC Fashion Trust 2015 của Hội đồng thời trang Anh Quốc (BFC) đã được trao cho đồng loạt 9 nhà thiết kế tới từ các thương hiệu David Koma, Emilia Wickstead, Holly Fulton, Marios Schwab, Mother of Pearl, Palmer/Harding, Prism, Sibling và Sophia Webster, một điều chưa từng xảy ra đối với BFC Fashion Trust từ trước đến nay. Giải thưởng bao gồm một dự án tài trợ cả về tài chính lẫn hỗ trợ chuyên môn cho các nhà thiết kế với tổng trị giá lên tới 300.000 bảng Anh. “Đây đều là những thương hiệu thời trang đang thực sự lớn mạnh và điều này ngày một góp phần khẳng định danh tiếng của nước Anh như một cái nôi của sự sáng tạo,” bà Caroline Rush CBE, Tổng Giám đốc BFC đã phát biểu. Một chương trình hỗ trợ tài năng trẻ khác mang tên Graduate Traineeship Programme giúp các sinh viên tốt nghiệp Đại học hoặc Thạc sĩ có được vị trí làm việc một năm tại các thương hiệu tham gia Tuần lễ thời trang London cũng đã được công bố tại Lễ trao giải BFC Fashion Trust 2015. Trong danh sách những người chiến thắng trước đây của Giải thưởng này bao gồm những cái tên đang rất “hot” trong làng thời trang thế giới hiện nay như Christopher Kane, Mary Katrantzou và Jonathan Saunders.



EDITOR'S picks

Ai dám bảo denim không thể trở nên đắt giá?

1. Được làm từ nhựa crylic đen xử lý tinh tế, thiết kế vòng cổ của *Sarah Angold Studio* mang đến hiệu ứng thị giác đầy cá tính độc đáo.

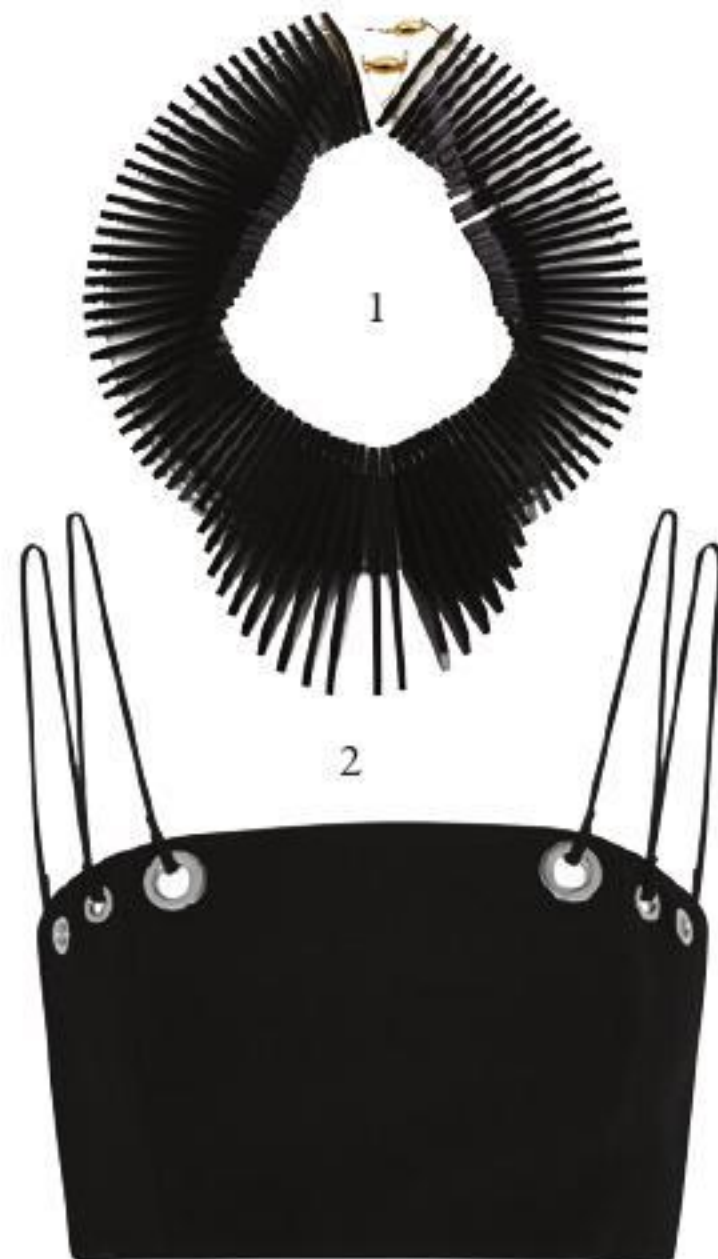
2. Một chiếc crop top như của *Mugler* là lựa chọn hoàn hảo để tổng thể trang phục trong chớp mắt đã có thể trở nên casual. Tuy nhiên với những chi tiết đóng kim loại đơn giản mạnh mẽ, thiết kế từ sà len Xuân hè 2015 này hoàn toàn không hề nhàm chán.

3. Chân váy bút chì (*pencil skirt*) denim của *Tibi* mang đầy đủ tinh thần của xu hướng bất đối xứng trên váy của mùa hè 2015. Nhẹ nhàng, đơn giản nhưng tinh tế và lịch thiệp.

4. *Fleur de Portofino* của *Tom Ford* là khúc ca mùa hạ sống động, tươi mát của những khu vườn Địa Trung Hải với hoa keo trắng, mật ong và chanh tươi.

5. *Petite malle* của *Louis Vuitton* chắc chắn là chiếc clutch gây si mê không ít tín đồ thời trang trong năm qua. Ở sà len Thu đông 2015, *petite malle* xuất hiện với sự kết hợp trên denim, mang đến một cảm nhận hoàn toàn mới cho chất liệu vốn dĩ được xem là "bình dân" này. Giờ đây ai dám bảo sự trẻ trung không thể đồng thời trở nên sang trọng?

6. *Marni* trở nên táo bạo và phá cách hơn hẳn với xu hướng giày hè 2015: *chunky platform*. Nhưng sự nữ tính mềm mại của thương hiệu vẫn được thổi hồn rõ nét qua các chi tiết hoa đắp da duyên dáng.



EDITOR'S picks

*Khi Boho-chic trở thành
nguồn cảm hứng...*

1. Áo lụa chiffon thêu và đính cườm tinh xảo của *Needle & Thread* là thiết kế tưởng như đơn giản lại hoá ra vô cùng cầu kì khi mọi vẻ đẹp đều tập trung vào các hoạ tiết 100% được làm bằng tay đầy giá trị.

2. Chân váy maxi của *Delpozo* trên nền lụa organza cao cấp thể hiện đầy đủ tinh thần nữ tính sang trọng bậc nhất của thương hiệu.

3. Với một tổng thể cầu kỳ và đã có không ít điểm nhấn như thế này thì một đôi khuyên tai hay nhẫn đơn giản nhưng tinh xảo độc đáo trong bộ sưu tập *Meridian* của *Prima Gold* là vừa vặn

4. Cuối cùng, nhất định không thể thiếu chính là son đỏ. Ví dụ như màu *Red Indocile* của *Yves Saint Laurent Rouge Volupte Shine*.

5. Được làm từ da cừu qua xử lý tinh tế, tô điểm ấn tượng bằng một con bướm được thêu tay và đính cườm điêu luyện, chiếc clutch này của *Chanel* nằm trong bst *Métiers d'Art Paris- Salzburg 2014/15*.

6. Thông thường trong những bộ mix thế này, một đôi giày cao gót là hoàn hảo, tuy nhiên, nếu bạn có chiều cao tương đối thì giày chiến binh thấp màu nude của *Chloé* sẽ thực sự mang đến cảm giác tự do của phong cách Boho-chic.



ĐÔI MÔI hoàn hảo



Son MAC Flat Out Fabulous (màu sáng).
Giá: 520.000 VND



Son MAC Heroine (tím).
Giá: 520.000 VND



Son MAC Men Love Mystery (màu tím lavender).
Giá: 520.000 VND



Son MAC Ruby Woo (đỏ đậm).
Giá: 520.000 VND

1. Rất nhiều người thích hiệu ứng son bột không bóng. Để mọi loại son đều có thể trở thành son bột (*matte*), sau khi thoa son, hãy áp nhẹ một miếng giấy ăn mỏng vào môi. Chấm cọ vào phần powder dạng trong suốt (*translucent powder*), sau đó dặm cọ vào miếng giấy đang áp lên môi để phần son bóng bị hút đi.

2. Muốn tự pha màu son một cách ngẫu hứng? Hãy hoà trộn *pigment* và dưỡng môi *lip conditioner* để tạo ra bất cứ màu gì mà bạn muốn. Mua hai món đồ này ở đâu? Đến ngay showroom mỹ phẩm M.A.C gần nhất.

3. Thoa son trước, kẻ liner sau. Điều này giúp bạn nhìn thấy chính xác khu vực nào ở viền môi cần hỗ trợ với đường kẻ. Chọn viền môi mềm có màu tiếp với màu son. Tip này cũng giúp màu liner và màu son mờ dần với nhau, tránh việc son mờ trước, liner ở lại và tạo ra một hình viền rõ rệt quanh môi.

4. Để giúp son lâu phai: thoa son, dặm nhẹ môi vào giấy tissue. Dùng cọ thoa một lớp powder trong suốt lên môi. Tô son lần thứ hai.

5. Không cần thoa son bóng toàn bộ môi. Một chút son bóng ở chính giữa môi sẽ mang lại hiệu quả tuyệt vời cho đôi môi căng mọng, đầy sức sống.



Chance Eau Vive Eau de Toilette
Giá: 3.451.000 VND/100ml

Chance Eau Tendre Eau de Toilette
Giá: 3.451.000 VND/100ml

Chance Eau Fraiche Eau de Toilette
Giá: 3.451.000 VND/100ml

Chance Eau de Toilette
Giá: 3.451.000 VND/100ml

Chance eau vive

Đây là mùi hương mới nhất trong dòng "Chance" của Chanel, sau Chance, Chance Eau Fraiche và Chance Eau Tendre. Hương bưởi, hiện hữu từ những phiên bản CHANCE đầu tiên, mang tới chút chất đầy ngạc nhiên. Thường biến mất nhanh chóng, nhưng với Chance Eau Vive, hương bưởi lưu lại trên da và hòa quyện với phức hợp cam bưởi đỏ. Những trái cây họ chanh mang lại cho mùi hương sự tươi mát và đầy năng lượng.

Dần dần, bạn có thể khám phá hoa nhài và xạ hương trắng, những mùi hương chính trong dòng Chance, trước khi mùi cỏ hương bài kết hợp cùng phức hợp diên vĩ - tuyết tùng, gợi chút vang vọng xa xăm của hương bưởi.

Dưỡng trắng da tính năng



Shiseido White Lucent All Day Brightener = Dưỡng trắng + kem lót + chống nắng. Với

công nghệ tiên tiến nhất Timed Delivery, các viên nang chứa thành phần làm trắng sẽ dần bung tỏa theo từng thời điểm trong ngày, duy trì hiệu quả dưỡng trắng da liên tục trong suốt 24 tiếng đồng hồ.

Giải nhiệt làn da VIRGIN MÓJITO

Có gì mới ở sưu tập Virgin Mojito của The Body Shop?

Dưỡng ẩm: Cung cấp cho làn da mùa hè một thức uống với tác dụng thủy hoá da, thật mượt mà với Body Sorbet.
Giá: 499.000 VND

Làm sạch: Tẩy sạch lớp kem chống nắng cứng đầu và mang đến độ dịu mát cho da với Body Scrub
Giá: 750.000 VND

Tận hưởng cơn lốc độ ẩm suốt 24 giờ với Body Butter không nhờn dính và không rít.
Giá: 619.000 VND

Hương thơm mùa hè với Body Splash lấy cảm hứng từ một bãi biển Nam Mỹ với cảm giác mát lạnh sảng khoái.
Giá: 769.000 VND



Nền trong suốt

Hai lựa chọn thú vị dành cho những ai muốn một lớp nền mỏng nhẹ trong suốt trong những ngày hè chói nắng.

VDL Real Skin Foundation: Kem nền với công thức mỏng nhẹ, độ bám cao đem lại làn da hoàn hảo như không hề trang điểm.
Giá: 749.000 VND

Bourjois – Paris Nude Sensation: Kem nền với kết cấu mới nhẹ nhàng và mềm mịn, cho hiệu ứng làm mờ tự nhiên.
Giá: 490.000 VND



Quà tặng NASHI

Dầu gội 500ml



Dầu xả 500ml



Tinh dầu 100ml



Cơ hội nhận được bộ quà tặng NASHI trị giá 2.500.000 VND (dầu gội 500ml, dầu xả 500ml, tinh dầu 100ml). Hãy chụp lại trang báo này rồi share lên Facebook của bạn, để hashtag #StyleMagazine và like nhiều nhất. Độc giả nào có lượng share và like nhiều nhất sẽ nhận được phần quà này.

LE LABO BERGAMOTE 22

Điểm cộng: Mùi hương của vỏ cam quýt kết hợp với các loài hoa trắng để tạo ra một hương thơm tươi tắn tuyệt diệu với các note xanh rất đặc trưng. Thích hợp cho mùa hè.

DIOR DIORSKIN AIRFLASH SPRAY FOUNDATION

Điểm cộng: Phần nền dạng xịt độc đáo, cho lớp nền mượt mà tự nhiên. Thuận tiện để sử dụng nhanh gọn. Giữ màu rất lâu.

SKINCEUTICALS BLEMISH PLUS AGE DEFENSE ACNE TREATMENT

Điểm cộng: Một sản phẩm được đánh giá rất cao trong việc phục hồi da lão hoá do mụn (sần, lỗ chân lông to, vết thâm). Pha trộn các thành phần tích cực của AHA và BHA, loại serum không dầu này là lựa chọn tối ưu nếu da bạn không hoàn hảo.

BOSCIA CHARCOAL DEEP-PORE CLEANSING STICK TREATMENT

Điểm cộng: Sự kết hợp của than hoạt tính, acid glycolic và chiết xuất từ lá Atisô, giúp hấp thụ độc tố và tạp chất, giải độc lỗ chân lông, giúp da sáng mịn màng hơn. An toàn, lành tính.

EDITOR'S PICKS

Dù ánh nắng đã dịu đi, nhưng nhu cầu trang điểm mỏng nhẹ và dưỡng ẩm với những loại gel trong suốt vẫn lên ngôi. Một xu hướng khác: skincare "tối giản" dành cho những làn da nhạy cảm, không thể sử dụng được bất cứ loại dưỡng nào khác. Nếu bạn còn phân vân, hãy thử xem các lựa chọn của chúng tôi.

LANCÔME SHINE LOVER

Giá: 750.000 VND

Điểm cộng: Kết cấu giàu dinh dưỡng và độ ẩm cung cấp một làn môi căng mịn, với hệ thống màu sắc phong phú, tươi tắn, tím, đỏ cam, đỏ tươi...

VDL BEAUTY METAL CUSHION FOUNDATION

Giá: 1.199.000 VND

Điểm cộng: Ngoài những ưu điểm quen thuộc của dòng Cushion, loại phấn này còn có khả năng tăng bắt sáng cho gương mặt và giúp duy trì lớp nền tươi sáng, bền màu suốt 24 giờ.

MAC SUPERSLICK LIQUID EYE LINER

Giá: 570.000 VND

Điểm cộng: Kẻ mắt màu vàng đồng ánh ngọc trai cực kỳ ấn tượng, thích hợp cho tiệc tối mùa hè với phong cách Disco sôi động.

MURAD CLARIFYING WIPES FOR BLEMISH-PRONE SKIN

Giá: 561.000 VND

Điểm cộng: Khăn lau tẩy trang dành cho da mụn, tẩy sạch các lớp bụi bẩn một thuận tiện. Không chứa các chất gây mụn và làm khô da.

Chào hè với làn da *sáng đẹp rạng rỡ*

ĐẾN VỚI PPP, BẠN KHÔNG CẦN LO NGẠI VỀ NHỮNG VẤN ĐỀ DA DO CÁC TÁC NHÂN MÔI TRƯỜNG GÂY RA TRONG NHỮNG CHUYẾN DÃ NGOÀI DÀI NGÀY TRONG MÙA HÈ NÀY.

Công nghệ loại bỏ tạp chất bằng laser được chứng nhận an toàn từ năm 1992, Dr. Goh Seng Heng cùng các cộng sự đã bắt tay vào nghiên cứu "**Công nghệ làm sạch da cải tiến bằng Laser kết hợp**" phù hợp cho mọi loại da, không chỉ điều trị từng vấn đề da riêng biệt mà còn giúp hoàn thiện làn da sạch, mịn và duy trì nét tươi trẻ tự nhiên. Công nghệ làm sạch da bằng tia laser của PPP ra đời giúp mọi người có thể tiếp cận công nghệ này với mức độ an toàn tuyệt đối và có cái nhìn mới về phương pháp chăm sóc và điều trị da bằng Laser.

Chỉ với 5 phút trị liệu bằng phương pháp tiên tiến của PPP, ánh sáng Laser sẽ giúp bạn cải thiện các vấn đề về da: Mụn, sắc tố da (sạm, nám, tàn nhang) và lỗ chân lông to, mang lại làn da khỏe đẹp hoàn hảo.



PPP LASER CLINIC

Tặng ngay liệu trình trị liệu da

10.950.000 VND

Từ: 30/06 - 31/07/2015

Bạn biết gì về MASCARA?

Thành phần gì tạo ra hỗn hợp lỏng sệt tối màu trong ống MASCARA mà bạn thường sử dụng?

1. Sắc tố: Carbon đen là thành phần tạo ra màu đen cho mascara (các thành phần từ than đá và hắc ín đã bị cấm). Để tạo ra màu nâu, người ta cho thêm oxit sắt. Đôi khi, sắc tố xanh ultramarine blue cũng được thêm vào để tạo độ óng cho mascara.

2. Sáp: Sáp ong, sáp parafin, sáp carnauba – các thành phần này giúp tạo ra một lớp màng bao bọc lấy lông mi để các sắc tố bám lên.

3. Dầu: Dầu hạt lanh, dầu thầu dầu, dầu khuynh diệp, lanolin, dầu nhựa thông, dầu mè... Dầu giúp giữ độ ẩm của mascara và giúp nó dễ áp dụng lên mi.

4. Dodecane: Chất chống thấm giúp mascara không bị trôi.



CHỌN ĐẦU CỌ THEO NHU CẦU

ĐẦU CỌ DẠNG THẲNG: Đầu cọ dạng thẳng với lông cọ được sắp xếp theo kiểu truyền thống vẫn luôn bán rất chạy trên thị trường dù nhiều kiểu mascara mới đã ra đời. Đơn giản vì chúng dễ sử dụng và thuận tiện, cho phép chuốt mi một cách dễ dàng. Đầu cọ thẳng cũng có thể thay đổi nhiều góc độ để việc chuốt mi được thuận tiện hơn.

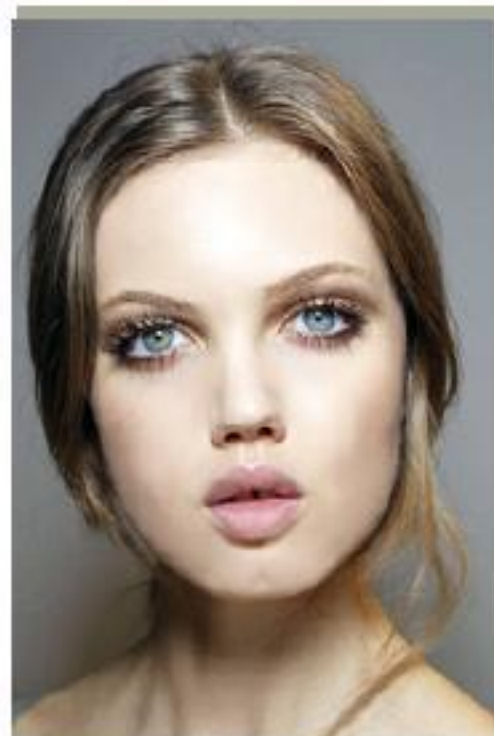
ĐẦU CỌ DẠNG CONG: Được thiết kế dành cho những ai mong muốn tăng cường độ cong hoàn hảo của mi và giúp thuận tiện để chuốt ở các góc mi vốn uốn theo đường cong của mắt.

Đầu cọ dạng lược: Được thiết kế như răng lược để tránh việc lông mi vón cục trong khi vẫn giữ được độ dài, độ dày và độ cong của mi.

ĐẦU CỌ HÌNH CẦU: Giúp bạn linh hoạt khi chuốt mi theo tất cả những cách mà bạn thích. Tuy nhiên kỹ năng sử dụng phức tạp hơn và mất thời gian hơn so với mascara truyền thống khi bạn xoay cọ để chuốt mi.

ĐẦU CỌ CAO SU: Thay vì chất liệu lông hoặc sợi như bình thường, đầu cọ bằng cao su với các sợi tách rời rất thích hợp cho những ai không thích hàng mi quá dày dặn. Đầu cọ cao su kém hơn đầu cọ lông hoặc sợi về độ dày, độ dài mi nhưng có ưu điểm tự nhiên và không vón cục.

LỰA CHỌN CỦA CHÚNG TÔI



Dày đậm ->
Giorgio Armani Eyes to Kill Mascara. Mật độ dày của sợi cọ giúp tạo ra hàng mi dày đầy đặn.



Dài đậm + dễ dàng, nhanh chóng ->
Lancôme Grandiose. Chiếc cọ có hình dáng hoàn hảo, dễ dàng thích ứng với toàn bộ đường cong của mắt chỉ bằng động tác xoay cổ tay.



Shu Uemura Ultimate Natural Mascara. Thiết kế hình ống thẳng cổ điển, chiếc mascara này tạo ra những sợi mi dài mềm mại tự nhiên.



Dài ấn tượng ->
Benefit They're Real Mascara. Mi dài và cong một cách ấn tượng như sau khi trang điểm chuyên nghiệp với mi giả.

REVLON CUSTOMEYES MASCARA

GIÁ: 419.000 VND

Sản phẩm Mascara đầu tiên có thể điều chỉnh độ dày thưa của lông chài.

THE BODY SHOP BIG AND CURVY WATERPROOF BLACK MASCARA.

GIÁ: 540.000 VND

Loại mascara làm dày mi này không trôi, không lem và không nhòe. - Lông mi trông dày và cong hơn - Cây cọ tiên tiến được thiết kế để bao phủ hoàn hảo sợi mi từ gốc đến ngọn.

SHISEIDO MAKE UP PERFECT MASCARA FULL DEFINITION.

GIÁ: 650.000 VND

Mascara mang lại độ dày và độ cong hoàn hảo, những sợi bao phủ hình sao giúp bám chặt vào sợi mi, định chúng theo cùng một hướng, trong khi vừa làm dài, làm dày giúp tạo nên vẻ mượt mà, không bị vón cục.

MASCARA CLÉ DE PEAU BEAUTÉ

GIÁ: 980.000 VND

Hàng mi dày tự nhiên, mượt mà.

REVLON DOUBLETWIST™ MASCARA

GIÁ: 319.000 VND

Thiết kế cọ cải tiến giữa lông chài dày làm dài mi, lông chài thưa tách mi tự nhiên, mang lại làn mi dày, dài cong tuyệt đối nhưng thật tự nhiên.

ART DECO

GIÁ: 645.000 VND

All in One Mascara. Sáp Carnauba giúp nuôi dưỡng và tăng sự mềm mượt cho lông mi. Công thức đặc biệt duy trì độ bền của lớp mascara.

LANCÔME HYPNÔSE STAR

GIÁ: 770.000 VND

Đầu cọ mới 2 mặt chuẩn xác, mặt phẳng: giúp làm dày, chống vón cục và định hình độ cong của làn mi. Mặt xiên: giúp tách rời và làm dày lại một lần nữa từng sợi mi.

BOURJOIS - PARIS MASCARA 1 SECOND

GIÁ: 360.000 VND

Phiên bản Ultra Black siêu đen của Bourjois ra đời khẳng định cá tính táo bạo, dám thể hiện, thu hút mạnh mẽ mọi ánh nhìn.

HITECH trong phòng tắm

Ai nói phụ nữ là những kẻ lạc hậu về hitech thì cần phải xem lại. Từ cơn sốt điên rồ của máy rửa mặt Clarisonic, những thiết bị cầm tay công nghệ cao đã phát triển thành một ngành công nghiệp có giá trị 2,3 tỷ USD trên toàn thế giới.



1 - TẨY DA CHẾT

THIẾT BỊ: PMD Personal Microderm

Với PMD Personal Microderm – thiết bị tẩy da chết tại nhà, làn da sẽ trở nên sạch và sáng hơn một cách tổng thể. Thiết bị này có các đĩa xoay với kích cỡ khác nhau và ba mức độ mạnh, sâu và nông, phù hợp với từng tình trạng da. Không chỉ tẩy da chết, PMD còn có đầu hút các tế bào da chết ngay khi chúng bong khỏi da. Thiết bị này gần như là một trị liệu mài mòn microdermabrasion chuyên nghiệp, chỉ khác là bạn không cần phải đến spa. Sau khi sử dụng từ 1-2 lần/tuần, bạn sẽ thấy da nhìn sáng hơn, sạch hơn và đều màu hơn. Thận trọng với da mỏng, mẫn cảm.

ĐÁNH GIÁ: Da tôi ứng đỏ từ 1-3 tiếng sau khi sử dụng. Tôi thoa ngay kem dưỡng ẩm sau khi dùng để làm dịu da vì đây là lúc da hấp thụ dưỡng chất dễ dàng nhất. Da nhìn đều màu hơn và sạch hơn, ngoài ra không có tác dụng gì quá đặc biệt. Tôi không phải mất tiền đi mua các loại kem tẩy da chết khác nữa. Mất rất nhiều thời gian để đọc kỹ hướng dẫn sử dụng và chọn cho mình loại đĩa phù hợp. Tôi có da thường nhưng vẫn chọn loại đĩa xanh da trời dành cho da nhạy cảm để “làm quen” và có cảm giác an toàn hơn.

2- CHỐNG LẠI CELLULITE

THIẾT BỊ: Riiviva Microderm

Cellulite là tình trạng kém săn chắc, chảy sệ và sần da do mỡ tích tụ ở các vùng hông, mông, đùi... Cellulite xảy ra với cả người béo lẫn người gầy. Để chống lại Cellulite, bạn cần có một chương trình trị liệu toàn diện và phức tạp từ thực phẩm, tập luyện cho đến massage (massage đúng cách có thể đẩy chất lỏng ra khỏi hạch bạch huyết, làm giảm các dấu hiệu sần da do mỡ tích tụ). Thiết bị Riiviva Microderm ra đời để phục vụ cho mục đích hỗ trợ điều trị Cellulite, với khả năng mài mòn và khả năng kích thích cơ học, giúp tẩy tế bào chết và tác động vào các tế bào mỡ, tăng lưu thông máu. Riiviva Microderm có khả năng làm giảm các triệu chứng Cellulite tạm thời, giúp da mềm mại hơn.

ĐÁNH GIÁ: Tôi hầu như không thấy cải thiện gì trong ngày đầu tiên thực hiện trị liệu với Riiviva Microderm, nhưng ngày hôm sau, làn da ở vùng đùi rõ ràng mượt mà hơn. Hiệu quả này kéo dài khoảng một tuần, cho tới lần trị liệu tiếp theo. Rõ ràng, đấu tranh với Cellulite là vô cùng gian khổ và thiết bị này đã hỗ trợ phần nào cho việc đó (Riiviva Microderm cũng có một đầu dành riêng cho chức năng tẩy tế bào chết, nhưng tôi không nghĩ nó có nhiều tác dụng).

4 - GIẢM MỤN VIÊM

THIẾT BỊ: Baby Quasar Clear Rayz

Công nghệ ánh sáng LED đã được sử dụng nhiều năm trong trị liệu thẩm mỹ. Đây là kỹ thuật quang học thẩm mỹ sử dụng các diode phát quang (LED) với các bước sóng phù hợp cho từng mục đích. "Da mụn thường cần đến ánh sáng LED xanh trong khi da lão hóa chúng tôi sử dụng đèn LED đỏ", Howard Sobel, một bác sĩ da liễu tại thành phố New York cho biết. Các bác sĩ da liễu đã sử dụng đèn xanh để diệt vi khuẩn gây mụn trong nhiều năm, đôi khi, họ cũng sử dụng thêm đèn đỏ cho bệnh nhân mụn để làm dịu viêm. Baby Quasar Clear Rayz kết hợp cả hai loại ánh sáng này: chúng chữa lành mụn, làm dịu và giảm vết thâm trong vài ngày. Hiệu quả hơn nhiều so với việc bạn tự để nốt mụn phát triển tự do.

ĐÁNH GIÁ: Thiết bị không có tác dụng ngăn ngừa mụn mới (đặc biệt với trường hợp mụn do rối loạn nội tiết), nhưng có thể giảm viêm sưng và giúp mụn cũ nhanh lành hơn. Tốc độ mờ vết thâm của tôi không nhanh hơn là mấy (mất ít nhất hai tuần để một vết thâm biến mất), nhưng kết cấu da được cải thiện rõ rệt. Da mềm và mượt mà hơn.

3- GIẢM NHĂN

THIẾT BỊ: Tria Age-Defying Laser

Không giống như các loại laser chống lão hóa khác thường chỉ được sử dụng cho vùng da quanh mắt và môi, Tria Age-Defying Laser hoạt động trên toàn bộ khuôn mặt. Thiết bị này sử dụng các bước sóng tương tự như một số loại laser chuyên nghiệp, nhưng ở mức năng lượng thấp để giảm thiểu các tác hại cho da và không cần vận hành bởi các nhân viên bài bản. Điều đó cũng có nghĩa là Tria Age-Defying Laser cần thời gian lâu hơn để mang lại hiệu quả mong đợi. Trong các nghiên cứu lâm sàng áp dụng cho đối tượng sử dụng Tria năm ngày một tuần trong ba tháng thì: "Khoảng 75 % đã có một sự cải thiện đáng kể về nếp nhăn và đốm nâu," Brian Biesman, một bác sĩ phẫu thuật oculoplastic ở Nashville, người đã tham gia thử nghiệm cho biết.

ĐÁNH GIÁ: Tôi sử dụng thiết bị này ba lần một tuần, mỗi lần năm phút. Sau ba tháng, bạn bè nhận xét trông tôi tươi tắn và có vẻ trẻ hơn. Tôi cảm thấy như bị cháy nắng sau mỗi lần sử dụng (cảm giác này kéo dài một giờ), nhưng rất may nó không sưng đỏ và gây ra các phản ứng nhạy cảm khác.

5 - LÀM SẠCH

THIẾT BỊ: Foreo Luna

Một sự cải tiến mạnh mẽ của máy rửa mặt Clarisonic. Bạn có để ý là khi rửa mặt bằng Clarisonic, bạn thường nghiêng bàn chải để cọ phần dưới của bàn chải vào vùng da khó áp dụng như vùng hàm hay vùng góc má. Thiết bị Foreo Luna với thiết kế đặc biệt không dùng cọ bàn chải mà sử dụng các chấm silicone xếp cạnh nhau. Các chấm silicone được xếp dày ở phía dưới và thưa dần ở phía trên để đáp ứng hai mục đích: làm sạch sâu ở các vùng chữ T và làm sạch nhẹ nhàng hơn ở vùng hàm, trán hay các góc má.

ĐÁNH GIÁ: Một thiết bị tuyệt vời vì tôi không phải thay đầu cọ ba tháng một lần như các máy rửa mặt khác. Đầu cọ silicone của Foreo Luna có thể dùng trong ít nhất là 2 năm, không thấm nước, không tích lũy vi khuẩn. Máy được sạc đầy cho 450 lần sử dụng. Chưa kể thiết kế của Foreo Luna rất thuận tiện khi áp dụng ở các khu vực góc cạnh như hàm hay trán. Da tôi được làm sạch hoàn toàn chỉ với một sữa rửa mặt dịu nhẹ.

Gel

TÔI BIẾT CÓ NHỮNG NGƯỜI DA DẦU KHÁ TUYỆT VỌNG KHI TÌM CHO MÌNH MỘT LỌ KEM DƯỠNG ẨM THÍCH HỢP. BỞI DA HỌ KHÔNG THỂ CHỊU NỔI NHỮNG LOẠI KEM DÀY, MẶC DÙ CHO CHÚNG CÓ TỐT ĐẾN ĐÂU. CHO ĐẾN KHI GEL DƯỠNG ẨM RA ĐỜI.



Philosophy Take a Deep Breath Oil-Free Oxygen Gel Cream Moisturizer



Origins Make A Difference Night Skin Rejuvenating Gel-Cream

Áp dụng kem dưỡng ẩm là công việc thường xuyên như ăn cơm uống nước với phụ nữ đô thị trên toàn thế giới. Không nghi ngờ gì, kem dưỡng ẩm chắc chắn là một trong những sản phẩm dễ mua nhất, bán chạy nhất, phổ biến nhất trong toàn bộ danh mục của skincare. Từ những hãng drugstore như Nivea đến những hãng sang trọng đỉnh cao như Lamer đều gây dựng danh tiếng của mình dựa vào những hộp kem dưỡng ẩm, dù giá thành của chúng cách xa nhau cả vạn dặm. Trước khi kem chống nắng, kem chống nhăn, kem giảm béo và hàng loạt những sản phẩm skincare ngoạn mục khác ra đời, thì kem dưỡng ẩm đã có mặt để phục vụ cho một mục đích nguyên sơ nhưng tối thượng: bảo vệ độ ẩm theo năm tháng.

Ngày nay, có quá nhiều nỗi lo về da, quá nhiều sản phẩm đặc trị dành cho da, nên nhu cầu dưỡng ẩm bỗng trở nên tầm thường. Một lọ kem chỉ thuần túy dưỡng ẩm không thôi chắc chắn sẽ ít hấp dẫn khi đặt cạnh một lọ kem với những công dụng vượt bậc như nâng cơ, giảm nếp nhăn, giảm hắc sắc tố, làm đều màu hay mịn da... Nhưng bất cứ ai hoạt động trong ngành da liễu đều biết tất cả những loại kem đa công dụng trên đều chứa trong nó những thành phần dưỡng ẩm khác nhau, không ít thì nhiều. Kem chống lão hoá, kem làm trắng da, kem nâng cơ... loại kem nào cũng phải hoạt động trên cái nền tảng đầu tiên là cung cấp đủ độ ẩm cho da, sau đó mới đến chỗ cho các thành phần đa năng khác như chống oxy hoá, làm trắng, làm mịn....

Xin nhắc lại một lần nữa, mọi phụ nữ, mọi loại da đều cần dưỡng ẩm, bằng những cách khác nhau. "Khô là nguyên nhân chính của sự lão hoá. Chúng ta đều nói về ánh nắng mặt trời, nhưng lý do lớn cho sự đáng sợ của nó là ánh nắng có thể làm thiệt hại nghiêm trọng đến hàng rào độ ẩm của da", Jeannette Graf, một bác sĩ da liễu tại Great Neck, New York cho biết. "Một khi pháo đài độ ẩm bị hỏng hóc, các gốc tự do và chất gây ô nhiễm sẽ lan tràn trong da và gây ra nhiều thứ phiền phức như nếp nhăn, mụn hay sự thô sần".

Nhưng trong khi dưỡng ẩm là việc quá đơn giản với phần lớn phụ nữ da khô, da thường (bởi có hàng loạt sản phẩm dưỡng ẩm ngoài kia sẵn sàng phục vụ họ) thì với người da dầu, đó lại là một câu chuyện hoàn toàn khác.

Kem dưỡng ẩm là nỗi ám ảnh với người da dầu, với sự dính dấp, nặng nề, khả năng bóng nhờn, khả năng bít tắc lỗ chân lông và cả khả năng gây mụn. "Hầu hết bệnh nhân của tôi đều không ưa cảm giác của kem dưỡng ẩm," Ellen Marmur, một bác sĩ da liễu tại thành phố New York cho biết. Vừa không dùng kem dưỡng ẩm, vừa có xu hướng sử dụng nhiều chất tẩy rửa mạnh, người da dầu đối mặt với một vấn đề oái ăm: một mặt, da họ sản xuất ra nhiều chất bã nhờn hơn (khiến da họ bóng loáng cả ngày), một mặt, hàng rào lipid của họ bị suy yếu gây ra mất nước. Điều này dẫn đến việc thiếu độ ẩm ngày càng trầm trọng hơn ở những người da dầu.



MOISTURE BOUND Refreshing Hydra Gel Oil Free



Chanel Hydra Beauty Gel Creme



Vitamin C Glow Boosting Moisturiser
của The Body Shop



NEUTROGENA® HYDRO
BOOST™ Water Gel



Laneige Water Bank
Moisture Cream ex



Bobbi Brown - Hydrating Eye Cream



Kiehls Ultra Facial Oil
Free Gel Cream

THẾ HỆ MỚI CỦA KEM DƯỠNG ẨM: GEL

Rất may, với sự ra mắt của dưỡng ẩm dạng gel, vấn đề của da dầu đã được giải quyết phần nào. Dưỡng ẩm dạng gel loại bỏ các thành phần sáp, các chất béo, các chất tạo độ đặc vốn là đặc trưng của kem dưỡng ẩm, để tạo ra một kết cấu mềm mại nhẹ nhàng hơn nhiều. “Gel nhẹ hơn, ít dầu và các chất béo hơn dưỡng ẩm truyền thống, dễ thoa đều trên da, thẩm thấu nhanh và không gây nhờn rít”, nhà hóa học mỹ phẩm Randy Schueller nói.

“Các công thức của gel thường dựa trên nước (water based) chứ không phải dựa trên dầu (oil based), do đó, gel thường không để lại một lớp màng mỏng trên da như kem dưỡng truyền thống”, Anna Prilutsky, một giám đốc cấp cao của Johnson & Johnson nói.

Khi gel ra đời, nó khiến nhu cầu dưỡng ẩm cho da dầu trở nên dễ dàng hơn. Nếu bạn có kiểu da này, một lọ sữa rửa mặt, một tuýp chống nắng + một gel dưỡng ẩm có lẽ là tất cả những gì bạn phải mua đầu tiên.

Theo nhà hóa học mỹ phẩm Joseph Cincotta: “Một dưỡng ẩm dạng gel sẽ cung cấp sự hydrat hoá (giữ nước) ngay cho da mà không có sự tập trung của các loại dầu tổng hợp, như silicone, có thể làm tắc nghẽn lỗ chân lông, gây ra mụn và ngăn chặn sự thâm nhập của các thành phần trị mụn khác”. Là sản phẩm gốc nước, gel thường được tạo ra với kết cấu mềm nhẹ nhàng, màu xanh hoặc trắng mờ mát mẻ trong suốt, rất bắt mắt. Gel khô rất nhanh khi thoa lên da, tạo ra sự dễ chịu cho người dùng nó.

Tuy nhiên, gel cũng có vấn đề của riêng nó. Bởi muốn đạt được sự thông thoáng, rất nhiều gel dưỡng ẩm đã bỏ đi các thành phần tạo màng, nhưng điều này chưa hẳn đã tốt. “Một thành phần tạo màng sẽ giúp “khóa” độ ẩm ở lại trong da. Nếu không có thành phần này, nước trong gel sẽ nhanh chóng bốc hơi. Với người da thường, điều này không phải vấn đề lớn vì bản thân da họ có hàng rào lipid tốt sẽ giúp “khóa” độ ẩm lại. Nhưng với người da dầu, hàng rào lipid đang suy yếu, họ nên dùng một loại gel có ít nhất một thành phần tạo màng để làm giúp điều này”, theo nhà hoá học Cincotta. “Do đó, bạn cần một loại gel với một polyme tạo màng có mặt trong list thành phần”.

Nhận diện loại gel này như thế nào? Rất đơn giản. Hãy rà soát list thành phần, bạn chỉ cần tìm kiếm “dimethicone” hoặc “vinyl dimethicone crosspolymer” trong nửa đầu của danh sách. Và đây có thể là loại gel phù hợp với bạn. .

TIPS 1:

Dành cho người da khô

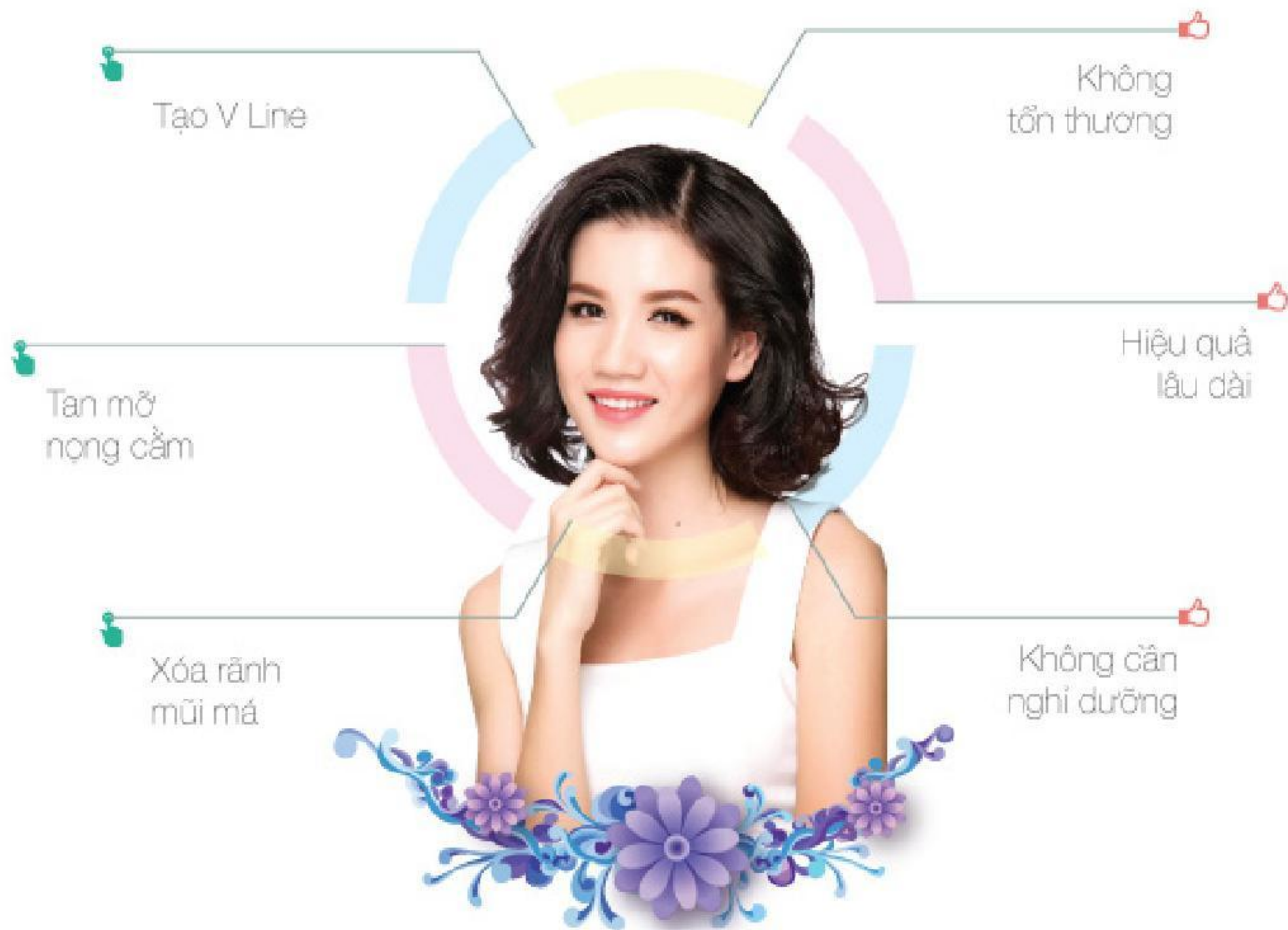
Với người da khô, lớp nền có thể trở nên bột hơn vào buổi chiều. Tẩy trang rồi trang điểm lại hay thoa thêm phấn đều mất thời gian và không hiệu quả. Bạn có thể đổ một chút gel ra bông hoặc ngón tay, vỗ nhẹ lên khu vực phấn bị bột. Vỗ nhẹ liên tục cho đến khi gel trộn đều với phấn và dần trải mỏng ra các khu vực xung quanh.

TIPS 2:

Có thể kết hợp gel với serum/essence để gia tăng hiệu quả giữ ẩm mà không sợ dính nhờn vì serum có kết cấu nhẹ và còn dễ thẩm thấu hơn gel. Thoa serum trước, đợi khoảng 1 phút sau đó thoa tiếp gel, để thành phần của gel hoà trộn vào serum và tăng cường độ ẩm cho da.

CÔNG NGHỆ SỐ 1 THẾ GIỚI

Trẻ hóa & săn chắc da



___ CHỈ SAU **10** PHÚT ___

HIFU ULTHERAPY

(SÓNG SIÊU ÂM HỘI TỤ)

THẾ GIỚI LÀM ĐẸP NHƯ THẾ NÀO?

PHỤ NỮ PHÁP KHÔNG NGẠI ĐỂ DA TRẦN, PHỤ NỮ TRUNG QUỐC CHỈ MUỐN BIẾN MÌNH THÀNH BẠCH TUYẾT, PHỤ NỮ HÀN ĐÁP ĐẾN 7 LỚP TRANG ĐIỂM CHỈ ĐỂ NHÌN... NHƯ KHÔNG TRANG ĐIỂM, PHỤ NỮ ANH KHÔNG TỐN HƠN 10 PHÚT ĐỂ DƯỠNG DA VÀ PHỤ NỮ BẮC ÂU THÌ CÓ KHẢ NĂNG LÀM MỌI HÃNG MỸ PHẨM PHẢI PHÁ SẢN VỚI SỰ THỰC DỤNG CỦA HỌ.



ANH - ĐẸP TỰ NHIÊN

PHỤ NỮ ANH MONG MUỐN GÌ?

“Làm đẹp với 50 bước chắc chắn không phải kiểu của phụ nữ Anh. Trung bình chúng tôi dành khoảng 10 phút hàng ngày cho skincare. Cũng như Pháp, Anh là một nước mà sự lão hóa không bị xua đuổi bằng mọi giá. Chúng tôi hiểu cái gì đến sẽ phải đến và thích những biện pháp trị liệu tự nhiên chứ không thích sự can thiệp của công nghệ. Những thành phần tự nhiên rất được chào đón ở Anh”, Alessandra Stinherr – biên tập viên của một tạp chí thời trang lớn ở Anh nhận xét.

Bác sĩ da liễu Eric Toni cho biết với điều kiện khí hậu lạnh lẽo, phụ nữ Anh thường phải hứng chịu làn da khô và kém rạng rỡ. Thời tiết mưa nhiều, ẩm ướt khiến kem chống nắng không phải là món đồ “b buộc phải có”, trong khi một nghịch lý là rất nhiều phụ nữ Anh sở hữu tàn nhang và các đốm đen. Theo Alessandra Stinherr, nếu hỏi điều gì khiến các cô gái lo lắng thì chỉ có hai vấn đề thôi: tàn nhang, đốm đen với phụ nữ dưới 35 và nếp nhăn ở phụ nữ trên 35.

HỌ THÍCH DÙNG SẢN PHẨM GÌ?

“Có một văn hóa trang điểm ở Anh. Đó là sử dụng những sản phẩm tốt giá rẻ cho những nhu cầu thiết yếu như sữa rửa mặt, mascara, son môi để dành tiền cho những thứ cần đầu tư hơn như một tinh chất. Boots No7 Protect & Perfect Intense Beauty Serum có giá 23 USD bán chạy đã nhiều năm ở Anh. Phụ nữ Anh thích sản phẩm này vì nó mang đến độ ẩm cần thiết cho làn da vào ban đêm”, Alessandra Stinherr khẳng định.

Theo Jane Cunningham, biên tập viên của British Beauty Blogger và The Beauty + thì những sản phẩm hiệu quả nhanh gọn và giá tốt bán rất chạy ở Anh. Ví dụ như nước tẩy trang micellar đến từ các thương hiệu tầm trung như La Roche-Posay, Vichy, Avene hay Bioderma chứa các phân tử micelle nhỏ giúp “quét sạch” phần trang điểm, bã nhờn chỉ với một miếng bông tẩy trang.



BẮC ÂU - THỰC DỤNG, TỐI GIẢN

PHỤ NỮ BẮC ÂU MONG MUỐN GÌ?

Phụ nữ sống ở các nước Bắc Âu - bao gồm Đan Mạch, Iceland, Na Uy, Thụy Điển và Phần Lan – phải đối phó với khí hậu lạnh giá thường xuyên với mùa đông dài đằng đẵng. Do đó, họ cực kỳ thực tế trong những phương pháp làm đẹp: ít nhưng hiệu quả.

“Phụ nữ Bắc Âu có những thói quen làm đẹp rất khoa học”, Tiina Isohanni, phó chủ tịch của thương hiệu chăm sóc da Lumene (Phần Lan) nói. “Họ không thích quá nhiều hương liệu trong mỹ phẩm, cũng không bị quyến rũ bởi bao bì. Kem dưỡng không mùi, kết cấu đậm đặc cung cấp độ ẩm cao với bao bì đơn giản rất phổ biến ở đây. Họ cũng không dùng quá nhiều sản phẩm chăm sóc cho cơ thể. “Quá nhiều” ở đây có nghĩa là 5”.

Isohanni cho biết thêm, mặc dù mùa đông quanh năm khiến việc chống nắng dường như không có nhiều ý nghĩa lắm, nhưng cùng với tác động của truyền thông, phụ nữ Bắc Âu bắt đầu quan tâm tới chỉ số chống nắng. Lumene's Bright Now Vitamin C Day Cream SPF 15 đang bán rất tốt ở Bắc Âu, cho thấy xu hướng dưỡng ẩm ngày kết hợp với SPF đang được ưa chuộng.

HỌ THÍCH TRỊ LIỆU GÌ?

Trong khí hậu lạnh giá, trị liệu được cả phụ nữ lẫn đàn ông Bắc Âu ưa thích nhất là tới spa, ngâm mình trong các phòng tắm hơi thư giãn và chăm sóc cơ thể. Những spa kiểu này xuất hiện phổ biến ở mọi quốc gia Scandinavi và mang đến một hình ảnh đặc trưng: một bên là những hồ tắm nước nóng bốc khói và một bên là tuyết trắng. “Xông hơi là biện pháp làm đẹp truyền thống có lịch sử lâu đời của dân Bắc Âu”, Isohanni giải thích.

“Tổ tiên chúng tôi đến phòng tắm hơi để làm sạch tâm trí, thanh lọc cơ thể, làm trẻ hóa cơ thể. Và ngày nay, những giá trị đó vẫn còn”.



PHÁP - SẠCH, CĂNG, BÓNG KHỎE

PHỤ NỮ PHÁP MONG MUỐN GÌ?

Phụ nữ Pháp có nhiều tương đồng với phụ nữ Anh về làm đẹp: cả hai đều yêu thích vẻ đẹp tự nhiên và chấp nhận sự không hoàn hảo.

“Phụ nữ Pháp hiểu rằng sự hoàn hảo là không thể và chấp nhận cả mặt tốt lẫn mặt xấu. Họ thích làn da trần khỏe mạnh có độ bóng nhẹ, cho thấy ánh sáng phản chiếu rạng rỡ trên đó”, Isabelle Bellis, một chuyên gia dinh dưỡng toàn diện sinh ra ở Pháp nhận định “Phụ nữ Pháp quan tâm tới việc giữ da mềm mại, sáng và sạch hơn là điều trị bằng được các nếp nhăn và đốm đen. Nhìn chung, họ quan tâm tới kết cấu và sức khỏe của da hơn là tìm cách xóa đi các dấu vết của thời gian”. Nếu có điều gì khiến họ ám ảnh thì đó là sự mềm mại của làn da. Họ sử dụng nhiều chất dưỡng ẩm để bù đắp lại thói quen uống rượu vang, cà phê và hút thuốc lá – những thói quen có thể khiến da khô và sạm hơn.

HỌ THÍCH DÙNG SẢN PHẨM GÌ?

Theo Bellis, phác đồ chăm sóc da của Pháp khá đơn giản: làm sạch với sữa rửa mặt, làm ẩm nhẹ với lotion rồi làm ẩm sâu với một kem dưỡng hoặc serum. Các sản phẩm dành cho mắt cũng rất được chú trọng. Họ có thói quen mua lại những sản phẩm mà bà hay mẹ của mình đã dùng tốt và được kiểm chứng theo thời gian.

Sản phẩm làm sạch đang “hot” tại Pháp là nước tẩy trang micellar, chứa các micelle hình cầu, siêu nhỏ, có một cực ưa nước giúp micelle duy trì vô thời hạn trong nước và một cực ưa chất béo có khả năng “bẫy” các tạp chất thay vì “dàn trải” các tạp chất trên da như các sản phẩm khác. Rất nhiều thương hiệu Pháp đã cho mắt loại nước tẩy trang này, như Bioderma, Bourjois, La Roche Posay.

Cho dưỡng ẩm, những serum có lịch sử lâu dài và thành phần tự nhiên như Clarins Face Treatment Oil luôn được đánh giá cao.



TRUNG QUỐC - TRẮNG SÁNG NHƯ TUYẾT

PHỤ NỮ TRUNG QUỐC MONG MUỐN GÌ?

Theo giáo sư Yuanhong Li, phó chủ tịch khoa da liễu tại Đại học Y khoa Trung Quốc, phụ nữ nước này quan tâm nhiều tới làn da trắng sáng hơn là nếp nhăn: “Nhờ có làn da vàng bầm sinh, hoạt động như một rào cản tự nhiên với ánh nắng, tốc độ lão hóa của phụ nữ Trung Quốc nhìn chung chậm hơn so với phụ nữ phương Tây. Phụ nữ ít lo lắng về nếp nhăn cho đến khi họ bước sang tuổi 40. Nhưng sắc tố da lại là một câu chuyện khác. Da trắng nghĩa là đẹp”. Mẫu hình lý tưởng của Trung Quốc không phải một cô nàng có làn da rám nắng và bộ ngực đồ sộ ở bãi biển Malibu mà là một cô gái búp bê sứ, trắng muốt mảnh dẻ và thanh tao. Những loại kem làm trắng là sản phẩm tiêu thụ dễ nhất ở quốc gia này: kem chứa các thành phần như hydroquinone, vitamin C, các tinh chất thực vật, sau đó là các dịch vụ tái tạo da như laser, lột tẩy hóa học.

HỌ THÍCH DÙNG SẢN PHẨM GÌ?

Từ khóa trong công cuộc chăm sóc sắc đẹp của phụ nữ Trung Quốc là một “essence” – tinh chất. Những tinh chất kiểu Estée Lauder Night Repair, hay Kiehl’s Iris Extract Activating Essence Treatment hay SK-II Facial Treatment Essence luôn được các khách hàng săn đón. Họ sử dụng một lotion dạng nước thoa lên mặt sau khi áp dụng toner, rồi đến một tinh chất làm trắng (hoặc dưỡng ẩm, hoặc chống lão hóa), sau đó kết thúc bằng một kem dưỡng đêm.

Những loại mỹ phẩm chứa các thảo dược truyền thống như nhân sâm cũng rất được phụ nữ Trung Quốc ưa chuộng. Họ thường tìm kiếm các sản phẩm này từ các quốc gia như Nhật Bản hoặc Hàn Quốc, với các thương hiệu như Sulwashoo hay Whoo. Phải nói rằng phụ nữ Trung Quốc không đặt nhiều lòng tin vào các thương hiệu mỹ phẩm nội địa, họ tương đối sùng bái ngoại quốc. Do đó, một số thương hiệu nội địa như Liushen và Herborist cũng sử dụng các thảo dược truyền thống nhưng vẫn khó cạnh tranh với các thương hiệu quốc tế khác.

BRAZIL - SẼN CHẮC, RÁM NẮNG

PHỤ NỮ BRAZIL MONG MUỐN GÌ?

Brazil đồng nghĩa với sự gợi cảm. Quốc gia này có những bãi biển mê hồn và những phụ nữ rám nắng sần chắc đi dạo trên cát với bộ bikini nhỏ xíu nhút nhối. Đây là hình ảnh lý tưởng cho cô gái Brazil.

“Thời tiết đẹp quanh năm là động lực lớn cho nhan sắc. Khi sống ở nơi không có mùa đông, bạn phải để lộ cơ thể nhiều hơn trong những trang phục mỏng, mát. Do đó, bạn phải cố gắng để có một cơ thể đẹp”, theo bác sĩ da liễu Brazil Patricia Rittes. Các bệnh nhân của Rittes ít quan tâm đến da mặt, họ thích các phương pháp điều trị cho cơ thể hơn: ví dụ như hút mỡ không xâm lấn (bằng cách hòa tan chất béo), làm sần chắc da hay tẩy lông để có một cơ thể mịn màng (tẩy lông vùng kín kiểu Brazil đã nổi tiếng trên toàn thế giới).

HỌ THÍCH TRỊ LIỆU GÌ?

Để làm đẹp, các cô gái Brazil có một chế độ chăm sóc toàn diện: ăn uống lành mạnh, tập thể dục hàng ngày, gặp bác sĩ da liễu định kỳ và tham vấn các trị liệu thông thường để cải thiện làn da, bao gồm tiêm axit hyaluronic để căng da mặt và tiêm Lipotropic để giảm các chất béo không mong muốn. Về mỹ phẩm, họ ưa chuộng các loại kem hoặc serum dưỡng ẩm nhẹ, bổ sung nước và không gây nhờn rít. BB Cream và CC Cream với chỉ số chống nắng cao cũng được liệt kê vào danh mục “phải có” đối với mọi cô gái trẻ.

Một trong những dịch vụ độc đáo đối với phụ nữ Brazil, theo Victoria Ceridono, người sáng lập của blog Dia de Beauté, là chế độ chăm sóc da bespoke. “Ở Brazil, bác sĩ da liễu không được phép có dòng mỹ phẩm của riêng họ, do đó, họ thường cung cấp cho bạn một công thức cụ thể để bạn mang đến các hiệu thuốc rồi họ trộn các thành phần tại đó”. Các công thức này rất phong phú, từ dưỡng ẩm ban đêm cho đến serum trị liệu cho mọi vấn đề về da.



HÀN QUỐC - MẶT ĐẸP LÀ TẤT CẢ

PHỤ NỮ HÀN QUỐC MUỐN GÌ?

Phụ nữ Hàn Quốc thích vẻ đẹp tự nhiên. Nhưng khái niệm “tự nhiên” của Hàn hoàn toàn khác với khái niệm “tự nhiên” của Pháp – Anh. Vẻ đẹp tự nhiên của các cô gái Hàn Quốc phải đánh đổi bằng những nỗ lực ghê gớm nhờ phẫu thuật thẩm mỹ và hàng loạt những sản phẩm make up hiệu quả cao. Sau 7 lớp trang điểm, bạn sẽ sở hữu làn da trắng mịn, căng đầy, bóng nhẹ khỏe khoắn và nhìn... như chưa từng trang điểm.

Phụ nữ Hàn Quốc không bị ám ảnh bởi cơ thể, họ thường sinh ra với vóc dáng nhỏ nhắn, thanh mảnh. Khuôn mặt đẹp với da trắng mịn, môi nhỏ nhưng mọng, mắt to, sống mũi cao mới là giấc mơ hoàn hảo của họ. Hầu hết phụ nữ phương Tây đều ngỡ ngàng với những đặc trưng và quan điểm thẩm mỹ rất độc đáo của Hàn Quốc.

PHỤ NỮ HÀN QUỐC THÍCH SẢN PHẨM GÌ?

Chantecaille – nhà sáng lập thương hiệu mỹ phẩm xa xỉ Chantecaille bày tỏ sự khâm phục với những “nghệ lễ” làm đẹp tại Hàn Quốc: “Họ là những chuyên gia về skincare với sự am hiểu tuyệt vời. Thói quen dưỡng da step by step rất phức tạp của họ có thể khiến phụ nữ khắp thế giới phải ngả mũ: làm sạch hai lần bằng một loại dầu tẩy trang, sau đó là sữa rửa mặt (tẩy trang riêng dành cho mắt), áp dụng toner, rồi đến lotion, rồi đến serum mặt, serum mắt, rồi đến kem dưỡng mặt, kem dưỡng mắt, kem dưỡng cổ. Chưa nói đến mặt nạ ngủ qua đêm. Và rất nhiều phụ nữ pha trộn từ 2-3 loại kem dưỡng theo các lớp trên mặt để sử dụng cùng một lúc”.

Bởi Hàn Quốc là cường quốc về mỹ phẩm, các sản phẩm mới được ra mắt liên tục. Rất nhiều xu hướng hot của thế giới đã khởi đầu từ đây: BB Cream, CC Cream, son nước, phấn nền dạng nước, mặt nạ ngủ hay dưỡng ẩm có màu (tint). Sulwhasoo First Care Activating Serum là một huyền thoại trong lĩnh vực skincare, với những thành phần thảo dược tự nhiên và là best seller tại Hàn trong cả thập kỷ qua.

“Các dấu hiệu lão hóa xảy ra chậm hơn với phụ nữ Hàn Quốc, nhưng một khi nó xảy ra, nó mang đến rất nhiều phiền phức như lỗ chân lông to, thô ráp, nếp nhăn, đổi mới và nám”, bác sĩ da liễu Hàn Quốc Yu Jin Kim nói. Để xử lý các vấn đề này, bác sĩ Kim nhận xét ngày càng có nhiều phụ nữ Hàn bị phụ thuộc vào phẫu thuật và trị liệu thẩm mỹ: từ căng da mặt, điều trị laser, mài mòn cho đến sử dụng chất độn.



lavita
NATURAL WHITE SKIN LAB

Bạn muốn
SẠCH NÁM
6 chỉ sau
TUẦN?

ĐỊA CHỈ
DUY NHẤT
CAM KẾT HOÀN TIỀN
NẾU **KHÔNG**
HIỆU QUẢ



Công nghệ bản quyền
của Viện da liễu

SINGAPORE SCIENCE DERMA



Add: P1001, Tòa nhà Coalimex, 33 Tràng Thi, Hà Nội

Tel: 04.38827777 / 0968857777

Web: lavitaskinlab.vn



Đối thoại với *Perfumista*

Một kẻ nghiện nước hoa và có hiểu biết kha khá về những rắc rối không tưởng của nước hoa thường được gọi là Perfumista (khá giống với khái niệm Fashionista). Nếu bạn đang là tay mơ trong địa hạt này, còn gì tuyệt vời hơn là được trò chuyện với một kẻ như vậy? Perfumista sẽ chỉ đường dẫn lối cho bạn đi thẳng tới Signature scent – mùi hương mong muốn đích thực mà không cần phải vong vèo qua một loạt những mẻ cung tốn kém và phiền toái.

Floral

BẠN SẼ THUỘC TUÝP MÙI FLORAL (HOA), NẾU ...

- Bạn rất thích mùi ngọt ngào nhẹ nhàng sang trọng trong mỹ phẩm.
- Không gì khiến bạn thoải mái hơn là đi dạo qua một vườn hoa và đắm mình trong hương hoa thoang thoảng.
- Bạn thích phong cách tinh tế kiểu Grace Kelly hay Audrey Hepburn.

THEO CHUYÊN GIA FRANCIS KURKDJIAN (NGƯỜI ĐÃ ĐOẠT GIẢI CHO NHỮNG MÙI NƯỚC HOA NHƯ NARCISO RODRIGUEZ FOR HER VÀ BURBERRY MY BURBERRY, “FLORALS TƯƠNG ĐỒNG VỚI SỰ NỮ TÍNH TINH KHIẾT”.

Q: Tôi thích mùi hoa hồng, nhưng không phải kiểu mùi hoa hồng nhảm chán và rẻ tiền đang xuất hiện khắp mọi nơi. Tôi muốn mùi hoa hồng hoặc nguyên bản như nó vốn có, hoặc phải đặc biệt ấn tượng theo một cách đặc biệt.

A: Hoa hồng là một note mùi quan trọng và cực kỳ phổ biến trong dòng Floral. Nhưng nước hoa sử dụng tinh dầu hoa hồng tự nhiên thì không nhiều, phần lớn người ta đang dùng mùi hoa hồng tổng hợp trong các loại nước hoa phổ thông. Nếu bạn ưa thích mùi hoa hồng tuyệt vời như nó vốn có, hãy chọn những loại nước hoa sử dụng tinh dầu tự nhiên. Cái tên tuyệt nhất mà chúng tôi có thể nói đến là Annick Goutal Rose Absolue: chắc chắn đây phải là mùi hương hoa hồng “thật sự” nhất đang có trên thị trường bởi nó sở hữu tới sáu loại tinh dầu hoa hồng nguyên chất: hồng May, hồng Thổ Nhĩ Kỳ, hồng Bulgaria, hồng Damascus, hồng Ai Cập và hồng Ma Rốc. Tất nhiên, giá của Annick Goutal Rose Absolue không rẻ. Ở mức giá tầm trung dễ chịu hơn, có một lựa chọn tốt cho bạn là Jo Malone Red Rose. Với rất ít thành phần, mùi hương này bao gồm hoa hồng, bạc hà, lá violet và chanh - gợi nhắc tới những bông hồng đỏ đậm sương trong một khu vườn xanh tốt. Hoặc Bvlgari Rose Essentielle: mùi hương hoa hồng đặc trưng đến nỗi bạn có thể nhận ra ngay từ những phút đầu tiên bởi sự hiện hữu của hoa hồng trong cả lớp hương đầu và lớp hương giữa.

Trong trường hợp bạn thích những sự kết hợp bất thường hơn, chúng tôi đề nghị các thương hiệu như Maison Francis Kurkdjian (Oud Silk Mood: hồng Bulgari, giấy cói, hoa cúc và một chút vương vấn của trầm hương), Serge Lutens (Sa Majeste la Rose: Những note xanh tươi mang đến một hương hoa đặc trưng, tươi mát, mềm và ngọt), Diptyque (L'Ombre dans L'Eau: một mùi hương đi trước thời gian khi đã táo bạo kết hợp hoa hồng mới nở với cỏ xanh và nho đen chua ngay từ năm 1983); Hermès (Rose Ikebana: một trái cây nhỏ gọn với hoa hồng nguyên chất, buổi sắc nét, đại hoàng chua và vani rất tinh tế).

Q: Tôi chỉ muốn một mùi hương hoa tinh khiết và đích thực. Tôi nên chọn nước hoa gì?

A: Chỉ hai từ thôi: “White Floral”. Không có mùi hương nào có thể diễn đạt sự tinh khiết của hoa tốt hơn mùi “White Floral”, theo Francis Kurkdjian. Dòng nước hoa này nổi bật với hoa nhài, hoa cam, hoa lan chuông, hoa gardenia, hoa huệ - những note mùi cực kỳ phong phú đi từ sự nhẹ nhàng nữ tính tới mạnh mẽ sâu lắng.

Có một thông tin rất hấp dẫn ở dòng “white floral” mà có thể bạn

Chanel Les Exclusifs de Chanel Misia



chưa biết: đó là một thành phần đặc biệt nằm trong các bông hoa màu trắng: indole. Indole là một chất kỳ lạ của nước hoa với khả năng bắc cầu từ sự thanh sạch, nữ tính đến sự nóng nản sexy mạnh mẽ. Khi pha loãng ở tỷ lệ 1%, nó mang đến hương thơm ngọt, ám, đậm chất animalic với chút thú tính, đen tối. Càng pha loãng đi ở các tỷ lệ 0,1%, 0,01% và 0,001%, thì mùi hương càng trở nên tinh tế, mong manh.

Với những bông hoa trắng, chúng tôi có những gợi ý xuất sắc như “Estée Lauder Private Collection Tuberose Gardenia”, “Dior Miss Dior Cherie L’Eau”, “Chanel Gardenia”, “Bvlgari Jasmin Noir” và một đại biểu tuyệt vời là “Robert Piguet Fracas”. Fracas mang đến một bản giao hòa kỳ lạ: đầu tiên là sự thanh sạch, tinh khiết của thảo dược và sự sáng khoái của cam bergamot – trên cái nền “xanh” ấy, hoa huệ lan tỏa sự mê hoặc của nó với bản giao hưởng của những đóa hoa màu trắng (hoa nhài, thủy tiên và iris) để rồi kết thúc trong một âm hưởng của rừng, với xạ hương, đàn hương, Vetiver, tuyết tùng. Fracas gắn liền với những phụ nữ nổi loạn của thời đại như Madonna, Kim Basinger, Martha Stewart, Morgan Fairchild, Stella Tennant, hay Courtney Love (người phụ nữ gây tranh cãi nhất trong lịch sử nhạc Rock đương đại). Điều đáng tiếc là Fracas được tái phát hành trong năm 1998 nhưng đã có sự thay đổi về công thức.

Q: Tôi không muốn có quá nhiều sự nữ tính hoặc ngọt ngào. Làm thế nào để chọn được mùi hương Floral tinh tế và cân bằng?

A: Không phải mùi hương hoa nào cũng bóng bẩy trong một đám mây của vị ngọt và cảm giác lãng mạn kiểu Valentine. Những bông hoa màu tím sẽ mang đến sự thanh lịch và một sự tiết chế hoàn hảo. Chúng tôi thích sự kết hợp nhẹ nhàng của iris và powder trong Chanel Les Exclusifs de Chanel Misia, chúng hòa trộn một cách khéo léo với các note da thuộc và hoa hồng để mang đến sự cân bằng vừa đủ. Hoặc Kate Spade New York Walk on Air, với một chút xanh lá cây tươi mát (như mùi cỏ mới cắt) sẽ làm mềm vị ngọt của hoa.



Hermès Un Jardin après la Mousson

Fresh

BẠN SẼ THUỘC TUÝP MÙI FRESH (SẠCH, MÁT), NẾU:

- Bạn thích những hoạt động ngoài trời, thích sự thoáng đãng của một không gian tự nhiên rộng lớn như cánh đồng, rừng, thảo cỏ, biển...
- Bạn có xu hướng thích mùi cam quýt, dù là bánh kẹo, mùi nền thơm, mùi xà phòng hay mùi nước xịt phòng.
- Bạn ăn mặc khá trung tính theo phong cách unisex, thể thao.

“NHỮNG NOTE MÙI CAM QUÝT, MÙI NƯỚC, MÙI CỎ HAY THẢO DƯỢC XANH LÀ ĐẶC TRƯNG CỦA DÒNG FRESH. CHÚNG BÁO HIỆU RẰNG NGƯỜI SỬ DỤNG CHÚNG ĐANG Ở TÂM TRẠNG SIÊU THOẢI MÁI, TỰ TIN, TÍCH CỰC VÀ ĐẦY NĂNG LƯỢNG” (CÉCILE HUA – ĐỒNG TÁC GIẢ CỦA RALPH LAUREN RALPH FRESH VÀ LÀ NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM CHO CÁC MÙI HƯƠNG ATELIER COLOGNE GRAND NEROLI, JESSICA SIMPSON FANCY).

Q: Tôi muốn một cái gì đó trung tính, không ngọt cũng không hoa. Tôi có nên thử các mùi hương của đàn ông?

A: Chúng tôi không thấy có vấn đề gì trong việc phụ nữ sử dụng mùi hương của đàn ông. Tuy nhiên, nếu nhu cầu của bạn chỉ là sự trung tính “không hoa, không ngọt”, thì rất nhiều mùi hương cho nữ, hoặc mùi hương unisex đều có thể đáp ứng. Các note mùi như hương cam chanh, hương thảo mộc, hương cỏ, hương nước... là các mùi trung tính được sử dụng phổ biến cho cả hai giới. Đặc biệt là nhóm mùi Citrus, với cảm giác tươi mát lấp lánh về cơ bản là mang đến sự hấp dẫn cho tất cả. Với nhóm mùi này, những gợi ý của chúng tôi là “*Demeter Fragrance Library Orange Blossom*” (tái hiện mùi hoa cam một cách xuất sắc, khiến bạn như đang đi giữa một vườn cam), *Acqua di Parma Ginepro di Sardegna* (mùi cam kết hợp với các note khá nam tính như xô thơm, bách xù và tuyết tùng. Cảm giác của những vườn cam Địa Trung Hải pha với vị mặn của nước biển), *Fresh Citron de Vigne* (họ nhà cam góp mặt với cam, cam đắng, bưởi, kết hợp với hạnh nhân đen và đàn hương trắng. Vui tươi nhưng tinh tế).



Q: Tôi yêu mùi hương của đất đai, những khu rừng, những cơn mưa với cảm giác trong mát, tinh khiết và sạch. Nhưng tôi hầu như không thể chọn được đúng mùi hương mong muốn ở các trung tâm thương mại bởi các mùi nước hoa ở đây hoặc quá nhiều mùi powder, hoặc quá nhiều xạ hương. Tôi có thể tìm được mùi hương mong muốn ở thương hiệu nào?

A: Các trung tâm thương mại thường bày bán những mùi hương theo xu hướng chủ đạo và phổ biến, ví dụ như mùi hoa quả, mùi xạ hương, mùi gỗ, mùi cam... Mùi hương mà bạn mô tả tương đối đặc trưng và sẽ dễ tìm thấy hơn nếu bạn hướng sang khu vực của dòng nước hoa Niche, với những brand như *Juniper Ridge*, *Jo Malone*, *Demeter*, *CB I Hate Perfume*. Ví dụ như *Juniper Ridge* được mệnh danh là “nước hoa hoang dã nhất thế giới” vì nguyên liệu chính để tạo nên các chai nước hoa này là gỗ rừng, rêu sỏi mọc tự nhiên được thu hoạch ở vùng bờ biển phía tây của Mỹ. Người sáng lập thương hiệu, giống như bạn, là người có tình yêu bất tận với các khung cảnh hoang dã của rừng, nước và biển. Ông tạo ra những mùi hương 100% tự nhiên, hữu cơ, không có hương liệu tổng hợp. Nếu bạn thử một chai *Juniper Ridge*, bạn sẽ có cảm giác như đang ở một rừng cây với các mùi hăng đặc biệt của cỏ tươi, mùi đất ẩm sau cơn mưa, mùi những bông hoa dại mọc trên đường mòn.

Chúng tôi có một số gợi ý cụ thể hơn, với *Fredric Malle's Angeliques Sous La Pluie* ra mắt vào năm 2000 và được tạo ra bởi Jean Claude Ellena (Mùi hương thảo mộc, hạt tiêu hồng và tuyết tùng), “*Dirt*” của Demeter (Mùi rễ cây, mùi đất đai hoà trộn trong một cảm giác trong lành khó mô tả), “*The Smell of Weather Turning*” của Lush (mùi rêu sỏi, cỏ, tầm ma, bạc hà và cúc La Mã), hay *Un Jardin après la Mousson* của Hermès (mùi trong mát của dưa hấu, mùa hè và mưa).

Q: Tôi thích những mùi hương tươi mát nhưng chúng phai mùi rất nhanh hơn các dòng nước hoa khác. Làm thế nào để mùi hương kéo dài hơn?

A: Phai mùi nhanh là nhược điểm lớn nhất đối với dòng Fresh. Lời khuyên của Cécile Hua là sử dụng nước hoa dạng eau de parfum thay vì eau de toilette (eau de Parfums chứa nồng độ tinh dầu thơm cao hơn, giữ mùi lâu hơn). Hoặc sử dụng một chút nước hoa trên tóc. Mùi hương trên tóc sẽ giữ được lâu hơn khi so với việc bạn xịt trên cổ tay hoặc quần áo.

Warm

BẠN SẼ THUỘC TUÝP MÙI WARM (ẤM ÁP), NẾU:

- Bạn không ngại tô son đỏ đậm, mắt khói ấn tượng, mi dài cong vút
- Bạn yêu thích đồ ăn có hương vị mạnh mẽ hơn là thức ăn thanh đạm. Bạn thích vị ngọt béo của bơ sữa, mùi gia vị ấm áp trong các nồi lẩu, sốt hoặc chiên.
- Thích du lịch đến những vùng đất phương Đông đầy màu sắc như Marrakech, Istanbul.

“NHỮNG MÙI HƯƠNG ẤM ÁP LUÔN ĐI KÈM VỚI SỰ QUYẾN RŨ BÍ ẨN, GỢI CẢM VÀ HẤP DẪN KHÓ CƯỠNG” (HONORINE BLANC, TÁC GIẢ CỦA NHIỀU MÙI HƯƠNG ESTÉE LAUDER, MICHAEL KORS, VÀ YSL).

Q: Những loại mùi hương cay ấm có vẻ phức tạp. Tôi nên bắt đầu từ đâu?

A: Theo Honorine Blanc, perfumer người Pháp gốc Lebanon thì các mùi hương ấm áp có thể chia thành ba hướng chính. Mùi hương cay ấm nhưng tương đối cân bằng, không thái quá và hoàn toàn tạo ra sự thoải mái như *Cartier La Panthère eau de parfum légère* (\$100 cho 1,6 oz, Sephora.com), khá gần với các mùi da nhưng có thêm tương đối nhiều xạ hương. Tiếp đó là mùi hương đặc biệt gợi cảm, mạnh và quyến rũ với một lượng lớn hồ phách và những bông hoa trắng dỗi dào, như *Byredo Bal d'Afrique eau de parfum* (\$220 cho 3.4 oz, byredo.com). Cuối cùng, là những mùi hương cay, ấm, ngọt với rất nhiều hoa quả, đường, caramel.. đậm chất Gourmand như *Lancôme La Nuit Trésor*.

Q: Nước hoa trầm hương (Oud) đang ở khắp mọi nơi. Tôi thấy nhiều chai nước hoa gần mức Oud có giá cao hơn mức trung bình. Có phải trầm là một nguyên liệu rất xa xỉ nên nước hoa Oud phải đắt hơn?

A: Trầm hương là một nguyên liệu quý của nước hoa và không nghi ngờ gì, chúng rất đắt. Tuy nhiên, không phải nước hoa nào cũng có điều kiện sử dụng trầm tự nhiên. Phần lớn nước hoa OUD đáng bán ngoài kia sử dụng hương liệu trầm tổng hợp. Việc giá thành cao hơn bình thường có thể do xu hướng sử dụng trầm đang trở thành thời thượng trong 5 năm vừa qua.

Một số nước hoa Oud khá tốt mà bạn có thể xem xét để đáng với giá tiền bỏ ra: *Maison Francis Kurkdjian Paris Oud Silk Mood*, *Byredo Oud Immortel*, *Acqua di Parma Colonia Oud*, *Armani Prive Oud Royal...*

Q: Tôi thích những mùi ấm nhưng không thích kiểu ấm áp của gỗ hay hoặc hương, hoặc gia vị. Chúng hơi dữ dội, hơi nam tính. Có loại mùi hương nào ấm áp mà vẫn ngọt ngào một cách nữ tính?

A: Dòng nước hoa Gourmand chắc chắn là dành cho bạn. Khởi phát từ sự ra mắt năm 1992 của Thierry Mugler Angel, dòng Gourmand có đặc trưng là mang đến sự ấm áp từ những chất liệu trong nhà bếp: như sữa, cà phê, rượu vang, caramel, đường, hoa quả, vanilla, hạnh nhân... Một vài gợi ý của chúng tôi: *YSL Opium Black*, *Elixir Charnel Gourmand Coquin Guerlain*, *Hermes Histoires de Parfums Narguile...*



LET'S HAVE A LIFE

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



100

LÀM THẾ NÀO ĐỂ QUÊN BARCELONA?



106

CARS: NHÂN TÌNH CỦA CÁC NÀNG



“Có một trái tim
dịu dàng trong
một thế giới độc
ác là cả một sự can
đảm chứ không
phải yếu đuối”

STYLE

www.facebook.com/stylemagazine

Liên hệ quảng cáo: 04.3773.8005

112

FOODPORN: SUGAR RUSH



118

KHÔNG GIAN TRONG VẬT





1

Filip Phone Watch

Trang bị cho trẻ con một chiếc điện thoại không còn là điều gì quá mới mẻ với các bậc phụ huynh ngày nay bởi chúng không chỉ giúp việc liên lạc trở nên đơn giản hơn mà phụ huynh còn có thể xác định được vị trí của con mình với các phần mềm cài đặt đơn giản. Tuy nhiên, Filip Phone Watch lại là thiết kế đồng hồ điện thoại đầy các tiện ích trên lên một bước mới với kiểu dáng bắt mắt dành cho trẻ con, lại được đeo vào tay chắc chắn tránh rơi vỡ thất lạc và thậm chí còn không thấm nước.

COOL GADGETS

NHỮNG SẢN PHẨM CÔNG NGHỆ HIỆN ĐẠI LUÔN KHIẾN CHÚNG TA ĐI TỪ BẤT NGỜ NÀY ĐẾN THÚ VỊ KHÁC!

iFetch

Thiết bị dành cho những người yêu thú cưng. Hãy tưởng tượng chú chó nhỏ của bạn không còn phải buồn chán một mình suốt cả ngày nữa khi có người bạn mang tên iFetch! Cơ chế hoạt động của iFetch thực ra dựa trên một trò rất đơn giản là chỉ cần cho trái banh tennis vào phễu của máy, nó sẽ ném bóng đi xa và thú cưng của bạn đi trả về đúng vị trí, máy sẽ tự động tắt. iFetch có ba chế độ ném bóng trong khoảng 10-30 ft.

Supersmoker Bluetooth e-Cigarette

Thuốc lá điện tử không còn là một sản phẩm quá xa lạ nhưng một điều thuốc lá điện tử tích hợp Bluetooth, có khả năng tiếp nhận cuộc gọi và cả nghe nhạc thì quả thật hấp dẫn hơn rất nhiều. Đây được xem là một sản phẩm cải tiến thú vị vì vẫn đảm bảo được tính năng cơ bản hút thuốc (không nicotine) nhưng bên cạnh đó lại trang bị thêm các tính năng giải trí cần thiết trong thời đại số. Điều thuốc điện tử này tương thích với mọi thiết bị chạy Android hay iOS.

Rhythm Downlight Led

Theo thống kê, một phi hành gia sẽ nhìn thấy 15 lần bình minh và hoàng hôn cứ mỗi 24h. Chính vì vậy, để điều chỉnh nhịp sinh học của họ, các nhà khoa học đã phát minh ra một loại ánh sáng để cân bằng lượng melatonin, hóc môn gây buồn ngủ. Ánh sáng đó được gọi là Blue Light. Áp dụng nó, một thiết bị đèn giúp bạn tỉnh táo khi cần thiết đã ra đời. Và hiển nhiên, chiếc đèn ấy có cả một nút nghỉ khi bạn cần thư giãn.

Cone Smart Speaker

Hãy tưởng tượng bạn trở về nhà sau một ngày mệt mỏi, bước vào cửa, cầm loa, thay quần áo, nấu bữa tối và âm nhạc phát ra đúng với những gì mà bạn chờ đợi vào khoảnh khắc đó! Phải, nghe thật kì diệu đúng không? Nhưng thực ra Cone Smart Speaker là một chiếc loa thông minh được thiết kế để ghi nhận thói quen nghe nhạc của bạn, những bản thu mà bạn thích và rồi phát lại theo phân tích sở thích mà nó có được từ các dữ liệu. Hoạt động qua Wifi, có thể điều khiển bằng giọng nói, tất cả những gì bạn cần làm là kết nối Cone với một dịch vụ nghe nhạc mà bạn thích (Soundcloud, 8tracks...) thông qua một app và rồi để Cone làm nhiệm vụ của mình.

NHỮNG MẪU SMARTPHONE CỦA THÁNG

Tháng này, thị trường smartphone có gì đáng chú ý?

Bình Minh



1

1. Wiko Highway Pure

Smartphone tầm trung siêu mỏng của Wiko sẽ được bán ra tại Việt Nam trong tháng này, nhưng chưa có giá cụ thể. Máy có viền kim loại với 2 mặt kính chỉ mỏng 5,1 mm và nặng chưa tới 100 gram. Máy sử dụng màn hình AMOLED kích thước 4,8 inch độ phân giải HD. Về phần cứng, Highway Pure trang bị chip xử lý Qualcomm Snapdragon 410 tốc 1,2 GHz, RAM 2GB và bộ nhớ trong 16 GB. Camera trước có độ phân giải 5 megapixel với nhiều chế độ chỉnh sửa da, khuôn mặt, hỗ trợ selfie còn camera sau sau 8 megapixel. Máy chạy Android 4.4 KitKat và có pin dung lượng 2.000 mAh.

2. HTC One E9 Plus

One E9 Plus là model có màn hình QHD đầu tiên của HTC. Ngoài màn hình siêu nét với kích thước 5,5 inch, máy cũng có cấu hình khá mạnh gồm vi xử lý lõi tám MediaTek MT6795, bộ nhớ RAM 2 GB, bộ nhớ trong 32 GB hỗ trợ mở rộng với khe cắm thẻ microSD. Camera phía sau của máy có độ phân giải 20,7 megapixel trong khi camera trước dùng công nghệ Ultrapixel 4 megapixel. One E9+ trang bị kết nối NFC, Wi-Fi chuẩn ac mới, Bluetooth 4.1. Máy chạy hệ điều hành Android 5.0.2 với giao diện Sense 7. Pin đi kèm có dung lượng 2.800 mAh. Máy hỗ trợ hai SIM theo chuẩn nanoSIM.



2



3. LG G4

LG G4 phiên bản 2 sim tại Việt Nam tiếp tục thể hiện ưu thế về hiển thị khi trang bị tấm nền LCD Quantum mới với kích thước 5,5 inch độ phân giải Quad HD 1.440 x 2.560 pixel, mật độ điểm ảnh 538 ppi. Máy sở hữu cấu hình bao gồm vi xử lý 6 lõi Qualcomm Snapdragon 808 hỗ trợ nền tảng 64-bit. Bên trong bao gồm 4 lõi ARM Cortex A53 và hai lõi ARM Cortex A57 cùng chip đồ họa Adreno 418. Ngoài ra, máy cũng có RAM 3 GB, bộ nhớ trong 32 GB, mở rộng thông qua thẻ nhớ microSD. Máy chạy hệ điều hành Android 5.0 Lollipop với giao diện thừa riêng UX 4.0. LG trang bị cảm biến 16 megapixel kích thước lớn 1/2,6 inch cùng độ mở f/1.8 cùng hệ thống chống rung quang học 3 trục. Camera trước của máy cũng có thể chụp độ phân giải 8 megapixel và đều có thể quay video độ phân giải 2.160p.



4. Sony Xperia M4 Aqua

Model này có thiết kế giống Xperia Z3 với khung viền bo tròn ôm tay và hai mặt kính bảo vệ. Ưu điểm của Xperia M4 Aqua là khả năng chống nước và chống bụi với tiêu chuẩn IP68, có thể ngâm nước ở độ sâu 1,5 mét trong vòng 30 phút. Xperia M4 Aqua nhỏ hơn Z3, màn hình 5 inch, chất lượng hiển thị giảm đi khi độ phân giải là HD 720p thay vì Full HD, bù lại, tấm nền vẫn là LCD IPS. Smartphone Android mới của Sony hoạt động trên nền Android 5.0 Lollipop, sử dụng vi xử lý Snapdragon 64-bit Snapdragon 615 8 nhân cùng với RAM 2 GB. Một trang bị ưu ái khác là camera khi camera chính ở mặt lưng có độ phân giải 13 megapixel đi kèm đèn flash LED, trong khi mặt trước là camera 5 megapixel để selfie. Sony cho biết pin đi kèm máy có dung lượng 2.400 mAh có khả năng sử dụng lên đến 2 ngày.

5. Bkav Phone

Chắc chắn đây là cái tên khiến thị trường Việt Nam sôi động nhất bởi rất nhiều tranh cãi tiêu cực lẫn tích cực trước sự ra mắt của chiếc điện thoại đình đám được tuyên bố là "made in Vietnam" này. Bphone có thiết kế nguyên khối với hai mặt kính và khung kim loại. Máy sử dụng màn hình 5 inch độ phân giải Full HD. Về phần cứng, Bkav trang bị cho Bphone chip xử lý Snapdragon 801, RAM 3 GB và bộ nhớ trong với 3 phiên bản dung lượng 16 GB, 64 GB và 128 GB. Sản phẩm mỏng 7,5 mm, sử dụng pin 3.000 mAh cùng công nghệ Quick Charge 2.0 cho phép sạc nhanh gấp đôi sạc pin thông thường. Bphone được trang bị camera 13 megapixel với ống kính f/2.2. Đây cũng là một trong những smartphone đầu tiên có khả năng chụp ảnh trước, lấy nét sau, cũng như được trang bị công nghệ Fast Tracking Auto Focus. Bphone được trang bị âm thanh 24-bit 192 KHz. Bphone chạy hệ điều hành BOS được phát triển trên nền tảng Android.



LÀM THẾ NÀO ĐỂ QUÊN?

Nhiều người vẫn thường cho rằng, Barcelona chỉ có trong tâm tưởng của những kẻ yêu bóng đá. Mặt khác khi nhắc đến châu Âu, đa phần chỉ quan tâm và ngưỡng mộ Paris, Rome, London. Barcelona dường như khô khan lắm, nhạt nhẽo lắm. Thế nhưng, nếu có một lần được đặt chân đến thành phố này, đi dạo trên La Rambla buổi tối hay bàn thờ trong thánh đường Sagrada Família, bạn mới hiểu tại sao những người lại yêu Barcelona nhiều đến vậy!

Minh Anh



BARCELONA?



Là thủ phủ của xứ Catalan, đồng thời cũng là thành phố đông dân thứ 11 của châu Âu, Barcelona được mệnh danh là một thành phố của rộn rã và hừng hực sức sống. Với vị trí ưu ái cạnh Địa Trung Hải, khí hậu chan hòa nhưng không quá lạnh hay quá nóng tại đây cũng là một trong những lí do khiến Barcelona trở nên quyến rũ hơn đối với những người trẻ. Thông thường, người ta hay chọn đến Barcelona vào mùa hè, khoảng tầm tháng 7, tháng 8 để tận hưởng tối đa bầu không khí nơi đây sôi động vui vẻ.

Thành thật mà nói, Barcelona không quá rộng lớn và đường xá cũng tương đối phức tạp. Tuy nhiên, cư dân bản địa và hệ thống giao thông lại vô cùng thuận lợi để bù đắp cho chút khuyết điểm này. Ví dụ như quãng đường từ sân bay vào thành phố chẳng hạn, nhanh chóng, đơn giản và lúc nào cũng ngập trong bầu không khí âm nhạc đầy hội hè bất tận. Hay như nếu bạn thấy mình lạc giữa một con phố bất kì, chỉ cần biết chút tiếng Anh (tiếng Tây Ban Nha thì quá tốt rồi), đến một cửa hiệu gần nhất hay hỏi người đi đường bất kì, bạn sẽ luôn được chỉ dẫn giúp đỡ tận tình. Sự hiếu khách của Barcelona là một trong những dấu ấn đáng yêu.

LA SAGRADA FAMILIA

La Sagrada Familia được thiết kế bởi kiến trúc sư nổi tiếng Antoni Gaudi cách đây hơn 100 năm và không chỉ là một trong những nhà thờ lớn nhất Barcelona mà còn là nhà thờ nổi tiếng khắp trên toàn thế giới. La Sagrada Familia chào đón hơn 3 triệu du khách mỗi năm vì vậy luôn có một hàng dài các du khách xếp hàng để chờ mua vé mỗi ngày. Trung bình, bạn sẽ mất khoảng 30 phút để chụp ảnh và xem xét phía ngoài của nhà thờ này, để xếp hàng vào trong mua vé sẽ mất khoảng 1 giờ và mất ít nhất 1 đến 2 tiếng để tham quan phía bên trong. Hòn đá nền tảng đầu tiên để xây nên nhà thờ này được đặt vào năm 1882, khi xung quanh chỉ có cây cỏ và dê. Các nội thất lộng lẫy bên trong đã được hoàn thành vào năm 2012 và hiện tại hoàn toàn mở cửa cho công chúng, nhưng phía bên ngoài vẫn còn đang được xây dựng và mới hoàn thành ở mức 65 % vào cuối năm 2013. Theo kế hoạch của dự án này, nhà thờ Sagrada familia sẽ được hoàn thiện trong năm 2026 để kỷ niệm đúng 100 năm ngày qua đời của kiến trúc sư Gaudi và là 144 năm kể từ khi được bắt đầu xây dựng.

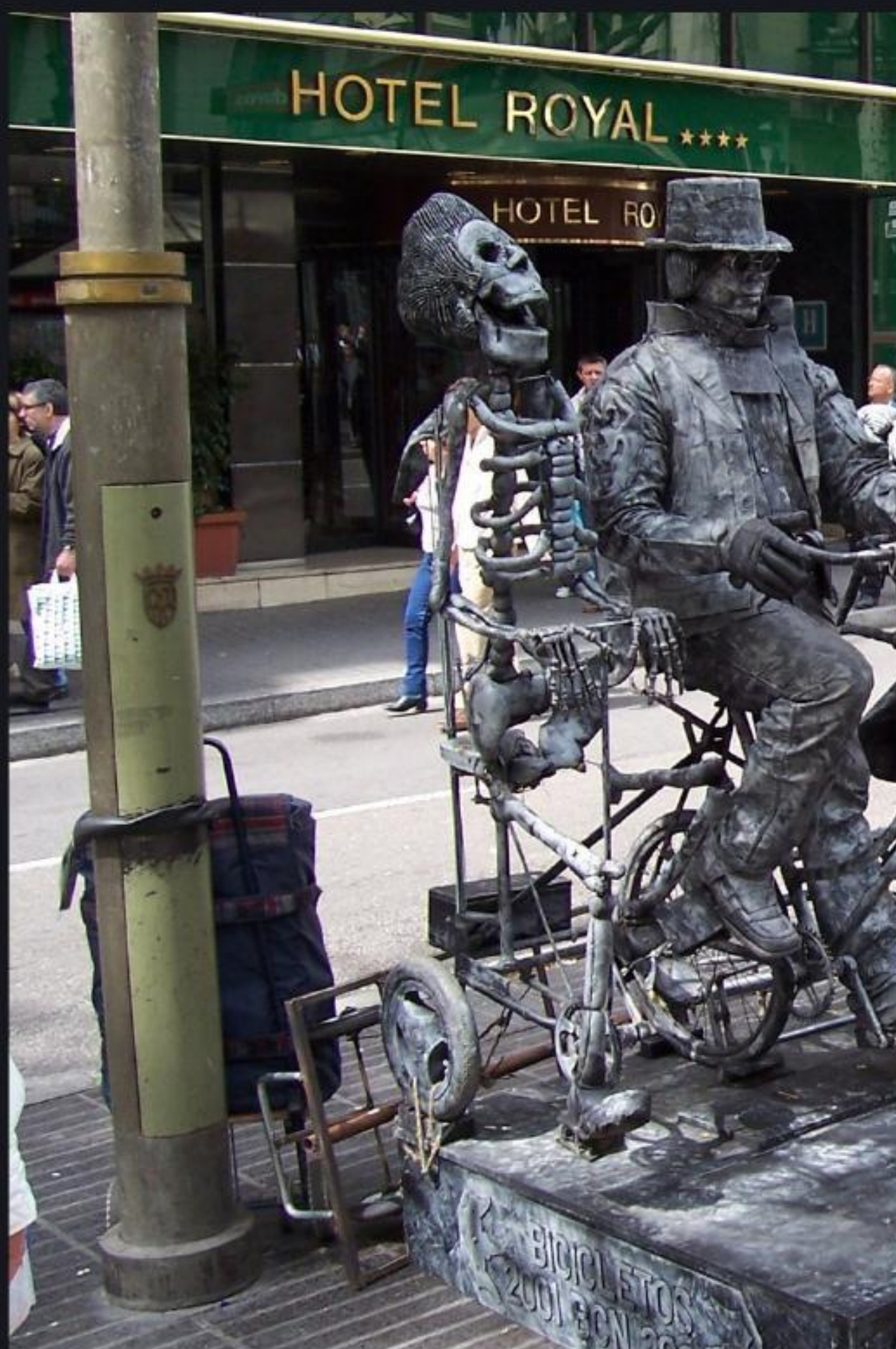
BẢO TÀNG NGHỆ THUẬT PICASSO BARCELONA

Picasso được biết đến là một trong những họa sĩ trứ tượng và nhà điêu khắc nổi tiếng nhất thế giới với tên thật là Pablo Ruiz Picasso, sinh ra ở Malaga, nhưng ông sống với gia đình ở Barcelona từ năm 1895 đến năm 1904. Cha của Picasso là một giáo viên nghệ thuật và có lẽ ông đã được thừa hưởng dòng máu này từ cha. Tuy bảo tàng Picasso ở Barcelona không có những bức tranh nổi tiếng nhất của ông, nhưng bộ sưu tập được trưng bày ở đây là độc nhất vô nhị trên thế giới. Bạn có thể tìm thấy những bức vẽ phác thảo đầu tiên và ít được biết đến của Picasso, cũng như các bức vẽ đã lớn lên cùng với sự nổi tiếng của tên tuổi nhà họa sĩ này. Bảo tàng nằm trong khuôn viên khu biệt thự với lối kiến trúc gothic từ thời trung cổ của Barcelona và có tên gọi là El Born. Đây chắc chắn là một địa điểm cuốn hút và không thể bỏ qua với những ai yêu nghệ thuật và tò mò về hội họa châu Âu.

Tất nhiên, nói đến Barcelona không thể không nhắc đến con phố La Rambla sầm uất rộn rã, khuôn mặt của Barcelona lúc về đêm. Nhà thơ người Tây Ban Nha Federico García Lorca đã từng nói về con phố La Rambla này như sau: “Đây là con phố duy nhất trên thế giới mà tôi không bao giờ muốn kết thúc”. Con phố này bắt đầu từ quảng trường Catalunya và kết thúc tại Đài tưởng niệm Columbus nơi gần cảng Port Vell của Barcelona. La Rambla không có khung cảnh gì ngoạn mục hai bên đường, nhưng rất dễ chịu để dạo chơi và tận hưởng đời sống của người dân Barcelona với rất nhiều hoạt động đường phố thú vị. Từ những quán bán tapas hấp dẫn đến các anh chàng vũ công nghiệp dư ẩn tượng đều góp phần tạo nên một bầu không khí cuồng nhiệt. Nếu bạn chưa từng đi trên con phố này, có thể coi như bạn chưa hề đến Barcelona. Tuy nhiên, hãy cẩn thận một chút với những kẻ móc túi chuyên nghiệp tại đây!

BẢO TÀNG FC BARCELONA VÀ SÂN VẬN ĐỘNG CAMP NOU

Cho dù có phải là fan hâm mộ bóng đá nói chung hay của Barca FC hay không thì một khi đã đến Barcelona, bạn cũng nhất định nên ghé thăm một trong những niềm tự hào của thành phố. Nếu bạn có cơ hội được chứng kiến tận mắt đội bóng Barca chơi trên sân nhà một lần, thì đó hẳn là những kỷ niệm đẹp nhất tại sân Nou Camp mà bạn không muốn bỏ lỡ. Tuy vậy, nếu bạn không có may mắn đi đúng dịp có trận đấu bóng nào để xem, thì sân vận động Nou Camp và bảo tàng FCB cũng vẫn là một trong những điểm đến thú vị và luôn thu hút hàng triệu du khách vào mỗi năm. Ngoài ra, các sản phẩm lưu niệm về đội bóng với giá hấp dẫn cũng thu hút không ít du khách.



A man with dark, wavy hair and a light beard, wearing a dark suit jacket over a white shirt, is smiling and looking towards the camera. He is holding a small cup of Häagen-Dazs ice cream in his left hand and a spoon in his right hand, as if about to take a bite. The cup is white with red and gold accents, featuring the Häagen-Dazs logo and an image of blueberries. The background is dark and out of focus.

HƯƠNG VỊ TÌNH YÊU MỚI

Khám phá hương vị tuyệt vời sự kết hợp hoàn hảo giữa kem tươi và những trái việt quất tươi nguyên nhất được chọn lựa từ Canada và Châu Âu. Hãy trải nghiệm và cảm nhận “sự quyến rũ của vị ngon thuần khiết” trong hương vị mới Việt quất và kem tươi.

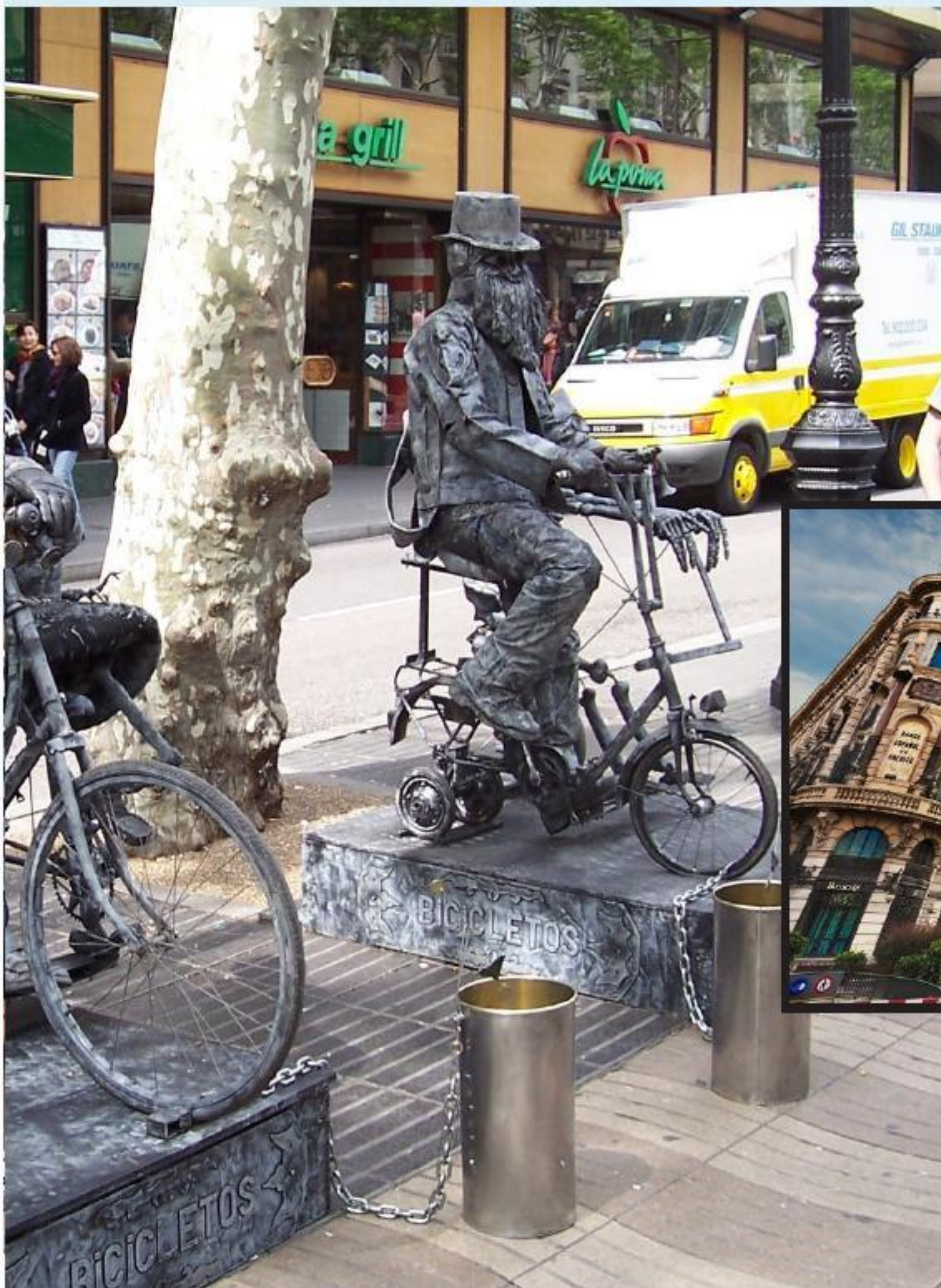
NEW blueberries & cream

The Häagen-Dazs logo is presented in a white, cloud-like shape with a gold border and small gold loops at the top and bottom.

Häagen-Dazs

Sản phẩm có bán tại chuỗi cửa hàng Annam Gourmet, các siêu thị cao cấp và cửa hàng tiện lợi trên toàn quốc
Công ty TNHH Thực phẩm Ấn Nam: Tel: 08 - 3512 6400 (Ext: 158) / Fax: 08 - 3512 6401

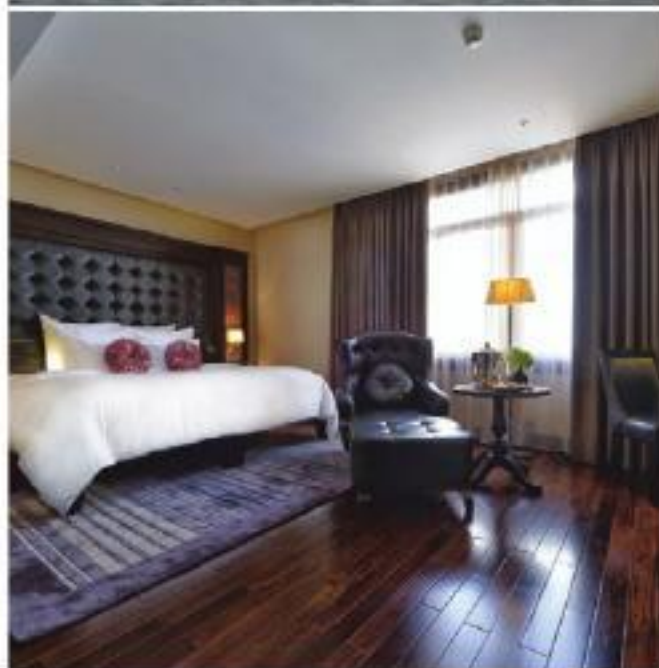
PARIS • TOKYO • MADRID • LONDON • BEIJING • RIO DE JANEIRO



KẾT: Barcelona là thành phố giao thoa giữa cái cũ và cái mới, giữa nghệ thuật và văn hoá đời sống, giữa cái ồn ào và bình yên quyến rũ. Không quá phô trương, không đắt đỏ bậc nhất, ở Barcelona chỉ đơn giản là hoà mình vào một không khí dễ chịu đến khó quên!



Tận hưởng mùa hè Hạ Long cùng Paradise



HÀNH TRÌNH KHÁM PHÁ VỊNH HẠ LONG

2 ngày 1 đêm khách sạn Paradise Suites
và tàu thăm Vịnh nửa ngày

VND 2.150.000/khách

THƯỜNG NGOẠN VỊNH HẠ LONG TRÊN DU THUYỀN 5 SAO

2 ngày 1 đêm thăm Vịnh cùng
du thuyền Paradise Luxury

VND 3.150.000/khách

*Phụ thu 350.000 VND/khách cho những
ngày khởi hành vào thứ 6, thứ 7 hàng tuần.

TRẢI NGHIỆM THƯ GIẢN TRÊN VỊNH HẠ LONG

Chương trình 3 ngày 2 đêm
khách sạn Paradise Suites
và du thuyền Paradise Luxury

VND 3.900.000/khách

Áp dụng cho khách quốc tịch Việt Nam và người nước ngoài làm việc tại Việt Nam.

Tối thiểu 2 khách.

Khởi hành hàng ngày.

Chương trình áp dụng từ ngày 1/5/2015 đến 30/09/2015.

VĂN PHÒNG HÀ NỘI

Phòng 8&9A, Tầng 3, tòa nhà International Center, 17 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Điện thoại: +84 4 3941 6666 - Fax: +84 4 3936 8338

Hotline: 0989 046 048 / 0965 247 456 / 0967 343 003

Email: info@paradisevietnam.com - Website: www.halong2015.com



Nhân Tình

ĐỪNG TƯỞNG CHỈ CÓ ĐÀN ÔNG MỚI MÊ XE! PHỤ NỮ BÂY GIỜ CŨNG CHƠI XE, YÊU XE KHÔNG KÉM GÌ CÁC QUÝ ÔNG HẾT CẢ. TUY NHIÊN, CŨNG DỄ DÀNG NHẬN RA CÁC MẪU XE MÀ PHỤ NỮ ƯA CHUỘNG ĐỀU CÓ NHỮNG ĐẶC ĐIỂM CHUNG NHƯ DỄ ĐIỀU KHIỂN, KIỂU DÁNG THANH THOÁT (ĐÔI KHI HƠI CONCEPT) VÀ MÀU SẮC THỜI TRANG TINH TẾ.



Land Rover Range Rover Evoque

Cũng nằm trong serie Range Rover nhưng Evoque khác hẳn các đàn anh khi không khó để nhận ra đối tượng nhắm tới chính là các quý cô. Vẫn giữ các giá trị cốt lõi, như tính năng lái và vượt địa hình, nhưng Evoque mang một cảm hứng hoàn toàn mới, thích hợp cho đường phố hơn. Với Evoque, phụ nữ có thể cầm lái một chiếc Land Rover mà không ngại ngần. Dập tan mọi ấn tượng về ngoại hình "cục mình" thường hay bị chê bai ở các dòng xe Range Rover, Evoque uyển chuyển hơn hẳn với phần đuôi ngắn và được cắt xén giống như crossover, bộ vành 5 hoặc chấu kép và đặc biệt là mui toàn cảnh bằng kính, chạy suốt từ hàng ghế trước xuống sau. Ngoài ra, không thể không nhắc đến phần nội thất với chất da hai màu tương phản cao cấp do chính Victoria Beckham thiết kế. Evoque thực sự là một mẫu SUV dành cho các quý cô sành điệu.

Của Các Nàng



Volkswagen Beetle

Một cái tên khác có lẽ cũng không kém phần được yêu thích, chính là những "chú bộ" rực rỡ Beetle của thương hiệu Đức, Volkswagen. Tương tự như Mini, Beetle là dòng xe có lịch sử oai hùng nếu không muốn nói là ấn tượng hơn khi được gắn liền với tên tuổi nhà độc tài Hitler. Tính tới 2003, Beetle không hề được thiết kế lại và mẫu xe nguyên bản cuối cùng xuất xưởng mang số thứ tự 21.529.464. Được thiết kế bởi Ferdinand Porsche (người sáng lập ra hãng xe Porsche sau này), Beetle ra đời trên tiêu chí: nhỏ, bền và tiết kiệm nhiên liệu. Bắt đầu từ năm 1998, Volkswagen tiến hành làm mới lại Beetle để phù hợp hơn với các yêu cầu hiện đại. Theo thời gian, "con bộ" có kiểu dáng nữ tính hơn, đáng yêu hơn và đa phần là phục vụ cho sự lựa chọn của chị em phụ nữ. Tuy nhiên, theo một số thông tin thì Volkswagen sẽ ngừng sản xuất Beetle nhằm gia tăng lợi nhuận. Đây chắc chắn là tin buồn đối với không ít người yêu mến "chú bộ" này.



Mini Cooper

Chính thức vào thị trường Việt Nam từ cuối năm 2013 với 4 dòng xe tiêu biểu là Cooper, Cooper S, Countryman và Countryman S, Mini Cooper là cái tên được ưa ái bởi đa số phụ nữ khi nhắc đến ô tô. Mang trên mình cả một lịch sử, dòng xe Anh này sau khi được mua lại bởi BMW đã thực sự trở mình bởi sự hoà hợp của các yếu tố truyền thống và hiện đại, thời trang và công nghệ. Nhỏ nhắn, bắt mắt, thời thượng, cao cấp, sành điệu từ mẫu 2 cửa Cooper cho đến 4 cửa của Countryman thực sự khiến khách hàng phải đẹp phải say mê. Ngoài ra, động cơ của Mini Cooper và Countryman không kém các loại xe cỡ lớn nào với kiểu 4 xi-lanh thẳng hàng (I4), dung tích 1,6 lít, công suất từ 120 mã lực đến 184 mã lực tùy từng phiên bản. Hộp số tự động 6 cấp. Các phiên bản cao cấp đều trang bị hệ bốn bánh chủ động của Mini. Một số công nghệ tiêu chuẩn khác gồm có hệ thống cân bằng điện tử (DSC) và kiểm soát độ bám đường (DTC).

ĐẠI TIỆC KHUẤY ĐỘNG CUỘC VUI BÓNG ĐÁ CỦA HEINEKEN BÙNG NỔ NHỮNG TRẢI NGHIỆM CỰC CHẤT

Đêm 6/6 vừa qua là một đêm khó quên của hàng triệu tín đồ của môn thể thao vua khi những trái tim cùng hoà nhịp đập, hướng về Berlin trong cuộc chiến giành ngôi vương của giải đấu danh giá UEFA Champions League 2015 giữa một Barcelona hùng mạnh và một Juventus kiên cường. Và đối với những người hâm mộ Việt Nam cùng chứng kiến thời khắc lịch sử bóng đá vinh danh CLB Barcelona ngay tại Đại tiệc Khuấy Động Cuộc Vui Bóng Đá cùng Heineken thì đêm 6/6 còn là một đêm của những cảm xúc bùng nổ, những màn trình diễn ấn tượng và của cả những 'ngôi vương' xứng đáng được gọi tên.

'CHIẾC CÚP DANH GIÁ' CHO NHỮNG CỔ ĐỘNG VIÊN CUỒNG NHIỆT

Một đội bóng hàng đầu không chỉ đi lên bằng những chân sút thần sầu hay một huấn luyện viên tài ba, linh hồn của đội bóng ấy còn nằm trong những cổ động viên cuồng nhiệt, những con người yêu đội bóng như chính bản thân mình. Và tại sự kiện Khuấy Động Cuộc Vui Bóng Đá cùng Heineken tại cả bốn thành phố lớn ở Việt Nam: TP.HCM, Hà Nội, Cần Thơ và Đà Nẵng, tình yêu ấy lại càng được khẳng định một cách mãnh liệt hơn khi hơn 5.000 người hâm mộ đã bất chấp cơn mưa đầu mùa để dõi theo và không ngừng cầu nguyện khi những ngôi sao của họ chiến đấu từ cách xa hơn nửa vòng trái đất. Có những niềm vui vỡ oà, cũng có những giọt nước mắt nuối tiếc, ngôi vương của lòng trung thành và niềm tin yêu đã trọn vẹn thuộc về những fan hâm mộ Việt Nam không thể tuyệt vời hơn.



VÀ HEINEKEN - CHẤT XÚC TÁC HOÀN HẢO CHO SỰ BÙNG NỔ CẢM XÚC

Kết nối những trái tim mộ điệu bóng đá trong một không gian nghệ thuật đa màu sắc, thương hiệu bia hàng đầu thế giới Heineken đã mang khán giả đi từ ấn tượng này đến tuyệt vời khác trong Đại tiệc Khuấy Động Cuộc Vui Bóng Đá. Tạo ra cảm giác choáng ngợp cho người tham gia ngay trong cách bày trí sáng tạo từ những chiếc container xanh lá khoẻ mạnh và hệ thống ánh sáng công nghệ cao, Heineken như đưa người hâm mộ bước vào một thế giới khác, để không dễ lỡ mất bất kỳ một khoảnh khắc hay cảm xúc nào, Heineken đã mang đến cho khán giả một hệ thống màn chiếu siêu khủng cùng dàn âm thanh ngoài trời cực đỉnh, khiến cho mọi cảm giác được đẩy lên cao trào qua từng đường chuyển bóng đẹp mắt. Và khi pha dứt điểm làm bật tung lưới của thủ thành Juventus, ấn định tân chủ nhân của chiếc cúp danh giá UEFA Champions League 2015, những chai bia Heineken mát lạnh đã được nâng lên trong tiếng hò reo, khép lại mỹ mãn một mùa giải đầy những khoảnh khắc đáng nhớ. Nhờ có chất xúc tác Heineken mà những trái tim cuồng nhiệt bóng đá đỉnh cao đã có được một đêm cảm xúc bùng nổ, một ngôi vương cảm xúc hoàn hảo.

Mùa giải UEFA Champions League 2015 đã chính thức khép lại. Nếu thế giới không thể nào quên một Juventus đã kiên cường chiến đấu đến phút thứ 90 hay một nhà tân vô địch Barcelona nguy hiểm trên từng đường bóng; thì người hâm mộ Việt Nam chắc chắn cũng sẽ không thể quên những trải nghiệm bóng đá đỉnh cao mà Heineken đã mang lại trong mùa giải năm nay.

HƯƠNG NAM

ĐIỂM 10 TRỌN VẸN CHO NHỮNG MÀN TRÌNH DIỄN ĐỈNH CAO

Tại Đại tiệc Khuấy Động Cuộc Vui Bóng Đá cùng Heineken, dàn nghệ sỹ quốc tế và Việt Nam đã cống hiến cho khán giả những màn trình diễn mãn nhãn và đầy lôi cuốn. Những phù thủy âm nhạc tên tuổi như DJ Dumbo & Tess, DJ Ajam, Trang Moon hay Mike Hào đã đốt cháy khán giả bằng những bản phối đầy màu sắc, khiến bạn không thể nào ngừng đôi chân đang nhảy nhót của mình lại. Trong khi đó, những ngôi sao hàng đầu Đông Nhi, Sơn Tùng M-TP, Tuấn Hưng, Hoàng Thùy Linh, Thủy Tiên, dàn nghệ sỹ từ The Remix... lại tiếp tục thổi bùng bầu không khí qua những ca khúc sôi động, những vũ điệu nóng bỏng và những màn trình diễn mãn nhãn với ánh sáng và âm thanh đỉnh cao. Ngôi vương của sự cống hiến để cháy hết mình cho khán giả xứng đáng thuộc về họ, những nghệ sỹ tài năng và luôn tràn trề nhiệt huyết.



Hẹn gặp lại, những giấc mơ bóng đá và những cảm xúc tuyệt vời với UEFA Champions League 2016 cùng Heineken!



ĐÊM NHẠC HENNESSY 19

DẤU ẤN CỔ ĐIỂN VÀ HIỆN ĐẠI

Anh Trâm

Hà Nội, ngày 29/5, tại Nhà hát lớn, Hennessy Concert lần thứ 19 một lần nữa đã chinh phục khán giả yêu âm nhạc cổ điển bằng đêm diễn đầy cảm xúc của cặp song tấu violon-piano Stefan Jackiw và Anna Polonsky. Cả hai đều là những nghệ sĩ tuổi đời còn trẻ nhưng tài năng sớm được thế giới công nhận. Bà Katherine Chu, cố vấn nghệ thuật của chương trình, chia sẻ: phải mất hơn 2 năm để có thể đưa cặp nghệ sĩ này đến với công chúng Việt Nam.

Nhạc mục của đêm nhạc Hennessy 19 được thay đổi vào phút cuối. Hai bản sonate mở đầu (của Mozart) và kết thúc (của Brahms) đã được thay thế bằng tác phẩm "Tzigane" của Maurice Ravel và "Sonate cung La trưởng dành cho violon và piano" (của Cesar Franck). Đây là chủ ý của nghệ sĩ Stefan Jackiw, biến đêm nhạc thành một hành trình cảm xúc đi từ bóng tối, bi thương, tuyệt vọng đến hy vọng, lạc quan và sự sống.

Bên cạnh những nhạc phẩm kinh điển của các nhà soạn nhạc lừng danh thế giới, Stefan Jackiw và Anna Polonsky lần đầu tiên giới thiệu đến công chúng những tác phẩm chưa từng được trình diễn tại Việt Nam. Đây là một sự thay đổi mới mẻ, một quyết định can đảm đầy tin tưởng ở trình độ thẩm mỹ ngày càng cao ở khán thính giả Việt Nam. Đêm nhạc Hennessy, qua 19 lần tổ chức, công chúng cũng trưởng thành, thị hiếu mở rộng hơn và đòi hỏi những tác phẩm mới chứ không chỉ hài lòng với những tác phẩm kinh điển quen thuộc nữa.

Stefan Jackiw và Anna Polonsky xuất hiện trên sân khấu với một phong cách giản dị, gần gũi mà vô cùng lôi cuốn, quyến rũ. Stefan biểu diễn một cách đầy đam mê, như thể quên hết mình và thế giới xung quanh, chỉ còn đắm chìm trong âm nhạc. Tiếng violon mạnh mẽ, réo rắt, mãnh liệt được hỗ trợ, nâng đỡ bởi tiếng piano du dương, ngọt ngào, tạo thành một tổng thể tuyệt vời. Kết thúc các màn trình diễn, hai nghệ sĩ lui vào cánh gà nhưng liên tục trở lại trong những tràng pháo tay nhiệt liệt của khán giả. Âm nhạc đỉnh cao của Hennessy Concert 19 đã khiến khán giả thủ đô quên đi cái nóng 40 độ của mùa hè để chìm đắm và thăng hoa cùng nghệ thuật.



NGHỆ SĨ PIANO ANNA POLONSKY: ÂM NHẠC LÀ CHUYỆN CỦA CẢM XÚC

Đến Việt Nam lần đầu tiên để tham dự buổi Hòa nhạc Hennessy, nghệ sĩ dương cầm Anna Polonsky chia sẻ với độc giả Style về niềm đam mê âm nhạc đồng thời cũng đưa ra lời khuyên với những người bắt đầu làm quen với nhạc cổ điển.

Anh Trâm

Được biết năm 7 tuổi chị đã có chương trình độc tấu riêng với piano. Chị đã đến với piano như thế nào? Đó có phải là do truyền thống gia đình?

Giống như nhiều nghệ sĩ khác, tôi học âm nhạc từ khi còn rất nhỏ. Lên 5 tuổi tôi bắt đầu học piano. Cả nhà tôi đều là nhạc sĩ. Bố và người em song sinh của tôi chơi violon. Mẹ tôi chơi piano. Cuộc sống của tôi chưa một ngày thiếu vắng âm nhạc.

Một ngày chị dành bao nhiêu thời gian cho việc luyện tập?

Tôi ước mình có thể trả lời là bao lâu cũng được, tùy thích nhưng thường tôi chỉ tranh thủ được vài tiếng vì tôi còn có con nhỏ, rồi còn việc nhà nữa.

Bản nhạc yêu thích nhất của chị? Nhà soạn nhạc mà chị hâm mộ nhất?

Thật không may là tôi không thể chọn ra bản nhạc nào yêu thích nhất vì tôi thích rất nhiều. Nhà soạn nhạc cũng vậy. Có quá nhiều nghệ sĩ vĩ đại ngoài kia. Tôi chỉ có thể kể tên một số như Mozart, Schubert, Brahms, Mendelssohn, Beethoven...

Chị đã có 5 năm làm việc với Stefan Jackiw. Điều gì đặc biệt nhất ở anh ấy?

Khi biểu diễn, anh ấy quên hết bản thân, chỉ còn biết đến âm nhạc. Anh ấy muốn khán giả có thể thực sự thấu hiểu từng nốt nhạc trong bản nhạc mà anh ấy chơi, bởi mỗi nốt đều có ý nghĩa riêng. Cứ mỗi lần chúng tôi biểu diễn cùng nhau, tôi lại được anh ấy truyền cảm hứng.

Ngoài Stefan, chị cũng thường biểu diễn cùng chồng. Một chút so sánh trong việc hợp tác với hai người?

Thật khó để so sánh quả táo với quả cam, việc đi bộ với việc đạp xe đạp, bởi đó là những thứ rất khác biệt. Cả hai người đều là những nghệ sĩ tuyệt vời, tâm huyết với nghề. Tuy nhiên họ cũng là những cá thể rất riêng biệt với tính cách và cảm xúc khác nhau. Mỗi sự hợp tác đều độc nhất vô nhị, không lặp lại.

Ngoài piano, chị có biết chơi nhạc cụ nào khác không?

Thật tiếc là ngoài piano ra, tôi chẳng thể chơi giỏi bất cứ nhạc cụ nào khác cả. Nếu qua một đêm, điều ước có thể thành hiện thực thì tôi ước mình có thể hát thật hay.

Nhiều nghệ sĩ quan ngại là khán giả của nhạc cổ điển đang bị già hóa, giới trẻ thờ ơ với nhạc cổ điển. Điều đó có xảy ra trên đất nước chị?

Ở Mỹ, khán giả cũng đang trở nên già hơn. Mọi người cũng tranh cãi tại sao điều ấy lại xảy ra. Phải chăng những người già họ có nhiều thời gian hơn, nhiều tiền hơn để mua vé? Cũng có thể họ đã nghỉ hưu, con cái thì trưởng thành nên không phải lo lắng, bận tâm nhiều chẳng hạn. Tuy nhiên, ở New York có rất nhiều người trẻ vẫn tới xem hòa nhạc. Bản thân tôi cũng là một người trẻ. Nên tôi thấy nhận xét trên vừa đúng vừa sai.



Ở Việt Nam từng có phong trào biểu diễn nhạc cổ điển trên đường phố để công chúng đến gần hơn với âm nhạc bác học. Ở Mỹ, có hoạt động nào tương tự không? Chị có ủng hộ những hoạt động như thế không?

Tôi nghĩ bất cứ hành động nào giúp quảng bá nhạc cổ điển thì nên được khuyến khích. Ở Mỹ cũng thường có người chơi violon trên đường phố hoặc ga tàu điện ngầm. Nhiều nghệ sĩ mang nhạc cụ đến những trường học dành cho trẻ em nghèo để biểu diễn.

Nếu có lời khuyên dành cho những bạn mới tập đàn piano thì đó sẽ là...?

Tôi muốn các bạn hãy luôn tâm niệm là: âm nhạc là một thứ rất đáng để yêu chứ không đơn thuần chỉ là chuyện học cách đặt ngón tay lên phím đàn, chơi những nốt chuẩn xác vào thời gian chuẩn xác. Hãy thấu hiểu bản nhạc và chơi với tất cả sự tôn trọng. Chơi giỏi hay không, không quá quan trọng.

Trước khi đến Việt Nam, chị hình dung về đất nước này như thế nào?

Hà Nội và Việt Nam có giống như tưởng tượng ban đầu của chị không?

Tôi không nghĩ thời tiết lại nóng thế. Mùa hè nào của các bạn thời tiết cũng nóng như vậy à? (cười). Tôi có một sinh viên Việt Nam đến từ Hà Nội. Cô ấy kể cho tôi nghe về trường học, về mùa đông và mùa hè ở nơi đây. Tôi giữ cho mình một trái tim rộng mở để đón nhận những trải nghiệm tuyệt vời ở Việt Nam.

Sugar Rush

ĐỒ NGỌT DƯỜNG NHƯ LÀ CẢ MỘT THIÊN ĐƯỜNG MA THUẬT KHÔNG CHỈ ĐỐI VỚI TRẺ EM MÀ CÒN VỚI RẤT NHIỀU NGƯỜI LỚN. KHÔNG CHỈ NGON MIỆNG, ĐẸP MẮT MÀ CHÚNG CÒN CÓ TÁC DỤNG GIẢM STRESS, CUNG CẤP NĂNG LƯỢNG ĐẶC BIỆT LÀ VÀO CÁC BUỔI TRÀ CHIỀU HAY NGHỈ GIẢI LAO.





Macaron

Món bánh nổi tiếng đến từ nước Pháp này chắc hẳn không có ai không nghe tên nữa. Được làm từ bột hạnh nhân, lòng trắng trứng, đường bột mịn, màu thực phẩm với nhân bánh đa dạng tùy theo sự sáng tạo của người làm như trà xanh, muối-caramel, anh đào, trà mật ong..., macaron không chỉ đẹp về hình thức mà còn quyến rũ trong hương vị. Tuy nhiên, để làm ra một chiếc bánh macaron hoàn toàn không đơn giản chút nào mặc dù nhìn công thức thì ngỡ như chẳng có gì. Lực đánh trứng phải chính xác, bột rây phải mịn, lượng đường phải tinh, nặn bánh phải đều tay, nhân kem phải cân bằng hoà hợp thì mới có thể cho ra một chiếc macaron hoàn mỹ, thanh tao.

Thương hiệu macaron lâu đời và nổi tiếng nhất thế giới chính là Ladurée, nơi macaron được sáng tạo và bán ra không chỉ đơn thuần như một chiếc bánh mà giống một tặng phẩm quý giá hơn.





DONUT

Đặc trưng văn hoá Mỹ, Donut (Doughnut) có công thức vô cùng đơn giản với bột mỳ, trứng, sữa bột, men nở, bơ và đường được đem nhồi đều, mịn rồi đem ủ, sau đó nướng hoặc rán. Thông thường donut sẽ có dạng vòng hoặc tròn. Đơn giản là vậy nhưng donut lại vô cùng ngon miệng, dễ ăn nên chiều lòng hầu hết mọi người, thậm chí là còn có thể gây nghiện với vị ngọt dịu và cảm giác xốp mềm tan ra trong miệng. Bên cạnh đó, với donut, hoàn toàn không có giới hạn nào cả cho sự sáng tạo của đầu bếp từ hình dáng cho đến "nội dung". Phần coating (lớp phủ ngoài) có thể là đường quế, kem dâu, kem sữa chua... rắc thêm kẹo bột, hạnh nhân, hạt dẻ.... Phần nhân bánh có thể là cà phê, trà xanh, sầu riêng... Chính vì thế mà donut cực kì đa dạng và hấp dẫn.





300 TRICENTENAIRE

LỊCH SỬ MỘT PHONG CÁCH SỐNG



Lịch sử một thương hiệu khẳng định vị trí và sự phát triển của chính thương hiệu trên thị trường. Để có được những thành tựu hiện có, bất kỳ thương hiệu nào cũng phải trải qua một quá trình hình thành, phát triển và khẳng định vị trí đối với những khách hàng của mình. Trải qua 300 năm lịch sử, Martell đã thể hiện sự lâu đời bởi chính những cốt lõi của một thương hiệu cao cấp: sự đam mê nghệ thuật thủ công (The art of craftsmanship), phong cách sống tinh tế (the French art of living), nghệ thuật ẩm thực Pháp (the art of Gastronomy) và nghệ thuật pha chế. Đại diện cho những người yêu thích dòng cognac trứ danh và am hiểu lịch sử văn hoá thương hiệu, nhà thiết kế Nguyễn Công Trí, diễn viên Trương Ngọc Ánh- Kim Lý, doanh nhân Dương Quốc Nam đã tham dự sự kiện kỷ niệm Martell 300 năm diễn ra tại lãnh sự quán Pháp (HCM), và cùng hơn 300 người nổi tiếng trên thế giới hội tụ tại lâu đài Versaill (Pháp).

Dù bất cứ diễn ra ở đâu, sự tinh tế trong từng món ăn, sự tỉ mỉ trong từng chi tiết khiến cho mọi người luôn được sống trong đỉnh cao của sự thưởng thức. Đêm tiệc 300 năm diễn ra tại HCM đem lại cho khách hàng một không gian nhẹ nhàng, tái hiện lại một không gian Pháp tinh tế từ kiến trúc, ẩm thực, và sâu lắng trong hương vị thức uống sảng khoái được ủ trong thùng gỗ sồi 300 năm tuổi. Đặc sắc và ấn tượng bởi màn trình diễn máy bay với biểu tượng chim én mạnh mẽ, luôn vươn đến tương lai, đêm tiệc 300 năm tại Pháp đã mang lại cho các khách mời trên thế giới ấn tượng và trải nghiệm một phong cách sống đẳng cấp được hình thành với lịch sử 300 năm tuổi.





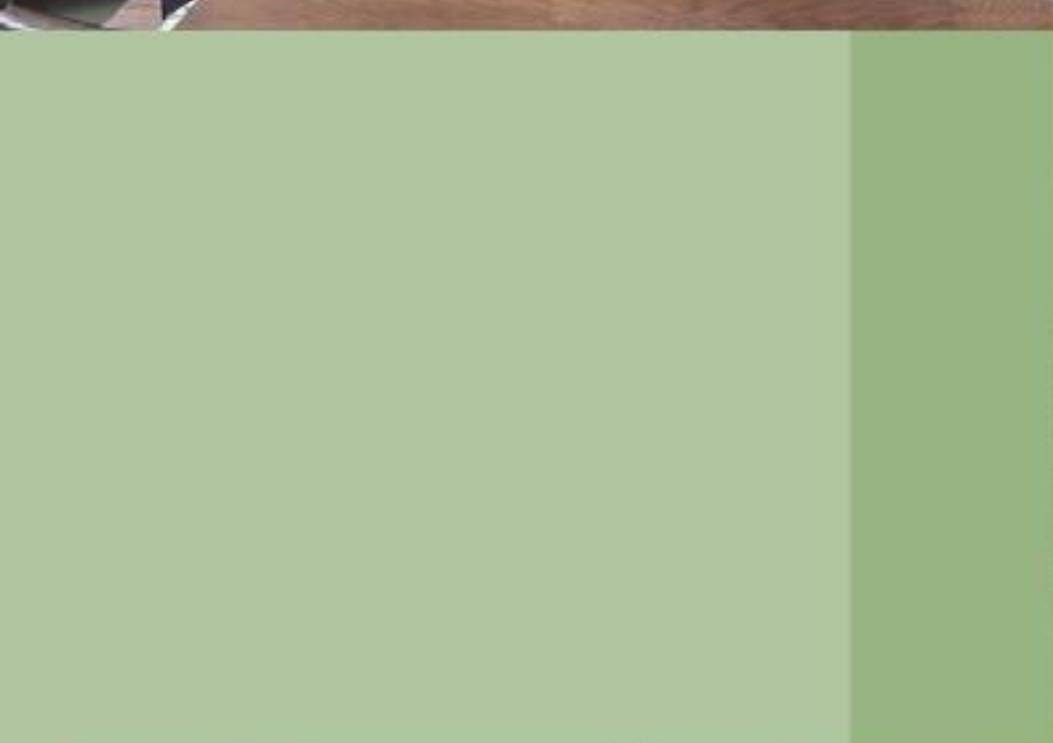
KHÔNG GIAN TRONG VẮT

ẨN MÌNH DƯỚI TOÀ THÁP ELENBERG FRASER VÙNG NAM MELBOURNE (ÚC), QUÁN CÀ PHÊ KETTLE BLACK TRẦN NGẬP SỰ THANH LỊCH YÊN TĨNH KỲ LẠ. NHỮNG VƯƠNG VẤN CỦA CUỘC SỐNG TẮT BẬT ĐÃ DỪNG LẠI Ở BẠC CỬA ĐỂ BẠN CÓ THỂ Đắm MÌNH TRONG MỘT KHÔNG GIAN TRONG VẮT, BIẾC XANH.

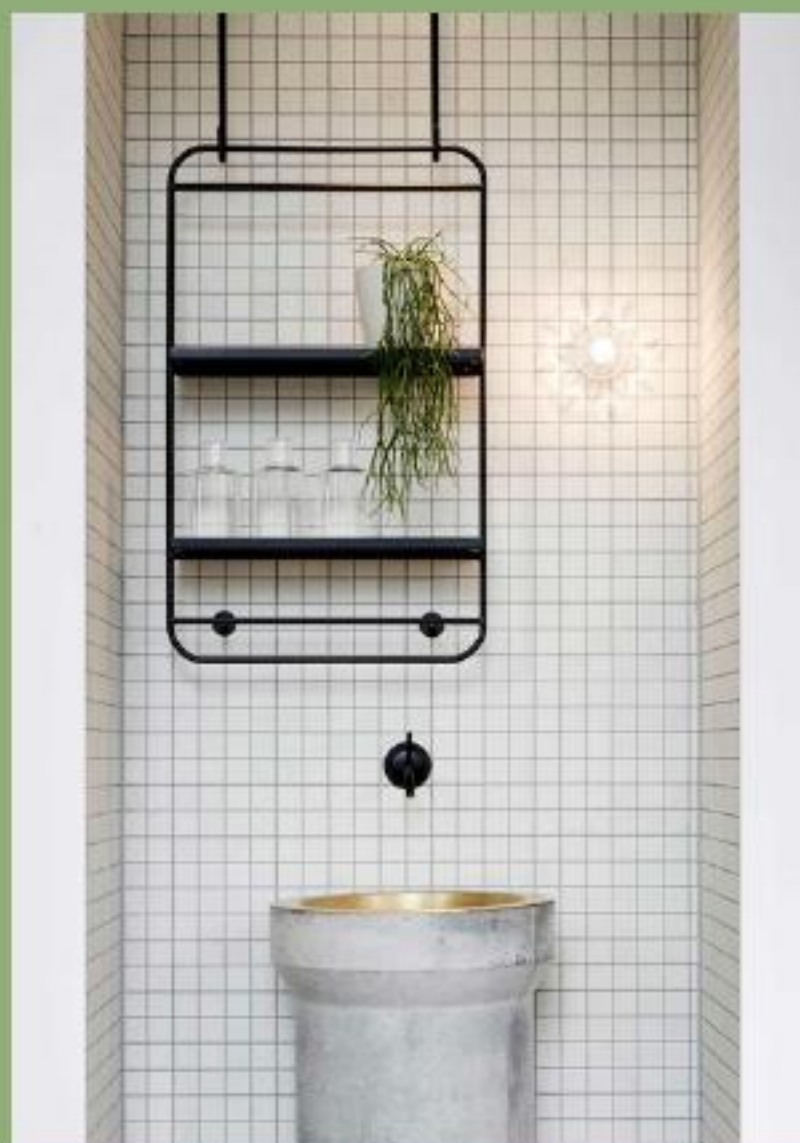
Kettle Black là đứa con cưng của hai nhà thiết kế Kestie Lane và Hana Hakim (thuộc studio Studio You Me, Úc). Một không gian sang trọng không có sự hiện diện của thời gian, hay nói cách khác, bất chấp thời gian, khi tất cả mọi thứ được pha trộn cùng một lúc để mang lại những cung bậc khác nhau, nhưng rồi quy tụ về một đầu mối duy nhất: sự hiện đại tuyệt đẹp.



Không gian rộng mở trên nền chủ đạo của màu trắng tinh khiết, tràn đầy ánh nắng.



Bảng màu nội thất được chọn lọc tinh tế để đi từ sự ấm áp của gỗ sang sự lạnh lùng của bê tông đánh bóng. Trên nền background đó, những điểm nhấn xanh lá cây tươi tắn tinh nghịch trở nên bắt mắt. Bàn ghế gỗ mang ấn tượng về sự thô mộc và mạnh mẽ khi được “lắp ghép” từ những khối hình học vuông vắn, nhất là khi chúng được kết hợp với mắt lưới và những giá treo bằng thép đen. Nhưng cảm giác đó đã được cân bằng ngay lập tức khi bạn nhìn xuống nền nhà lát đá cẩm thạch hình lục giác và những chi tiết trang trí đồng thau sang trọng, cổ kính.



Những chi tiết nhân tạo và tự nhiên được tung hứng trong thiết kế của Kettle Black. Hãy nhìn xuống vệ sinh này: sự chuyển tiếp đột ngột giữa sàn đá cẩm thạch tinh tế sang sàn bê tông đánh bóng đơn giản bằng một đường chéo hỗn loạn, chiếc bồn rửa tay bằng đá trắng bóng được “nhuộm màu” để phủ lên mình những vết lem cũ kỹ như vết hoen ố của thời gian. Chúng ta có sự tương phản sắc sảo giữa một bên là tấm bình phong nẹp vàng xa xỉ, và ngay bên cạnh đó, là giá treo đồ rửa tay bằng thép mộc.





Các vật liệu tự bản thân chúng cũng cho thấy sự pha trộn giữa cũ và mới: đồng thau, đá cẩm thạch, gỗ bạch dương - ở mỗi góc không gian chúng lại truyền đạt đến rất nhiều dấu ấn và cảm hứng, đôi khi khó mà tách bạch. Ví dụ như bệ đá cẩm thạch với những chi tiết trang trí mềm mại vừa gợi nhắc đến phong cách Romano-Gothic của Pháp, vừa đồng thời nhắc nhở đến Neo-Gothic của New Orleans. Tất cả các phong cách dường như đều có mặt ở đây, rồi lại như chẳng có phong cách gì. Tất cả các điểm nhấn của ký ức dường như đều có mặt tại đây, rồi lại như chẳng có ký ức nào, chỉ có hiện tại.

Ở bất cứ chỗ nào, bạn cũng tìm được những góc nhỏ yên tĩnh và lãng mạn như thế này: với những chậu cây nhỏ bên bức cửa và những chiếc ghế xinh xắn.

Những chiếc ghế búp bê xanh của Cafe Culture+Insitu và giấy dán tường hình lá chuối cách điệu tạo ra một bộ đôi trữ tình, phả vào Kettle Black cái cảm giác thanh sạch và trong mát, như thể bạn đang đắm chìm trong một hơi thở dịu dàng từ chai nước hoa trữ tình Hermès Un Jardin après la Mousse.



THIẾT KẾ CỦA KETTLE BLACK ĐƯỢC ĐỀ CỬ TRONG GIẢI KIẾN TRÚC & NỘI THẤT DÀNH CHO NHÀ HÀNG, KHÁCH SẠN CỦA ÚC NĂM 2015.



NGHỈ DƯỠNG TẠI PULLMAN HÀ NỘI



Khách sạn Pullman Hà Nội được quản lý bởi tập đoàn Accor danh tiếng là điểm đến lý tưởng cho những ai đang tìm kiếm địa điểm nghỉ dưỡng cao cấp đáp ứng mọi nhu cầu của cuộc sống hiện đại.

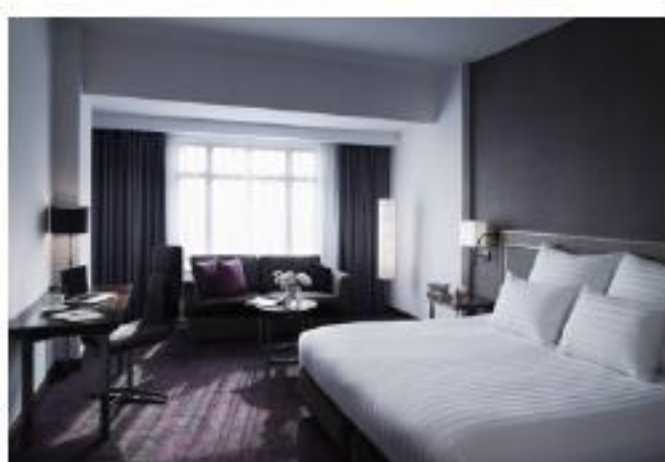
Tọa lạc tại tầng một của khách sạn, La Cheminée là nhà hàng chuyên phục vụ các món ăn được lấy cảm hứng từ ẩm thực địa phương kết hợp với các món ăn quốc tế được chế biến theo xu hướng hiện đại. Thực đơn Buffet tự chọn phong phú, hay thực đơn gọi món gồm nhiều món ăn là điểm cộng của La Cheminée giúp thực khách dễ dàng chia sẻ với gia đình hoặc bạn bè.

Nằm ở trung tâm của sảnh chính, Mint Bar luôn được làm mới để tạo cảm giác thư giãn và mới mẻ bất kỳ thời gian nào trong ngày. Menu đồ ăn nhẹ Tapas kèm với nước ép trái cây tươi, các loại bia mang phong vị địa phương và bia nhập khẩu. Ngoài ra, Mint bar còn phục vụ thực khách các loại vang hảo hạng được lựa chọn trong danh sách Vinoteca by Pullman nổi tiếng.

Tầng 2 khách sạn Pullman Hà Nội là Fit and Spa Lounge. Fit Lounge rộng đến 250 mét vuông với các máy tập tối tân. Ẩn sau Fit Lounge là Spa Lounge riêng tư với các gói trị liệu từ dưỡng da mặt đến phục hồi năng lượng cơ thể. Phía trước Fit Lounge là bể bơi ngoài trời bao quát toàn cảnh thành phố. Phòng tập mở cửa 24/7 cho khách lưu trú và từ 6 giờ sáng đến 10 giờ tối cho hội viên.

Pullman Hà Nội còn được biết đến với các dịch vụ đẳng cấp trong việc tổ chức hội nghị, hội thảo và các sự kiện quan trọng. Connectivity Lounge được trang bị công nghệ tiên tiến nhất trong một không gian tiện nghi, trong khi Chill-Out Area là một nơi hoàn hảo để thư giãn, cho phép khách hàng thư giãn thoải mái trong thời gian nghỉ giữa giờ và sau mỗi cuộc họp.

Pullman Hà Nội có nhiều loại phòng, trong đó phòng Deluxe rộng đến 32 mét vuông được trang trí theo phong cách trẻ trung, hiện đại nhìn ra quang cảnh thành phố với đầy đủ các tiện nghi như: TV LCD màn hình 32", Wi-Fi miễn phí, truy cập ứng dụng Press Reader để cập nhật thông tin từ 3.000 tạp chí và báo danh tiếng trên thế giới, sử dụng miễn phí các loại nước uống trong minibar, và đệm giường Signature Pullman, vòi tắm hoa sen mưa giúp tinh thần sảng khoái.



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



Nếu muốn thưởng thức các món ngon của ẩm thực Ý trong một không gian sang trọng, lãng mạn, bạn hãy thử một lần đến Romeo & Juliet (R&J).



Được đặt tên theo tác phẩm huyền thoại của đại văn hào Shakespeare, R&J là một nhà hàng Ý sang trọng và lãng mạn, chuyên phục vụ các món ăn mang hương vị Ý truyền thống. Điểm cộng đầu tiên dành cho R&J đó là sở hữu một vị trí cực đẹp, cực thuận lợi, ngay trung tâm thành phố. R&J tọa lạc tại tầng hầm của khách sạn Reverie Sài Gòn với hai mặt tiền Đồng Khởi và Nguyễn Huệ. Trên con đường dẫn vào R&J, bạn sẽ đi qua The Long Bar và sẽ có được cảm giác như đang đi trong một khu phố thu nhỏ luôn sáng sủa và luôn sôi động. Với vị trí này, dù bạn ở trung tâm quận 1 hay các khu vực lân cận đều có thể dễ dàng kết nối với R&J.

Khi bước những bước đầu tiên qua bậc thang dẫn xuống nhà hàng, bạn sẽ được cô lễ tân trong trang phục kín đáo, thanh lịch chào đón. Bước những bước tiếp theo, bạn sẽ không khỏi ngạc nhiên trước không gian sang trọng và lãng mạn với các bức tường được chạm khắc tinh xảo theo phong cách mosaic rất ấn tượng. Lấy cảm hứng từ những tác phẩm nghệ thuật bằng gạch được thiết kế rất tỉ mỉ ở các cung điện Venice, những bức tường tại R&J được trang trí họa tiết hình hoa lá rất sống động. Những gam màu nổi bật được trang trí ở phía trong R&J cũng là một điểm nhấn khiến bạn phải để mắt tới.

Liên kế với nhà hàng có sức chứa 74 chỗ ngồi là khu vực lounge có sức chứa 48 chỗ ngồi. Lounge có không gian rộng rãi với sàn đá cẩm thạch bóng loáng, những bức tường chân bằng gỗ được chạm khắc cầu kỳ và hai phòng ăn riêng được trang trí bằng nhung xanh sang trọng.

Sau khi ổn định chỗ ngồi, bạn sẽ được phục vụ miễn phí một loại thức uống do bartender của nhà hàng pha chế ngay tại bàn, giúp bạn thư giãn để có một bữa ăn ngon miệng hơn. Vì thực đơn của R&J hội tụ những món ăn Ý thượng hạng, độc đáo từ hình thức tới hương vị, bạn hoàn toàn yên tâm khi thưởng thức những món đặc sản Ý như Tagliata Di Manzo, món ăn Tuscan gồm có thịt bò với rau cải xoong, cà chua, và giấm Balsamic được ủ lâu năm...

Tại R&J, bạn có nhiều lựa chọn từ những loại đồ uống thượng hạng được đặt trang trọng trên các kệ có hệ thống chiếu sáng ngay phía sau quầy bar hình vòng cung. Ngoài ra, bạn cũng có thể lựa chọn những ly vang nhập khẩu từ danh sách vang đặc sắc nhất có mặt tại Việt Nam. Những loại vang chọn lọc kết hợp với các món ngon thuần túy của Ý sẽ tạo nên một phong cách ẩm thực đặc sắc mà tôi dám chắc nó chỉ có ở R&J.

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

THƯ GỬI Đứa TRẺ CHƯA TỪNG SINH RA

Tác giả: ORIANA FALLACI

Nhân vật chính trong cuốn sách là một người phụ nữ đương thời bí ẩn, không tên tuổi, không gương mặt và không có cả thông tin về độ tuổi của chính mình, đã tự đặt ra những câu hỏi căn nguyên về việc cô được sinh ra trong một thế giới đầy rẫy rắc rối, bạo lực và dối trá. Cuốn sách được viết vào năm 1975, theo dự kiến là một bản điều tra về việc nạo phá thai; nhưng sau bảy tháng làm việc, nữ nhà văn Ý đã mang bản thảo dưới dạng độc thoại của một người phụ nữ trong thời kỳ mang thai như một lựa chọn mang tính trách nhiệm với nhiều tranh đấu về nội tâm tới tổng biên tập của mình. Sự chân thành trong cuốn sách nhỏ này khiến người ta xáo động. Đó là tiếng kêu đầy kiêu hãnh của người phụ nữ muốn phá bỏ lễ thói, một tiếng kêu man dại nhưng cũng đầy yêu thương của người phụ nữ trước ngưỡng cửa được làm mẹ.



READY TO COOK: NO BAKED (40 MÓN BÁNH CỰC NGON KHÔNG CẦN NƯỚNG) TÁC GIẢ: YUN LUKAS

Tác giả: YUN LUKAS

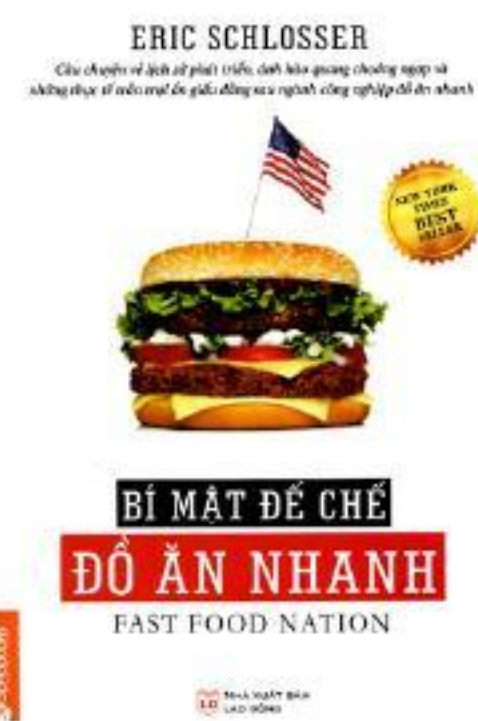
Với No-baked, dù bạn trẻ hay đã lớn tuổi, trải qua thời gian làm bánh lâu năm hay chưa bao giờ thực hiện một công đoạn làm bánh nào đều có thể bắt tay vào làm. Là một cố vấn, tác giả Yun Lukas cùng nhóm thực hiện đã rất cẩn thận chỉnh sửa từng bước từng thành phần nguyên vật liệu, cũng như cách trình bày sao cho thật gần gũi và dễ hiểu. Những cố gắng này nhằm giúp cho các bạn làm quen với bếp bánh, làm quen với những mẻ bánh thơm lừng cho gia đình và người thân của mình mà không cần phải đầu tư nhiều vào máy móc và dụng cụ. Thêm nữa, độc giả sẽ vượt qua trở ngại tâm lý ái ngại với các loại bếp, lò trong mùa hè nóng nực... thay vào đó tủ lạnh sẽ lên ngôi. Hy vọng những chiếc bánh lạnh của No-baked sẽ phần nào khiến mùa hè của bạn trở nên dễ chịu hơn.



BÍ MẬT ĐỂ CHẾ ĐỒ ĂN NHANH

Tác giả: ERIC SCHLOSSER

Trong vòng ba thập kỷ qua, đồ ăn nhanh đã thâm nhập mọi ngõ ngách xã hội Mỹ. Đồ ăn nhanh được bán ra tại các nhà hàng và các điểm phục vụ khách lái xe ngang qua, ở sân vận động, sân bay, vườn thú, trường phổ thông trung học, trường tiểu học, trường đại học, trên tàu biển, tàu lửa và máy bay, ở siêu thị K - mart, Wal - Mart, các trạm bán xăng và thậm chí ở các quầy ăn uống của bệnh viện.... Cuốn sách này được viết với niềm tin rằng mọi người nên biết những gì ẩn sau bề mặt của mỗi giao dịch mua bán đồ ăn nhanh. Họ nên biết điều gì ẩn giữa những chiếc bánh tẩm vừng đó. Giống như một câu thành ngữ cổ: Thức bạn ăn sẽ cho biết bạn là ai!



SẮC ĐẸP VĨNH CỬU

Đạo diễn: LEE TOLAND KRIEGER
Khởi chiếu: 26/06/2015

Trong The Age of Adaline, Blake Lively vào vai Adaline, một phụ nữ xinh đẹp sống vào đầu thế kỷ 20. Adaline có một cuộc sống yên bình, một gia đình êm ấm, và rồi một tai nạn bất ngờ đã khiến Adaline 29 tuổi trở nên miễn nhiễm với sự lão hóa, bất tử và mãi mãi xinh đẹp trong khi những người thân yêu ngày một già đi, lìa xa vòng tay cô. Adaline trở nên cô độc, cho đến khi cô gặp được một người đàn ông trẻ, người cô đem lòng yêu và sẵn sàng hi sinh sự bất tử của mình.



KẺ HỦY DIỆT: THỜI ĐẠI GENISYS

Đạo diễn: ALAN TAYLOR
Khởi chiếu: 26/06/2015

"The Terminator" lấy bối cảnh năm 2029, thời điểm mà những cỗ máy hủy diệt do hệ thống máy tính thông minh tên Skynet làm chủ bắt đầu thống trị thế giới và tận diệt loài người. Nhưng chúng đã bị lực lượng kháng chiến của con người do John Connor lãnh đạo đánh bại. Bằng những nỗ lực cuối cùng, phe người máy gửi về quá khứ Kẻ hủy diệt T-800 (Arnold Schwarzenegger thủ vai) nhằm tiêu diệt mẹ của John, ngăn chặn việc John ra đời. Cùng lúc đó, quân kháng chiến của John cũng gửi về một chiến binh là Kyle Reese nhằm bảo vệ bà.



TRUY LÙNG YÊU QUÁI

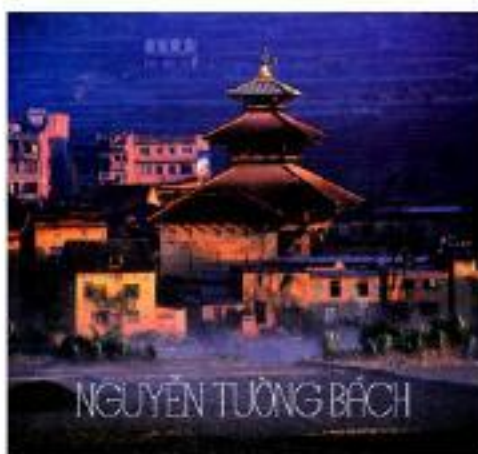
Đạo diễn: HỨA THÀNH NGHỊ, TIẾN VĂN KỲ
Khởi chiếu: 17/07/2015

Thiên Âm (Tinh Bách Nhiên) vốn là một tiểu yêu vương vô tình vừa mới được sinh ra từ lòng đất. Pháp sư hàng yêu Tiểu Lam (Bách Bách Hà) luôn bảo vệ Thiên Âm tránh khỏi các yêu quái khác. Tiểu Lam dù biết rõ mình chỉ là muốn đem tiểu yêu đáng yêu khiến người ta ghen tỵ này đi bán với giá tiền cao, nhưng dần dần đã nảy sinh cảm tình với tiểu yêu này.



MÙI HƯƠNG TRẦM**Tác giả : NGUYỄN TƯỜNG BÁCH**

Ấn Độ và Trung Quốc là hai nước lớn ở châu Á với những nền văn minh sâu thẳm nhất của loài người. Có thể nói, ánh sáng minh triết của châu Á và tư tưởng phương Đông bắt nguồn từ những cái nôi văn hóa và học thuật đó. Với hàng ngàn năm lịch sử, với diện tích mênh mông, với dân số lên đến hàng tỉ người, mỗi nước Ấn Độ và Trung Quốc tự nó là một thế giới đầy đủ với những khía cạnh khác nhau. Trong tập sách này, độc giả sẽ tìm thấy những ghi chú, nhận định đầy tính khoa học nhưng nó cũng chứa nhiều niềm cảm xúc riêng tư. Những nhận xét hóm hỉnh, những thú nhận chân thành của tác giả trên bước đường du hành qua các miền.



Mùi hương trầm
KỶ DUY KHANH TÀI
ẤN ĐỘ, TRUNG QUỐC VÀ TÂY TẠNG
Tập 1

KHUẤY ĐẢO HOLLYWOOD

Đạo diễn: LÂM NGHỆ BÂN
Khởi chiếu: 03/07/2015

Huỳnh Hiểu Minh muốn đến Hollywood tìm bạn gái, lại gặp phải Triệu Vy - một kẻ giả mạo hướng dẫn viên du lịch làm cho lâm vào cảnh màn trời chiếu đất. Hướng dẫn viên tệ nhất quả đất này đã khiến du khách của mình trải qua mưa bom bão đạn, đến cái quần cộc sót lại cũng bị mất. Những tình tiết hài hước cùng những pha hành động kịch tính đảm bảo sẽ làm bạn cười đến phút cuối cùng.

**BẢO TÀNG GUIMET VÀ SỰ HIỆN DIỆN CỦA VĂN HÓA VIỆT NAM Ở PARIS****Thời gian: 7/7/2015 - 20h00****Địa điểm: : HỘI TRƯỞNG TRUNG TÂM VĂN HÓA PHÁP, L'ESPACE- HN**

Trong buổi hội thảo- hòa nhạc đặc biệt này, Hubert Laot, Giám đốc nghệ thuật sẽ giới thiệu sơ lược về Bảo tàng, những bộ sưu tập nghệ thuật Việt Nam quý giá ở đó, những hoạt động giới thiệu nghệ thuật Việt Nam diễn ra gần đây cũng như chương trình tôn vinh nghệ thuật biểu diễn của Việt Nam tại Bảo tàng. Phần thứ hai là chương trình biểu diễn nhạc dân gian Bắc Bộ và Nam Bộ của nghệ sĩ Hương Thanh cùng với các nghệ sĩ Thanh Bình, Công Hưng, Vũ Ngọc và Thanh Hà. Điểm nhấn của chương trình sẽ là cuộc hội ngộ của Hương Thanh và nghệ sĩ người Anh Jason Carter.

**TRIỂN LÃM "CARNE VALE" CỦA NADÈGE DAVID VÀ SANDRINE LLOUQUET****Thời gian: 05/06 - 04/07/2015****Địa điểm: GALERIE QUỲNH, LẦU 2, 151/3 ĐỒNG KHỞI, QUẬN 1, HCM**

Mời các bạn đến với "Carne Vale", một triển lãm các tác phẩm mới của Nadège David và Sandrine Llouquet. Triển lãm của hai nghệ sĩ quy tụ những bức vẽ, tác phẩm điêu khắc và sắp đặt hé lộ một thước đo đầy chất thơ quy chiếu lên thân phận con người, thông qua hình ảnh được làm nhiều đảo mà gắn gửi một cách lạ kỳ.

Carne Vale có thể được dịch sang nghĩa đen từ tiếng La-tinh là 'từ biệt thịt', thể theo từ nguyên học dân gian. Hai nghệ sĩ cũng đồng thời ám chỉ Carne Vale mang nghĩa 'Lễ hội hóa trang', một lễ hội phục trang của những nguồn gốc tôn giáo (nơi mà việc đeo mặt nạ được xem là bắt buộc) diễn ra trước khi bắt đầu mùa chay Lent, thời kỳ mà việc ăn thịt bị ngăn cấm.

TRƯNG BÀY "MỸ THUẬT HIỆN ĐẠI"**Thời gian: đang diễn ra cho tới 09/10/2015****đến 17:00 - 12/06/2015****Địa điểm: BẢO TÀNG MỸ THUẬT VIỆT NAM, 66 NGUYỄN THÁI HỌC, HN.**

Trưng bày Mỹ thuật Hiện đại lần này giới thiệu 28 tác phẩm (Tranh sơn dầu: 15; Tranh sơn mài: 01; Tranh lụa: 02; Tranh giấy: 04; Chất liệu tổng hợp: 01; Điêu khắc: 05). Với sự đa dạng về ngôn ngữ tạo hình, phong cách thể hiện và chất liệu, trong một không gian có hạn, chúng tôi hy vọng sẽ mang đến cho công chúng yêu nghệ thuật cái nhìn toàn diện hơn về sự phát triển không ngừng của Mỹ thuật Việt Nam hiện đại.

**TỌA ĐÀM: "TÀN VẤN CÓ PHẢI FASTFOOD?"****Thời gian: 7/7/2015 - 20h00****Địa điểm: HỘI TRƯỞNG TRUNG TÂM VĂN HÓA PHÁP, L'ESPACE- HN**

Hai thập niên đầu thế kỷ 21, người ta nhận thấy có một dòng chảy các tác phẩm thể loại có tính chất phi hư cấu: tản văn, tạp văn, tùy bút hay đoản văn. Tên gọi nào là chính xác, cũng như liệu ta có thể phân biệt được chất văn chương và thông tấn của chúng? Ảnh hưởng sâu rộng của chúng đã khiến hầu như mọi cây bút đều muốn thử sức, và đã có người được biết đến nhờ những thể loại này.

Trên thị trường sách, tản văn là thể loại hấp dẫn người đọc vì sự gần gũi đời sống và còn vì sự ngắn gọn tương đồng với hệ thống mạng xã hội, Internet. Nhưng tản văn có phải là "đồ ăn nhanh" của thời đại "đọc nhanh" không?

**TRIỂN LÃM "CHỌN CHUYỂN"****Thời gian: 12/05 - 30/07/2015****Địa điểm: SAIGON DOMAINE, 1057 BÌNH QUỚI, PHƯỜNG 28, QUẬN BÌNH THẠNH, HCM**

Mời các bạn đến xem các tác phẩm của Trần Tuấn, Orawan Arunrak, và Tạ Minh Đức, các nghệ sĩ cư trú của chương trình Phòng thí nghiệm Sàn Art phiên 6. Triển lãm lần này là cuộc khảo nghiệm về sức mạnh của tự nghiệm trước những bối cảnh xã hội và lịch sử đặc trưng của Việt Nam.

**TRIỂN LÃM "SỰ HOÀ HỢP TUYỆT VỜI" CỦA ERIC TOEBOSCH****Thời gian: 20 - 30/06/2015****Địa điểm: Heritage Space, Dolphin Plaza, 28 Trần Bình, Mỹ Đình, HN.**

Đây là lần đầu tiên một trong những họa sĩ nổi tiếng của Hà Lan giới thiệu những tác phẩm mới nhất của mình tại Việt Nam. Triển lãm giới thiệu trên 30 tác phẩm hội họa trên chất liệu tổng hợp và hơn mười tác phẩm gốm - những tác phẩm trên gốm được họa sĩ sáng tác trong thời gian gần đây tại làng gốm Bát Tràng.



STYLE TALKS

FEATURES - OPINIONS - PILLOW TALKS



Áo, váy, hoa tai: Moschino

130

SELENA GOMEZ:
BẢN LĨNH CỦA THỰC NỮ



134

MINIONS PHIÊU LƯU KÝ



138

VŨ NGỌC ANH: "TÔI KHÔNG
PHẢI KIỂU PHỤ NỮ NGÂY THƠ"



148

EM NÀO PHẢI CHIẾN SĨ!



STYLE

www.facebook.com/stylemagazine

Liên hệ quảng cáo: 04.3773.8005

Selena Gomez

BẢN LĨNH CỦA THỰC NỮ

KHÔNG PHẢI LÀ MỘT DIỄN VIÊN QUÁ XUẤT SẮC, CŨNG THƯỜNG BỊ CHÊ BAI VÌ GIỌNG HÁT YẾU, ĐIỀU GÌ ĐÃ KHIẾN SELENA GOMEZ ĐƯỢC YÊU MẾN VÀ THẦN TƯỢNG KHẮP NƠI TRÊN THẾ GIỚI?

Anh Trâm



VƯỢT LÊN TỪ GIAN KHÓ

Selena Gomez từng đóng vai chính trong bộ phim *Another Cinderella Story* kể về nàng Lọ Lem thời hiện đại. Câu chuyện về cô gái nghèo chăm chỉ chịu khó, vượt lên trở thành công chúa xinh đẹp, có nét gì đấy rất giống cuộc đời thực của cô. Khác với người bạn thân Taylor Swift sinh ra trong gia đình khá giả hay đối thủ một thời Miley Cyrus là con nhà nòi, Selena Gomez có tuổi thơ gian khó tại Texas. Khi cô sinh ra, mẹ cô vừa tròn 16 tuổi, vẫn còn đi học, chưa có việc làm. Cha mẹ Selena đường ai nấy đi khi cô mới chỉ 5 tuổi. Mẹ cô đã phải lao động cật lực, xoay sở đủ mọi cách để nuôi sống con gái và chính mình. Selena nhớ lại: “Tôi đã rất hoảng sợ vì cha mẹ không ở cùng nhau nữa. Tôi không nhìn thấy ánh sáng cuối đường hầm khi mẹ phải làm việc chăm chỉ để mang lại cuộc sống tốt đẹp cho tôi”. Hai mẹ con thường phải gom từng xu lẻ để có tiền đồ xăng và sống lẫn lộn qua ngày bằng món spaghetti độc nhất cho bữa tối. Selena chia sẻ: nếu cô không tham gia đóng phim và trở nên nổi tiếng, rất có thể thời điểm này cô đã là một bà mẹ một nách hai con ở Texas rồi.

Năm 10 tuổi, Selena có vai diễn đầu đời trong series phim truyền hình *Barney and Friends*. Cô bắt đầu được các nhà sản xuất để ý. Năm 2006 cô đóng vai chính trong series *Wizards of Waverly Place* và vụt sáng thành ngôi sao nhí của Hollywood. Cuộc đời của Selena Gomez vĩnh viễn thay đổi từ đây. Cô gái nhỏ nhận được hàng tá giải thưởng truyền hình và những hợp đồng quảng cáo béo bở. Thừa thắng xông tới, Selena tiếp tục lấn sân sang lĩnh vực ca hát. Cô thành lập ban nhạc Selena Gomez & the Scene và phát hành 3 album thành công về mặt thương mại. Năm 2013, cô tách nhóm và ra album solo đầu tay mang tên *Stars Dance*. Cho tới nay, tổng tài sản của Selena ước tính khoảng 18 triệu USD. Đó là một con số khá khiêm tốn nếu so sánh với Taylor Swift hoặc Miley Cyrus nhưng vẫn là một giấc mơ quá đỗi ngọt ngào với cô gái nghèo xuất thân từ Texas.



PHẨM CHẤT CỦA MỘT CÔNG CHÚA

Selena, Miley Cyrus và Demi Lovato cùng tạo nên bộ ba công chúa Disney lừng danh. Selena có thể không nổi tiếng bằng Miley, không có giọng hát tuyệt vời như Demi, nhưng xét tổng hòa, cô là người xứng đáng với danh hiệu này nhất.

Cha Selena là người Mỹ gốc Mexico, mẹ cô là người gốc Ý. Có lẽ vì thế, Selena mang một vẻ đẹp lai khó lẫn. Sở hữu gương mặt bầu bĩnh trẻ thơ, làn da mịn màng màu chocolate, mái tóc dày bóng bẩy, chủ nhân của hit *Come & Get It* dễ dàng “đốn tim” người hâm mộ. Selena gần như chưa bao giờ bị chỉ trích về cách ăn mặc lỗ lã, khiêu khích. Trên thảm đỏ, cô thường chọn những chiếc váy nữ tính, gợi cảm nhưng không hở hang quá đà, mang lại cảm giác ngọt ngào. Ngoài đời, Selena ăn vận rất giản đơn với những trang phục khỏe khoắn, trẻ trung.

Là một triệu phú nhưng cô gái trẻ không bao giờ hoang phí tiền bạc hoặc thích chơi nổi. Có lẽ cuộc sống khó khăn thời niên thiếu đã dạy cho cô thói quen tiết kiệm và lối sống giản dị. Selena Gomez luôn trung thành với chiếc Ford Escape trị giá khoảng 23.000 USD. Cô cũng chưa bao giờ đăng ảnh khoe tủ quần áo của mình. Người đẹp từng tiết lộ những bộ váy xa hoa đắt tiền mà cô thường mặc khi tham dự sự kiện hoặc trên các MV đều là đồ đi thuê, mặc xong trả lại. Cô chỉ thích mặc quần áo có giá bình dân và rất mê săn hàng giảm giá. Tuy nhiên, với khả năng phối đồ rất ổn, Selena vẫn luôn xuất hiện trước công chúng trong vẻ rạng ngời, hấp dẫn.

Một nàng công chúa thực thụ cần sở hữu một trái tim nhân hậu. Selena Gomez đã chứng tỏ mình xứng đáng với danh xưng khi trở thành đại sứ UNICEF trẻ nhất vào năm 2009 khi mới 17 tuổi. Cô đã đi đến rất nhiều nước trên thế giới để thăm và giúp đỡ những trẻ em nghèo. Thân thiện, hòa đồng, Selena luôn biết cách “ghi điểm” trong mắt người hâm mộ.



TRÁI TIM SI TÌNH

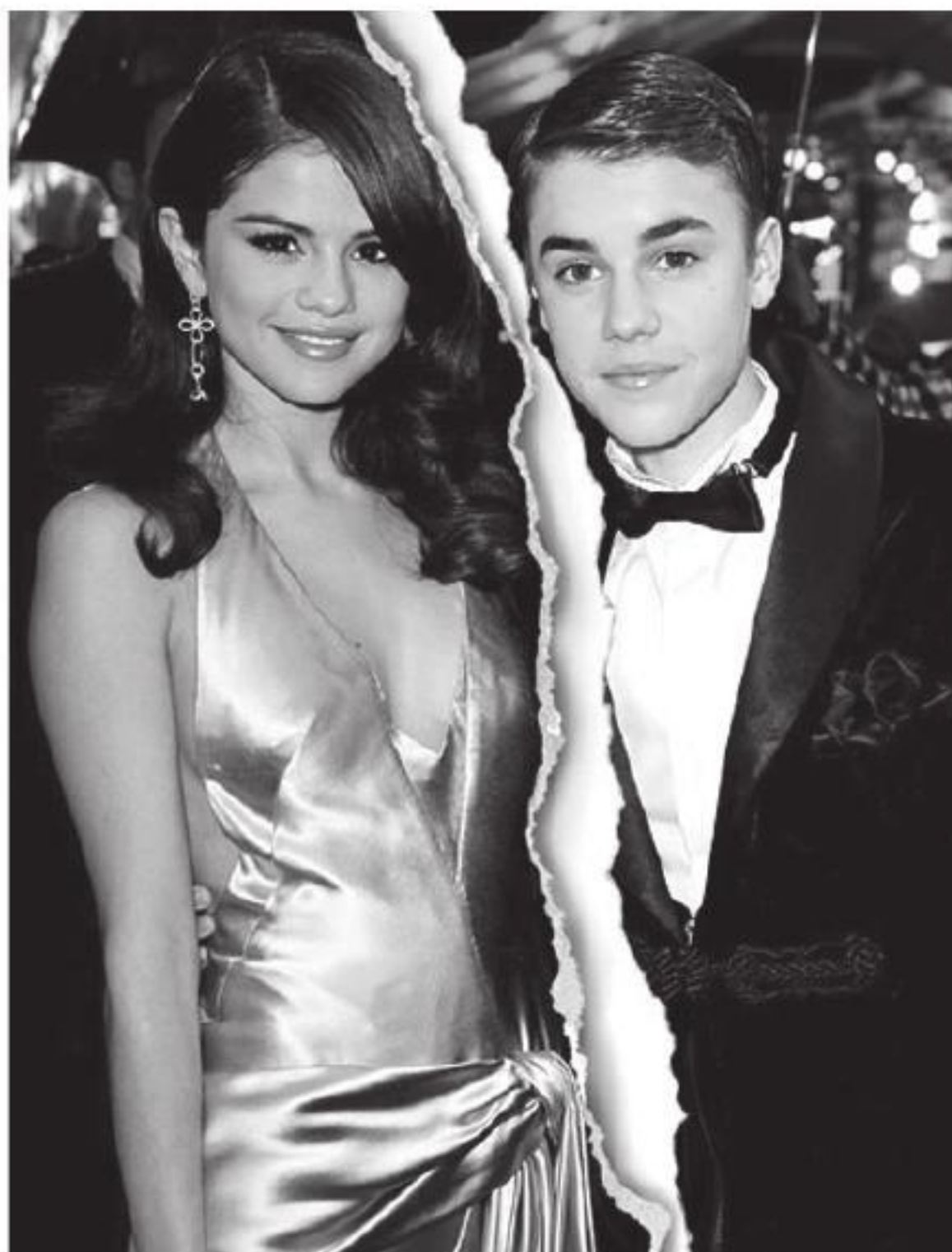
Là một ngôi sao nổi tiếng, chuyện tình cảm của Selena Gomez luôn được giới truyền thông săn đón. Năm 2010 cô bắt đầu hẹn hò với “hoàng tử nhạc pop” Justin Bieber. Thời điểm đó Justin đang là cái tên hot nhất của làng nhạc. Chuyện tình của hai người đã làm tốn rất nhiều giấy mực của báo chí.

Selena trên Justin 2 tuổi. Yêu một cậu trai mới lớn lại quá nổi tiếng hẳn rất mệt mỏi. Chuyện tình của họ lắm thăng trầm, trải qua nhiều lần tan hợp. Selena Gomez đã từng phải vào trung tâm điều trị tâm lý sau khi chia tay Justin. Khác với Adele hay Taylor Swift thường lấy công việc làm động lực sau những chuyện buồn về tình cảm, Selena Gomez lại chìm đắm trong nỗi đau không thể gượng dậy.

Cô liên tục quay trở về với vòng tay của người cũ mặc sự phản đối của bạn bè. Cô sẵn sàng nghỉ chơi với Taylor Swift hay Demi Lovato vì Justin. Thậm chí, cô còn sa thải cha mẹ khỏi vị trí quản lý vì họ phản đối chuyện hai người tái hợp. Selena khẳng khái làm theo ý mình, bỏ ngoài tai tất cả chỉ để nhận lấy sự ê chề sau vai tháng vui vẻ ngắn ngủi với Justin. Chàng hoàng tử bạch mã của lòng cô nhanh chóng “quát ngựa truy phong” tìm niềm vui bên những bóng hồng khác.

Ở thời điểm hiện tại, hai ngôi sao nổi tiếng đã lại “đường ai nấy đi”, tuy nhiên người đẹp sinh năm 1992 vẫn luôn dành những lời tốt đẹp khi nói về Justin. Cô chia sẻ Justin là người đầu tiên mà cô thực sự yêu: *“Khi còn trẻ và phải đối diện với nhiều luồng ý kiến khác nhau từ mọi người, chúng tôi cảm thấy như chỉ còn có nhau và thấy như cả thế giới đang chống lại mình”*.

Có thể lại đại khờ, yếu đuối, nhưng Selena Gomez đã yêu chân thành và cháy bỏng. Người hâm mộ không thể đổ lỗi cho cô khi Selena không thể mạnh mẽ như họ mong muốn. Dù kết quả không như ước nguyện, Selena cũng đã cố gắng hết sức mình và không có điều gì phải hối hận. Sự can đảm đó hoàn toàn không phải là thứ dễ gặp ở Hollywood và rất đáng được trân trọng.



Selena Gomez



“Khi còn trẻ và phải đối diện với nhiều luồng ý kiến khác nhau từ mọi người, chúng tôi cảm thấy như chỉ còn có nhau và thấy như cả thế giới đang chống lại mình”



Here's to...The Art of the Cookie®!



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

minions

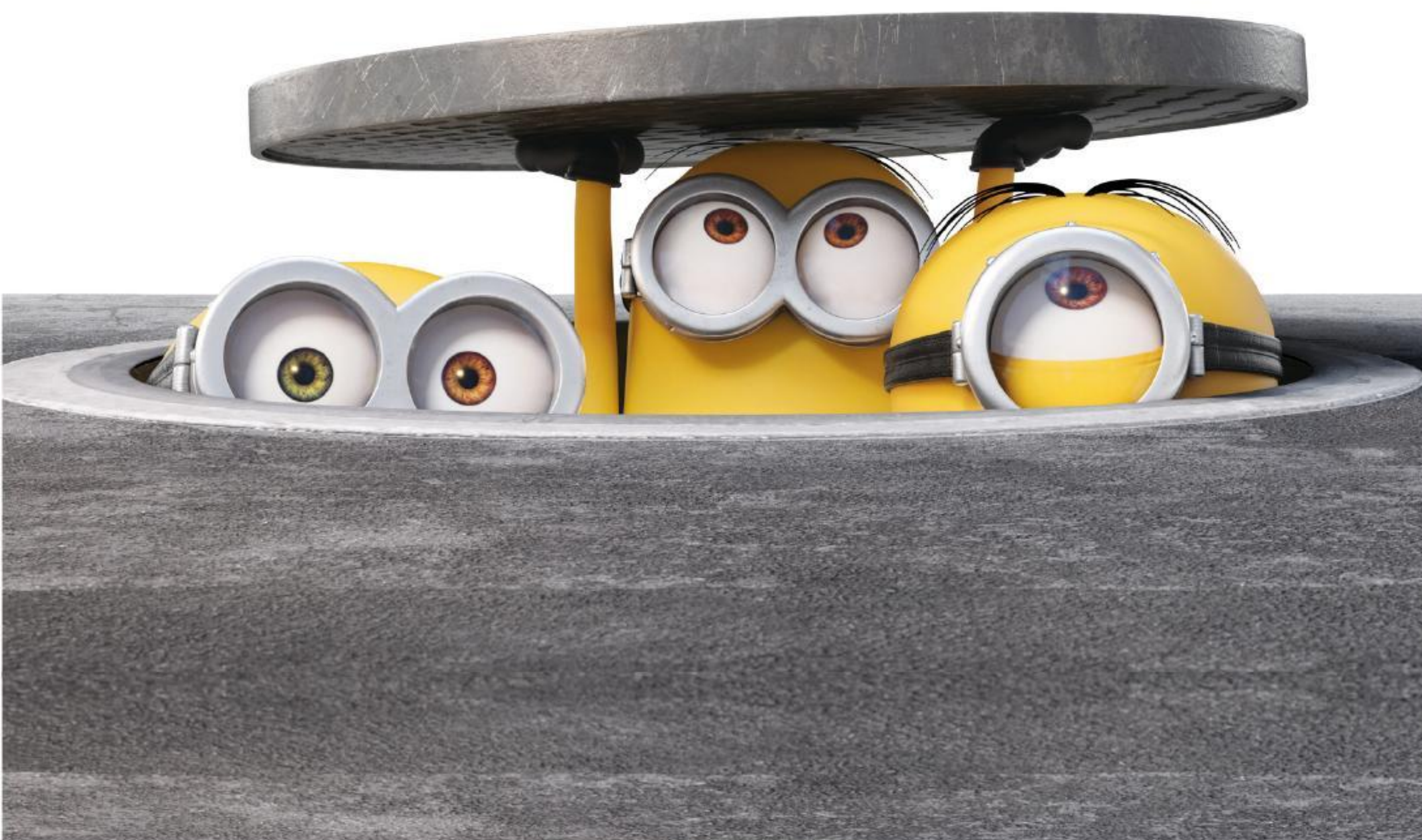
PHIÊU LƯU KÝ

SUMMER 2015

THÁNG 7 NÀY, BINH ĐOÀN MÀU VÀNG SẼ TÁI XUẤT MÀN ẢNH RỘNG TRONG MỘT BỘ PHIM RIÊNG BIỆT MANG TÊN CHÍNH MÌNH.

CÓ GÌ ĐÁNG TRÔNG ĐỢI Ở BỘ PHIM NÀY?

Anh Trâm





CUỘC XÂM LĂNG CỦA NHỮNG NHÂN VẬT PHỤ

Trong điện ảnh, có một thuật ngữ "spin-off" để chỉ những bộ phim làm dựa theo một sự kiện, một chủ đề hoặc một nhân vật phụ trong tác phẩm gốc. Ở mảng phim truyện người đóng, có thể lấy *The Scorpion King* (spin-off của *The Mummy Returns*), *Wolverine* (spin-off của *Xmen*) hay bộ phim về *Black Widow* sắp ra mắt (spin-off của *Iron Man* và *Avengers*) làm ví dụ.

Ở thể loại hoạt hình, xu hướng spin-off càng được thể hiện rõ hơn. Đôi khi khán giả thích cả một bộ phim, chỉ vì sự hài hước, duyên dáng của nhân vật phụ. So về độ dễ thương, độ "ngầu", "quái", nhân vật phụ đôi khi trội hơn hẳn nhân vật chính. Khán giả không thỏa mãn với đất diễn chật hẹp của những nhân vật ấy trong các tác phẩm gốc. Họ đòi hỏi một câu chuyện khác, một chuyến phiêu lưu khác lấy nhân vật mình yêu thích nhất làm trung tâm. Các nhà sản xuất nhanh chóng "đánh hơi" được khả năng hái ra tiền từ các nhân vật phụ và nhanh chóng trình làng những tác phẩm ăn theo. Quả là một sự đầu tư có lời cho cả hai bên, cả phía khán giả và hiển nhiên phía các nhà làm phim.

Năm 2004, hãng DreamWorks tung ra *Shrek 2*, khán giả ngay lập tức mê mẩn chú mèo đi hia ranh ma, lẳng tử. Khi cần thiết, chú có thể giả vờ hiền lành, dễ thương với đôi mắt long lanh đánh lừa đối thủ, để rồi một phút sau trở thành một kiếm sĩ tuyệt hảo. Bộ phim ăn theo *Puss in Boots* được DreamWorks tung ra vào năm 2011 đã mang về cho hãng 555 triệu USD, gấp hơn 4 lần số vốn đầu tư bỏ ra. Năm ngoái, hãng Dreamworks cho ra mắt *Penguins of Madagascar* với nhân vật chính là những chú chim cánh cụt trong loạt phim *Madagascar*. Đầu năm nay, người Anh cũng vừa giới thiệu bộ phim *Shaun of the Sheep* về những chú cừu dễ thương, vốn là nhân vật siêu phụ trong series phim *Wallace and Gromit*.

Năm 2010, bộ phim *Despicable Me* ra rạp, tạo nên cơn sốt toàn cầu về những chú Minions ngộ nghĩnh, nhí nhố. Hãng Universal đã rất thức thời khi lên kế hoạch phát hành một bộ phim riêng về binh đoàn màu vàng vào cuối năm 2014. Tuy nhiên, *Despicable Me 2* thắng lớn ngoài phòng vé đã khiến hãng quyết định lùi lịch chiếu Minions từ tháng 12/2014 đến tháng 7/2015. Universal muốn khai thác triệt để tiềm năng thương mại của phim hệ bởi thành công của *Minions* là điều có thể dễ dàng đoán trước.





SỨC HÚT TỪ BINH ĐOÀN MÀU VÀNG

Trong *Despicable Me*, Minions được sáng tạo ra như một “điểm cộng” để giúp nhân vật Gru trở nên đáng mến, dễ thương hơn. Tất cả những Minions đều yêu Gru như cái cách những đứa trẻ yêu thương và tin tưởng cha mẹ vô điều kiện. Gru, ngược lại, cũng thuộc tên từng Minions một và luôn đối xử ân cần với đội quân nhí nhỏ. Điều này vô tình tạo nên Gru hình tượng một người cha, giúp “kẻ ti tiện nhất hành tinh” trở nên bớt đáng ghét hơn.

Eric Guillon, giám đốc nghệ thuật của series *Despicable Me*, chính là người thiết kế nên vẻ ngoài “siêu đáng yêu” của các Minions. Nhỏ xíu, vàng chóc, lùn cùn như một viên thuốc biết đi, các Minions không chỉ làm các em nhỏ mê mẩn mà cũng khiến người lớn “liều xiêu”. Có những Minions lùn tịt và mũm mĩm, có những Minions trông “vừa vừa”, lại có cả những Minions gầy dong dong. Kiểu tóc của các Minions cũng khá đa dạng: từ cạo trọc, lơ thơ, rẽ ngôi giữa đến tết tóc. Những Minions một mắt thường có vẻ ngoài nhỏ bé, trong khi những Minions cao gầy thường để tóc chòm. Đích thân hai đạo diễn của series *Despicable Me*, Pierre Coffin và Chris Renaud, lồng tiếng cho các Minions. Độ quân “ăn hại” sử dụng một thứ ngôn ngữ độc nhất vô nhị kết hợp giữa tiếng Tây Ban Nha, Pháp, Ý, Nga, Hàn Quốc và một chút tiếng Anh.

Các Minions đặc biệt trung thành với Gru và luôn hớn hở thực hiện bất cứ điệp vụ đen tối nào. Nhưng đồng thời chúng cũng rất dễ thương và thân thiện. Đầu óc cực kỳ ngây thơ, đơn giản, chúng là những sinh vật ham chơi, ham ăn và vô trách nhiệm bậc nhất. Mê chuối, kem, chúng cũng rất thích vẽ vờ và nghịch các nút bấm. Óc hài hước của các Minions cũng rất “bá đạo”. Chúng luôn sẵn sàng cười phá lên từ tiếng nước sủi tăm, đến việc scan mông ở máy copy hay bất cứ khi nào để cập đến từ “bottom”. Ngộ nghĩnh, nhí nhố hết trẻ con, ở đâu có Minions, ở đó có tiếng cười và niềm vui.





HÀNH TRÌNH CỦA BA CHÀNG LÍNH NGỰ LÂM

Bộ phim *Minions* sắp sửa ra mắt vào tháng 7 tới đây đưa khán giả quay ngược trở lại quá khứ, từ buổi bình minh của nhân loại. Xuất phát điểm từ những sinh vật đơn bào màu vàng, Minions luôn lấy việc phụng sự kẻ ác làm lẽ sống. Tìm được chủ nhân thì dễ, giữ được chủ nhân thì khó. Do sự “ngây thơ vô số tội”, các Minions đã biết bao lần đẩy các chủ nhân vào chỗ chết. Từ khủng long bạo chúa, người tiền sử, ma cà rồng, Thành Cát Tư Hãn đến Napoleon đều lần lượt biến mất. Đến một ngày, các Minions nhận ra mình chẳng còn ai để phụng vụ và đắm chìm trong phiền muộn.

Không chịu bó gối chờ chết, một Minion tên Kevin đã lên kế hoạch giải cứu giống nòi. Cậu chàng cùng với hai người bạn đồng hành mang tên Stuart và Bob quyết định chu du thiên hạ, tìm kiếm siêu ác nhân vĩ đại nhất trong lịch sử để các anh em mình phụng sự. Bộ ba dấn thân vào một cuộc hành trình li kì và tìm thấy một bà chủ đầy tiềm năng: Scarlet Overkill (Sandra Bullock lồng tiếng). Liệu mọi sự đã an bài và các chú Minions có hài lòng về phát hiện của mình? Câu trả lời sẽ được bật mí vào ngày 10/7 tới đây.

Bộ phim *Minions* do “cha đẻ” của loạt phim *Despicable Me*, Pierre Coffin đồng đạo diễn với Kyle Balda. Âm nhạc trong phim là các ca khúc nổi tiếng của thập niên 60 và vẫn được ưa chuộng trong nền văn hóa thời nay. Thành công thương mại của bộ phim là dễ đoán trước vì khán giả sẽ không đòi hỏi quá nhiều ở kịch bản mới cảm thấy hài lòng. Không cần cao trào hay thắt nút mở nút, chỉ cần sự xuất hiện của các Minions với những hành động ngớ ngẩn đáng yêu cũng đủ chọc cười khán giả. Và điều ấy thì Pierre Coffin cùng bộ sậu của mình dư sức làm được.



VŨ NGỌC ANH

"TÔI KHÔNG PHẢI KIỂU PHỤ NỮ NGÂY THƠ"

Váy: **Moschino**

Đồng hồ: **Angular Momentum Kingfisher**

Vòng tay, hoa tai: **Helene Zubeldia**

CONCEPT & CREATIVE: **SAMUEL HOANG**

PHOTOGRAPHER: **MANH BI**

MODEL: **NGOC ANH**

STYLIST: **LUSIA LAN ANH**

MAKEUP & HAIR: **CAO TUẤN ĐẠT - VÂN HAIR**

PRODUCER: **NGOC AN**

ASSISTANT: **KHẮC ĐỨC**

FASHION: **MOSCHINO - SỐ 03 HAI BÀ TRUNG, HOÀN KIẾM, HÀ NỘI**

DOLCE & GABBANA, HELENE ZUBELDIA, JENNY PACKHAM,

ELIE SAAB - LUALA MILANO 61 LÝ THÁI TỔ - HOÀN KIẾM - HÀ NỘI

ĐỒNG HỒ: ANGULAR MOMENTUM, SPEAKE MARIN - MILUXE TẦNG 2

TRÀNG TIẾN PLAZA, HÀ NỘI

SAU MỘT THỜI GIAN DÀI
VẮNG BÓNG, TOP 5 HHVN
2012 TRỞ LẠI, TRƯỞNG
THÀNH HƠN VÀ QUYẾN
RŨ HƠN TRONG BỘ PHIM
ĐIỆN ẢNH ĐẦU TAY “QUYÊN”.
NGỌC ANH ĐÃ CÓ BUỔI
TRÒ CHUYỆN CỞI MỞ VỚI
TẠP CHÍ STYLE VỀ BỘ PHIM,
THÂN PHẬN CỦA ĐÀN BÀ
VÀ CÁCH ĐỂ SỐNG HẠNH
PHÚC VỚI ĐÀN ÔNG VIỆT.

ĐỔI ĐỜI NHỜ MỘT CHIẾC VÁY

Năm 2012, Ngọc Anh lọt vào top 5 HHVN. Sau đó bạn biến mất khỏi showbiz một thời gian dài. Tại sao vậy?

Ngọc Anh là dân ngân hàng nên rất thực tế. Giải thưởng ấy vẫn chưa là gì trong thế giới nghệ thuật rộng lớn này cả. Thời điểm ấy, tôi chưa thấy đường đi. Mọi thứ mờ mịt. Trong khi đó, đã đến thời điểm mình phải kiếm tiền rồi, không thể dựa dẫm vào bố mẹ mãi được. Thế là tôi bỏ đi làm ngân hàng trong gần 2 năm. Thỉnh thoảng, buổi tối, tôi có đi sự kiện.

Tại sao bạn quyết định quay trở lại?

Tôi không lên kế hoạch cho sự quay trở lại hay lấn sân vào nghệ thuật. Mọi thứ đến như một sự tình cờ. Tháng 5 năm ngoái, trong một sự kiện giống bao sự kiện khác, tôi mặc một chiếc váy với thiết kế cổ gợi cảm. Tôi tư duy thoáng nên thấy chiếc váy ấy rất bình thường nhưng công chúng thì không nghĩ vậy. Sáng hôm sau tôi rất bất ngờ khi hàng loạt báo mạng đều đăng hình ảnh ấy. Sau đó, tôi nhận được hàng loạt những hợp đồng mời đi sự kiện, chụp hình. Mọi người cũng biết đến tôi nhiều hơn. Đúng lúc tôi nghĩ, thôi bây giờ mình phải tập trung vào kinh doanh thì đúng một cái lại đi đóng phim.

Bạn được chọn vào vai Quyên như thế nào?

Một ngày đẹp trời, một người quen của Ngọc Anh gọi điện hỏi có muốn đi casting không. Lúc nghe tên phim là Quyên, thật sự tôi không có ấn tượng nhiều lắm vì đó không phải là một cái tên hấp dẫn, câu khách. Tôi đi casting với một tâm thế rất thoải mái. Khi tôi diễn xong, đạo diễn dành một tiếng để chia sẻ với tôi về nhân vật. Tôi cũng thấy là lạ. Sau đó tôi về, nghĩ rằng mình chỉ thử vai thế thôi. Một thời gian sau, tôi lại được gọi đi casting tiếp 3,4 lần nữa. Tôi nghĩ thắm trong bụng: Sao họ không chọn luôn đi mà bắt diễn thử nhiều thế nhỉ. Tôi hỏi anh trợ lý thì mới ngã ngửa ra rằng mình đã được chọn từ rất lâu rồi mà không biết. *Việc Ngọc Anh quyết định đi tiếp trong điện ảnh có phụ thuộc nhiều vào phản ứng của khán giả không? Nếu khán giả không thích diễn xuất của Ngọc Anh thì sao?*

Thật sự, tôi không hối hận, lo nghĩ về chuyện ấy nhiều lắm. Điều tôi quan tâm bây giờ là sẽ làm gì tiếp theo. Tôi nghĩ: Vai diễn ấy mình đã hoàn thành rồi. Khả năng của mình rồi sẽ được khai thác và phát triển thêm nữa, nhưng tại thời điểm ấy, mình đã cố gắng hết sức. Ý kiến của khán giả sẽ không tác động việc Ngọc Anh có đi tiếp hay không vì chắc chắn Ngọc Anh sẽ đi.

AI BẢO CHỈ ĐẸP MỚI KHỔ?

Nhân vật Quyên làm tôi nhớ đến những nhân vật khác: nàng Kiều, Đạm Tiên. Họ đều đẹp, nhưng đều trải qua rất nhiều sóng gió, gian truân. Bạn có nghĩ: Khổ là định mệnh của người đàn bà đẹp?

Tôi nghĩ sướng hay khổ là do mình hết. Vì thực tế là rất nhiều người phụ nữ không đẹp mà họ vẫn khổ đấy thôi! Quyên cũng không hoàn toàn là khổ cả cuộc đời đâu. Cô ấy cũng có thời gian hạnh phúc êm đềm bên chồng đấy chứ! Mỗi người đều có thời gian hạnh phúc và thời gian gian khó. Quan trọng là phải luôn hy vọng, không bao giờ được bỏ cuộc.

Nhân vật Quyên rất ngây thơ, yếu đuối và tin tưởng vào tình yêu. Ngoài đời, Ngọc Anh có thể không? Trong tình yêu, Ngọc Anh là người như thế nào?

Thực sự, tôi không phải là kiểu phụ nữ ngây thơ. Dù gì tôi cũng đến một độ tuổi chín chắn nhất định rồi. Tôi cũng nhìn nhận được những giá trị trong cuộc sống một cách rõ ràng: từ công việc, tình cảm đến các mối quan hệ xã hội. Tôi là một người yêu sống, yêu chết. Tôi rất khó tin tưởng người khác, nên một khi đã tin, đã yêu thì mối tình ấy thường rất lâu bền. Tôi chưa bao giờ có những mối tình chớp nhoáng, thoáng qua một vài tháng cả. Nhiều người bảo, yêu một năm là đã thấy chán nhau. Tôi thì ngược lại, càng yêu lâu thì càng thấy yêu người bạn đồng hành của mình hơn.

Bạn có nghĩ là Quyên khổ vì cô ấy đã để hạnh phúc của mình phụ thuộc quá nhiều vào việc có gặp được một người đàn ông tốt hay không?

Quyên không có sự nghiệp gì cả. Cô ấy từ bỏ gia đình, quê hương, tất cả để sang bên kia phục vụ cho sự nghiệp của chồng. Cô ấy không có cuộc sống của riêng mình. Phụ nữ Việt thường thế: sẵn sàng quên mình, hy sinh tất cả cho chồng con. Nên đến khi Quyên bị chồng đuổi ra khỏi nhà, cô ấy mất trắng, không có gì trong tay và lâm vào tuyệt vọng.

Váy, áo, hoa tai: **Moschino**
Đồng hồ: **Speake Marin Full Moon**





Váy: **Elie Saab**
 Đồng hồ: **Speake Marin Full Moon**
 Giày: **Dolce & Gabbana**

DỰA VÀO ĐÀN ÔNG, SẼ CÓ NGÀY NGÃ!

Còn Ngọc Anh thì sao? Bạn có bao giờ quyết định sẽ hy sinh tất cả sự nghiệp để nghe theo tiếng gọi của tình yêu không?

Thế nên tôi sẽ cười chống khá là muộn. Tôi muốn là một người độc lập, có sự nghiệp riêng, không cần phải dựa dẫm vào bất kì ai. Khi mình và người bạn đời của mình đã có chỗ đứng vững vàng rồi thì kết hôn cũng chưa muộn. Tôi muốn con cái mình sẽ nhận được những điều tốt đẹp nhất trong cuộc sống sau này. Khi đã xác định kết hôn, tôi sẽ gác lại bớt công việc để dành thời gian cho gia đình hơn. Tuy vậy, lúc nào mình cũng phải có công việc của mình. Dựa hoàn toàn vào đàn ông, không biết ngã lúc nào đâu!

Những người đàn ông trong phim sao dữ tợn, thủ đoạn, gia trưởng đến thế! Đóng phim này xong, Ngọc Anh có thấy sợ đàn ông không?

Không. Tôi nghĩ xã hội có rất nhiều kiểu người khác nhau, quan trọng là mình chọn người như thế nào. Bản thân Ngọc Anh là một người rất thực tế, khả năng nhìn nhận người cũng không phải là quá kém.

Nhân vật Quyên đã đi qua đời của hai người đàn ông Việt một cách rất khốn khổ, khốn nạn. Cô ấy chỉ tìm được bến bờ bình yên bên một người đàn ông ngoại quốc. Thực sự đàn ông Việt tệ đến thế sao?

(Cười). Tôi không có ý chê trách đàn ông Việt Nam gì cả, nhưng thực sự họ có sự độc đoán, gia trưởng nhất định. Họ có cái tôi, sự sĩ diện rất lớn. Vuốt ve lòng tự ái của đàn ông một mỗi lắm. Nhất là đàn ông Việt Nam lại cho rằng họ có cái quyền ấy. Họ nghĩ rằng chỉ mình họ có cái tôi thôi, còn phụ nữ thì không có. Hoặc nếu có, thì cái tôi của phụ nữ cũng phải nhỏ hơn họ. Người phụ nữ không bao giờ được làm xấu mặt người đàn ông. Cũng có người này người kia, nhưng đa phần là thế.

LÀM PHỤ NỮ Ở VIỆT NAM KHÓ QUÁ!

Vậy theo Ngọc Anh, làm thế nào để có thể chung sống hạnh phúc với một người đàn ông Việt?

Sức mạnh của người phụ nữ là ở sự mềm mỏng. Đàn ông họ suy nghĩ đơn giản lắm, không được tinh tế bằng phụ nữ nên hay làm phụ nữ giận. Thôi thì mình là một người phụ nữ, đừng chấp nhặt những chuyện ấy. Rồi mình nhẹ nhàng vuốt ve cái tôi của họ để cuộc sống được dễ chịu hơn. Ngọc Anh thỉnh thoảng lại nghe một vài người bạn lớn chia sẻ: không biết phải nói chuyện với vợ mình như thế nào. Hai người có thể hỏi nhau bao giờ về ăn cơm, con cái học hành thế nào hoặc những chuyện điện nước, nhà cửa nhưng không có sự chia sẻ về mặt tâm hồn. Có thể vì người phụ nữ đã quá mệt mỏi với những trách nhiệm của gia đình nên tự làm mất đi sự thú vị đối với bản thân họ, sự hấp dẫn đối với đàn ông. Thật sự Ngọc Anh thấy làm phụ nữ ở Việt Nam khó quá! Ngọc Anh rất nể phục những gia đình hạnh phúc và những người phụ nữ chu toàn cả công việc bên ngoài, lẫn gia đình!

Ngọc Anh thường phải lòng kiểu người đàn ông như thế nào?

Thường là những người đàn ông tế nhị, ít nói, biết quan tâm đến người khác. Khi trò chuyện, có thể đồng cảm, chia sẻ với nhau. Với một người hoạt động nghệ thuật như Ngọc Anh, nếu người đàn ông ích kỉ, không chịu hiểu cho mình thì sẽ không thể bên nhau được. Bởi làm diễn viên thì sẽ có những cảnh quay nhạy cảm, lại thường phải xa nhà 2, 3 tháng trời. Nếu đối ngược lại, người yêu mình như vậy, mình cũng thấy khó chịu chứ! Mình phải cố mà hiểu và thông cảm với người bạn đồng hành của mình. Ngọc Anh không bao giờ có kiểu tình yêu sét đánh cả, toàn là "mưa dầm thấm lâu". Mưa càng lâu thì lại càng thấm (cười).

Xuất hiện trên báo với những trang phục hở táo bạo, giờ lại đóng một bộ phim có cảnh nóng. Ngọc Anh có sợ công chúng có cái nhìn thiếu thiện cảm về mình?

Tôi nghĩ một con người cần được nhìn nhận ở nhiều khía cạnh khác nhau. Tôi chưa bao giờ dính một scandal nào cả. Hình tượng người phụ nữ gợi cảm, quyến rũ thì có gì sai nhĩ? Rất nhiều diễn viên, nghệ sĩ, thậm chí bạn bè của Ngọc Anh cũng ăn mặc như vậy. Hình tượng mà tôi đánh hướng đến là một người phụ nữ độc lập, quyến rũ, khả năng diễn xuất được đánh giá cao!

Cảm ơn Ngọc Anh về cuộc trò chuyện thú vị! Chúc bạn luôn toại nguyện trong những dự định sắp tới!



Váy: **Jenny Packham**
Đồng hồ: **Speake Marin Full Moon**



VƯƠNG LINH

nghệ sĩ
“đa zi năng”

KHI VƯƠNG LINH THÔNG BÁO RẰNG, CÔ SẼ NGHỈ VIỆC Ở CÔNG TY TRUYỀN THÔNG ĐỂ TRỞ THÀNH MỘT NGHỆ SĨ TỰ DO, TẤT CẢ BẠN BÈ ĐỀU NGẠC NHIÊN. LINH CHƯA TỪNG HỌC QUA MỘT TRƯỜNG LỚP NGHỆ THUẬT NÀO. THỜI ĐIỂM ẤY, MỌI NGƯỜI ĐỀU CHO RẰNG QUYẾT ĐỊNH ĐÓ LÀ QUÁ MẠO HIỂM, KHÔNG BIẾT TỰ LƯỢNG SỨC MÌNH, NHẤT LÀ ĐỐI VỚI LINH, MỘT CÔ GÁI VỐN DỊU DÀNG VÀ YẾU ĐUỐI.

Anh Trâm

CÔ GÁI “CẨM KỲ THI HỌA”

Tháng 6, năm 2013, Vương Linh ra triển lãm tranh đầu tiên mang tên “Mùa trong mắt” tại Bảo tàng Phụ nữ Việt Nam. Cô đã âm thầm tự làm tất cả mọi thứ: từ thiết kế banner, backdrop, thiệp mời đến việc đi xin tài trợ, làm giấy phép triển lãm. Cô gái từng lọt vào chung kết Hoa hậu các dân tộc Việt Nam năm 2011 và Top 10 Nữ hoàng trang sức 2013 đã tự tay bưng bê, bắt từng con vít để lồng tranh vào khung. Mùa hè Hà Nội, trời nắng như đổ lửa, Vương Linh tìm đến những tòa nhà cao tầng để phát thiệp mời, với mong muốn duy nhất tranh của mình đến được với công chúng nhiều hơn.

Triển lãm thu hút được sự chú ý của báo giới. Trước hết là vì mục đích của “Mùa trong mắt” quá đẹp: Toàn bộ số tiền thu được nhờ bán tranh sẽ được dành cho từ thiện. Hơn nữa, những bức tranh của Vương Linh rất lạ: sắc sảo, trẻ thơ và nữ tính. Nhân vật trong tranh thường là một người thiếu nữ với đôi mắt nhắm nghiền, không có khuôn miệng, chìm đắm trong thế giới tưởng tượng của riêng mình.

Sau thành công của “Mùa trong mắt”, 5 tháng sau, Vương Linh tổ chức triển lãm thứ hai mang tên “Phút đồng dạng”. Tươi sáng hơn, bay bổng hơn, những cô gái trong tranh tìm thấy mình hòa điệu với vạn vật xung quanh. Lần này, các cô gái đã mở mắt và hé miệng, như một sự thức tỉnh, trưởng thành, nỗ lực kết nối với thế giới bên ngoài. Nhờ hai triển lãm này, Vương Linh được biết đến nhiều hơn. Tranh của cô được chọn in trong cuốn “Nữ nghệ sĩ tạo hình Việt Nam” do NXB Mỹ thuật phát hành.

Không dừng lại ở hội họa, Vương Linh còn lấn sân sang âm nhạc và văn học. Tháng 10 năm ấy, cô cũng bất ngờ xuất hiện trong vai trò nhạc sĩ với ca khúc “Khúc hát cỏ cây” trong chương trình “Bài hát Việt”. Hiện tại, cô có trong tay trên dưới hai chục ca khúc tự sáng tác. Tháng 2 năm ngoái, Vương Linh cũng vừa cho ra mắt tập thơ đầu tay “Trên bầu trời có một đại dương” (NXB Văn học). Cuối năm nay, cô dự định sẽ cho ra mắt tập truyện ngắn đầu tay viết về tuổi học trò.



“Hãy lựa chọn công việc bạn yêu thích và như vậy bạn sẽ không phải làm việc một ngày nào trong đời”



SÁNG TẠO NHỜ BẢN NĂNG

Thật khó để định danh Vương Linh là ai: một họa sĩ, một nhạc sĩ hay một cây viết trẻ? Linh tâm sự cô chưa bao giờ tìm đến nghệ thuật để nổi tiếng nên danh xưng là gì không quá quan trọng. Cô đam mê sáng tạo, khao khát được thể hiện tiếng nói nội tâm của mình. Âm nhạc, văn học hay hội họa chỉ là những cách thức khác nhau để cô thể hiện con người thật của mình.

Nhiều người quan niệm, hoạt động nghệ thuật phải được nhiều người biết đến, giới chuyên môn công nhận, người hâm mộ đông đảo. Nếu không thì mấy chuyện vẽ vờ, viết lách hay sáng tác nhạc chỉ là một thú tiêu khiển giết thời gian. Linh thì lại nghĩ, chẳng nhẽ nhất định phải “được” một cái gì đó, thì mới sáng tác. Cô chia sẻ: *“Không phải Linh là kẻ an phận, mà vì Linh hiểu được thực chất mình mong muốn gì, tác phẩm của mình mong muốn gì. Linh mong muốn được sáng tạo nghệ thuật, còn tác phẩm của Linh mong muốn được ra đời. Chỉ đơn giản là vậy”*.

Không quá ham hố sự nổi tiếng, nên Vương Linh nhìn mọi thứ rất bình thản, nhẹ nhàng. Cô rất thích giao lưu với những bạn bè chung sở thích sáng tác. Hỏi rằng: *Nếu người bạn ấy được đánh giá cao hơn, Linh có buồn không?* Cô đáp lại giản dị: *Có sao đâu! Càng có nhiều người giỏi, thì càng có nhiều tác phẩm hay được ra đời.* Linh cũng tin rằng: người bạn ấy có thể giỏi hơn cô, nhưng cô cũng có những cái riêng, không ai có thể “bắt chước” giống được.

Vương Linh chưa từng trải qua một trường lớp nào về âm nhạc, hội họa hay văn học. Cô sáng tác bằng bản năng và tự học bằng cách đọc, xem, quan sát, nuôi dưỡng cảm xúc, ý tưởng. Linh không có ý định cố sùỵ cho việc học hành không bài bản nhưng cũng tự nhận là không hợp với trường, lớp. 16 năm ngồi trên ghế nhà trường đối với Linh đã là quá đủ. Việc sáng tác không bắt đầu từ bây giờ thì phải chờ đến bao giờ?

MẠNH MẼ KHÔNG NHẤT THIẾT PHẢI ỒN ÀO

Sau một thời gian làm nghệ sĩ tự do, hiện tại, Vương Linh đã đầu quân về Vinschool với vai trò điều phối nghệ thuật. Đó là công việc phù hợp với sở trường, thể mạnh của Linh, đồng thời vẫn cho phép cô tiếp tục những dự án nghệ thuật của riêng mình.

“Hãy lựa chọn công việc bạn yêu thích và như vậy bạn sẽ không phải làm việc một ngày nào trong đời”. Điều này có vẻ đúng với Linh. Cô hạnh phúc với những gì mình đang theo đuổi. Mọi chuyện hẳn đã khác đi, nếu 2 năm trước, cô không đủ can đảm để rũ bỏ công việc văn phòng nhàm chán. Thay đổi đôi khi rất đáng sợ. Đặc biệt đánh đổi một công việc ổn định lấy một thứ rất mù mờ như “nghệ sĩ tự do”, không thuộc bảo trợ của tổ chức đoàn thể nào, không có thu nhập ổn định, lại càng đáng sợ hơn. Chỉ có một tình yêu rất lớn với nghệ thuật mới có thể giúp cô gái nhút nhát vượt qua được qua sợ hãi để bắt tay vào thực hiện điều mình thực sự mong muốn.

Ngoài đời, Vương Linh là một cô gái âm áp, dịu dàng và hay bên lên. Bạn bè chưa bao giờ thấy cô giận dữ, ganh đua hay to tiếng với ai. Thậm chí, cô còn được đặt biệt danh là “người trời” vì lúc nào đầu óc cũng lơ lửng trên mây, hay có những ý tưởng kỳ lạ, lại rất ngây thơ, tin người. “Yếu đuối” là một từ mà người ta dễ gán cho Vương Linh nếu chỉ tiếp xúc qua vài lần. Nhưng tôi nghĩ rằng “mạnh mẽ” không nhất thiết là phải ăn to nói lớn, mặc những trang phục bụi bặm cá tính và luôn tỏ vẻ lấn át người khác. “Mạnh mẽ” đôi khi là dám đi ngược lại quan niệm của số đông, nghe theo lời con tim, và dùng tất cả sức lực để theo đuổi điều mà mình thực sự đam mê.



*Em nào
phải
CHIẾN SĨ!*

CÓ LẼ KHÔNG NƠI NÀO TRÊN THẾ GIỚI NÀY MÀ TỪ "HI SINH" ĐƯỢC NHẮC ĐẾN NHIỀU NHƯ Ở VIỆT NAM. MỘT PHẦN LÀ DO CHIẾN TRANH Kéo Dài, BIẾT BAO NGƯỜI ĐÃ NẢM XUỐNG, ĐÃ DÀNH CẢ CUỘC ĐỜI CHO SỰ NGHIỆP DÂN TỘC. HỌ BỎ QUA NHỮNG MUU CẦU CÁ NHÂN, GIA ĐÌNH ĐỂ VÌ MỘT LÝ TƯỞNG TO LỚN HƠN, VĨ ĐẠI HƠN LÀ HOÀ BÌNH DÂN TỘC. NHƯNG MỘT PHẦN KHÁC, KHÔNG BIẾT BẮT ĐẦU TỪ BAO GIỜ NỮA, PHỤ NỮ ĐƯỢC DẠY RẰNG CUỘC ĐỜI HỌ LÀ CHO CHỒNG CHO CON, RẰNG "HI SINH" LÀ ĐỨC TÍNH CAO QUÝ VÀ TỐT ĐẸP NHẤT ĐƯỢC VINH DANH MÃI MÃI. LIỆU CÓ THẬT SỰ ĐÚNG HAY KHÔNG?

Minh Minh

VÌ ANH HAY VÌ AI?

Từ bao đời nay, tôn chỉ "*Tam Tông Tứ Đức*" (ở nhà theo bố mẹ, xuất giá thì theo chồng, chống chết thì theo con) gần như đã trở thành một lễ thói căn bản, một thước đo chuẩn mực để đánh giá tư cách và nhân phẩm của một người phụ nữ. Cuộc đời họ luôn luôn phải đứng sau bóng dáng và hào quang (có thể có hoặc không) của một người đàn ông nào đấy. Nhưng chuyện đó cũng chẳng phải là quá nghiêm trọng hay sai trái gì nếu như phụ nữ lựa chọn chồng, con hay gia đình là mục đích sống của đời mình. Trong bầu không khí cởi mở và hiện đại, có thể những người mẹ người vợ như thế bị đánh giá là quá truyền thống, quá an toàn, nhàm chán và nhạt nhẽo. Tuy nhiên, tôi nghĩ rất cuộc hạnh phúc được hay không chỉ có người trong cuộc mới thực sự hiểu nhất, rằng bản thân có tiếp tục được hay phải từ bỏ mà thôi, bất luận thế gian có nói những gì. Ai cũng có quyền thử và sai lầm với quyết định của mình.

Từ bỏ ước mơ, đánh đổi sự nghiệp, thỏa hiệp nhiều lần, sẵn sàng tha thứ, cố gắng cảm thông, học cách chấp nhận, luôn nghĩ và làm cho lợi ích của người đàn ông mình yêu, gia đình mình vun đắp.... là những từ khóa chung cho một cuộc sống mà phụ nữ chọn để có được tương lai họ tin mình sẽ hạnh phúc. Phải, chẳng có hạnh phúc nào là dễ dàng hết cả.

Phải đánh đổi bằng trí lực, mồ hôi, nước mắt và thậm chí rất nhiều tổn thương. Đáng buồn thay, trên đời này, không phải cứ cố gắng hết sức thì sẽ đạt được điều mà mình mong muốn hay hi vọng. Đôi khi, đến một ngày, tất cả chúng ta nhận ra rằng, ảo tưởng của mình đã tan tành, kỉ niệm, niềm vui, sự gắn kết vỡ tung như đám bong bóng xà phòng mỏng manh nhất. Khi ấy, hiển nhiên là đau đớn vô cùng. Mà đau đớn thì thường đi kèm với hằn học, tìm một kẻ gánh chịu trách nhiệm và đặc biệt nuôi tiếc cho chính tình cảm của bản thân. Có nhiều cách biểu hiện khác nhau, nhưng một trong những cách hành xử thường thấy nhất chính là: "*Tôi đã hi sinh tuổi trẻ, mọi thứ cho anh, cho cái nhà này mà tại sao anh có thể?*"; "*Tôi đã làm mọi thứ cho anh mà tại sao anh có thể?*"; "*Có điều gì mà tôi chưa cho anh không mà sao anh có thể?*"... Thấy quen lắm đúng không? Chắc chắn là quen rồi! Thời điểm thất vọng cùng cực nhất, một cách rất bản năng, phụ nữ sẽ "cộng số" chi li mọi nỗ lực của mình, mất mát của mình, đánh đổi của mình để càng căm ghét đối phương, hối hận quá khứ và nuôi tiếc thanh xuân. Thế nhưng, giây phút đó, tôi nghĩ họ đã vô tình quên mất, nỗ lực kia, tuổi trẻ kia, tận hiến kia hình như không chỉ vì duy nhất một người đàn ông hay một đứa trẻ mà tận sâu xa còn vì chính hạnh phúc cá nhân nữa cơ mà?



“Sống cho mình, sống cho bản thân hay biết ích kỷ đôi chút không phải là điều tồi tệ gì cả”

THÔI THÌ HÃY NGỪNG HI SINH MỘT LÚC!

Tôi nghĩ phụ nữ có lẽ sẽ bớt tự làm khổ mình hơn nếu họ chấp nhận sự thật rằng *"sống cho mình, sống cho bản thân hay biết ích kỷ đôi chút không phải là điều tồi tệ gì cả"*. Đừng cố gắng mình trở thành một kiểu tượng đài hay tự tin vĩnh viễn rằng chỉ cần mình nhường nhịn mãi mãi hay tận hiến không ngừng thì ai hay cái gì đó sẽ thuộc về mình vĩnh viễn. Sự sở hữu chưa bao giờ là một điều bất biến, nhất là sở hữu trái tim một con người. Nó luôn vô hình trừu tượng, đẹp đẽ một cách tự nhiên nếu ta không nắm nó quá chặt và độc ác cũng rất tự nhiên nếu ta tìm cách khống chế bằng mọi cách.

Chắc chắn khi yêu hay quyết định gắn kết đời mình với ai, chúng ta đều phải cố gắng hết sức để xây dựng, vun đắp cho mối quan hệ đó. Nó bao gồm cả thời gian, tiền bạc, sự thông cảm, nhường nhịn, thỏa hiệp và cả vị tha bao dung. Nhưng tất cả điều đó không phải là gói bảo hiểm cho sự vững bền. Điều duy nhất đảm bảo cho bạn chính là bạn sẽ không bao giờ phải hối hận vì bất cứ phút giây nào đã trải qua với tự trọng, lòng dũng cảm và chân thành. Từng viên gạch nhỏ lót đường cho bản lĩnh, kinh nghiệm, từng trải và trưởng thành. Nếu có là nỗi đau, thì đó nhất định cũng phải là một nỗi đau đáng giá.

Đàn ông để yêu, để đánh đổi tương lai này bằng tương lai khác, chân trời này bằng lối đi khác, cuối cùng điểm xuất phát cũng là khi bạn tự trả lời cho bản thân câu hỏi: *"Với lựa chọn nào thì mình TIN là mình sẽ hạnh phúc hơn?"* Rốt cuộc, khởi đầu luôn vì bản thân mà chọn thì kết thúc cũng nên vì bản thân mà hành xử. Đừng tiếc công yêu, đừng gọi mọi điều mình đã làm trong tự nguyện bằng hai chữ "hi sinh", đừng dùng chúng như một thứ vũ khí đánh đối phương, kêu gọi cảm thông thương hại. Bởi sau cuối, chúng cũng sẽ quay ngược lại đâm vào tim bạn lúc nào không hay. Hơn nữa, mọi sự kè lể ấy đều không thể thay đổi hiện tại, thay đổi hoàn cảnh. Chỉ bằng cứu lấy chính mình trước chẳng phải tốt hơn hay sao?

Quá khứ là chuyện của hôm qua không thể thay đổi, chỉ có thể dùng nó như một bài học, một tấm gương mà trân trọng hơn hiện tại và bản thân mình. Việc của mình là sống không hổ thẹn, lựa chọn không hối tiếc vì đã trọn vẹn tâm sức. Còn những việc khác không thể kiểm soát được thì tại sao phải cưỡng ép bản thân, phải dón người dón chuyện đến đường cùng của sự hân học và dấn vật đứng không? Ai cũng có quyền mưu cầu hạnh phúc cho riêng mình, đôi khi sự mưu cầu ấy không thể làm hài lòng cả thiên hạ, nhưng chẳng ai là thánh thần hết cả nên cũng sẽ có người vì họ mà ích kỷ với bạn hay tổn thương bạn. Chấp nhận sớm chừng nào sẽ thanh thản chừng ấy, tự do chừng ấy. Và khởi đầu của chấp nhận để buông bỏ chính là ngừng nghĩ rằng: *"TÔI ĐÃ HI SINH CHO ANH!"*

NHỮNG CUỘC YÊU

“COPY
AND

PASTE”

*Mỗi ngày nào,
hai người còn thấy tim đập thình
thịch khi vô tình chạm tay hay chạm mắt,
tim đập loạn nhịp khi người ta mới ôm mình một
cái. Vậy mà dùng một phút, cứ tưởng như trong chớp
mắt thôi, sợi dây liên kết tình cảm của hai người đã bền
chặt và gắn gũi đến nỗi chàng chỉ cần... nghe nàng thở
cũng biết được nàng sắp sửa thăng hoa hay chưa. Hai
người hiểu nhau như cuốn sách mở và cuộc yêu vì thế
cũng trở nên cõi mở tuyệt đối. Cuộc đời tuyệt vời
cũng chỉ đến thế là cùng. Ấy là nàng nghĩ
vậy. Cho đến một hôm...*

SCORPIO





CẢM GIÁC DÉJÀ VU VÀ NHỮNG CUỘC YÊU GIỐNG NHAU NHƯ TẠC

Ai trong chúng ta cũng đã ít nhất được một lần trải nghiệm cảm giác déjà vu - cảm giác thấy một sự kiện, hiện tượng hoặc cảnh vật nào đó xảy ra trong hiện tại giống y xì đúc với những gì chúng ta đã chứng kiến hoặc trải qua trước đây. Nhiều người vẫn nói đó là ảo giác và sự lẫn lộn giữa mơ và thực. Nhưng với cô nàng đồng nghiệp khá thân thiết của tôi, thì chắc chắn 100% cảm giác déjà vu của nàng không phải là ảo giác. Yêu nhau được hai năm, khoảng thời gian đủ dài để sự khám phá trở nên dư thừa và không cần thiết. Những say mê, háo hức, thèm muốn nhau lúc ban đầu dần được thay chỗ bởi những cuộc yêu nhẹ nhàng, cố định và dễ đoán trước. Với cô ấy, chắc chắn sẽ là tối thứ tư và thứ bảy hằng tuần, một tối ở nhà nàng, và tối còn lại sẽ ở nhà chàng. Chắc chắn sẽ có màn nấu cho nhau ăn và sau đó là chuyện-ai-cũng-biết-là-chuyện-gì-đấy. Mọi việc diễn ra đều ổn, cho đến một ngày, khi chàng vẫn đang say sưa trong cuộc, thì cô bạn tôi bỗng đứng giật mình vì thấy “cảnh này sao mà quen quá”. Tất nhiên, nguyên nhân không phải vì nàng đã gặp nó trong mơ, mà chỉ đơn giản là cuộc yêu của hai người đang lặp đi lặp lại cùng một kịch bản và đã đến hồi vô cùng nhàm chán. Tần suất gần gũi nhau cứ thế giảm dần đều và cả hai đều chẳng thấy có nhu cầu thay đổi.

Nhưng cô bạn đồng nghiệp ấy vẫn còn may mắn chán, vì một người bạn khác của tôi còn dính phải một tình cảnh trở trêu hơn nhiều. Nàng yêu đương cũng khá nhiều nhưng chả hiểu có phải ăn ở không mướt không mà lần nào cũng yêu nhầm chàng “yếu”. Chàng đầu tiên, theo lời kể của bạn tôi, chắc chắn rộng tay lắm cũng chỉ được 1,5 điểm trên thang 10 cho cái gọi là “bản lĩnh đàn ông”. Không chịu nổi nhiệt, nàng chia tay. Đến chàng thứ hai, tình hình còn tệ hơn. Phải đến khi yêu chàng thứ ba, mọi chuyện mới khá khẩm hơn tẹo. Tất nhiên là khá với cô ấy, còn chàng vẫn chỉ thuộc dạng trên trung bình một xíu. Vì không “khỏe”, cộng thêm tính lười, nên cuộc yêu của hai người giống nhau từ lần một đến lần 1001. Không dạo đầu, không rướm rà lãng nhãng (vì chàng chỉ có thể “chuẩn men” trong một khoảng thời gian nhất định), hai người cứ thế tiến vào cuộc chơi chính mà chẳng cần biết đối phương đã có đủ thời gian để làm nóng hay chưa. Chả trách mỗi khi nhắc đến chuyện “mặn”, cô nàng bạn tôi bao giờ cũng lắc đầu ngán ngẩm và chẳng buồn tham gia.



ĐỔI GIÓ HAY TIỀN KHÁCH ?

Ai đó đã nói rằng, cuộc yêu cũng giống như chiếc bánh pizza. Ngay cả khi nó có vẻ không ngon, thì thực ra nó vẫn ngon như thường. Nhưng nếu cùng là một chiếc pizza ấy, đã không ngon thì chớ, mà bạn vẫn phải nhắm mắt nhắm mũi để nuốt hết lần này đến lần khác thì đúng là tấn bi hài kịch của cuộc đời. Vậy là giờ đây sẽ có hai lựa chọn: Đổi gió hay “tiền khách”? Những cô nàng nhất định tin vào điều kì diệu, vào thứ gọi là sợi dây gắn kết nhục cảm giữa hai người kia chắc chắn sẽ sống chết chọn phương án một. Ấy là vì nàng nghĩ cả hai vẫn còn cơ hội để làm mới chuyện yêu đương, để không cảm thấy bị “ngấy” nhau. Cô nàng đồng nghiệp của tôi đã chọn cách như vậy. Thay vì về nhà chuẩn bị bữa ăn tối cho chàng và sau đó thế nào cũng đến màn chàng “ăn” mình, nàng khéo léo rủ chàng ra hàng ăn và “đổi gió” bằng cách vào khách sạn. Được một vài lần, chàng bắt đầu chê tốn kém, kêu ngại vì chẳng được nằm ngủ luôn như ở nhà mà phải dậy mặc quần áo và đi về. Cảm hứng tụt hơn một nửa. Sau lần đổi gió bất thành với người yêu, nàng quay ra tự âm thầm làm mới cảm xúc bằng cách trở thành *friends with benefits* với anh chàng đồng nghiệp cũ. Chẳng hiểu tình hình có khá khẩm hơn không, nhưng chẳng bao lâu thì thấy nàng chia tay hẳn với anh người yêu và thêm vào danh sách *friends with benefits* của mình một vài cái tên nữa.

Nàng bạn thân của tôi thì chọn phương án hai: Tạm thời dừng mọi cơ hội gắn gũi nhau với chàng người yêu “cái gì cũng có chỉ thiếu cái đó”. Nàng bắt đầu chọn “ăn kiêng”. Tất nhiên chàng người yêu của nàng mừng húm vì sự “tha bổng” đầy tính nhân đạo này, nhưng liệu có thể tồn tại một tình yêu mà không có sự tồn tại của sợi dây liên kết về thể xác và tinh thần cao nhất là sex hay không?



“YÊU” THANH THẦN

Mới đây trong bài phỏng vấn của tờ New York Times, Emma Morano – người phụ nữ già nhất châu Âu và già thứ năm trên toàn thế giới đã tiết lộ bí kíp để sống đến 115 tuổi như bà: “Hãy ăn trứng sống, và tránh xa đàn ông”. Tất nhiên là nàng sẽ phì cười mà nghĩ rằng “*Sống đến tám ấy tuổi thì chỉ mong ăn uống bít thờ được bình thường chứ còn nhu cầu gì mà gần với xa đàn ông*”. Nhưng nàng có thấy không? Cuộc sống không đàn ông hẳn sẽ là một cuộc sống trong lành, thanh khiết và chắc chắn sẽ... rất tốt cho sức khỏe. Nhưng phụ nữ, giống loài luôn cần yêu thương, nâng niu, che chở, lại đang ở trong ngưỡng tuổi đẹp nhất của cuộc đời, liệu có thể tìm thấy sự bình yên vĩnh cửu bằng cách tránh xa và “kiêng khem” đàn ông hay không?

Cô bạn thân của tôi sau khi quyết định kiêng yêu đã tìm đến yoga và thiền định để tĩnh tâm và tìm lại sự cân bằng cho cảm xúc cũng như ham muốn của mình. Chẳng hiểu nàng theo học theo khóa gì được khuyên là các bài tập chỉ phát huy tối đa tác dụng nếu như nàng... tập nude. Vậy là sáng sáng, nàng đều ngồi tập thở, tập yoga trong trạng thái gần gũi với thiên nhiên nhất. Cho đến một ngày, chàng người yêu bất ngờ đến nhà rủ nàng đi ăn sáng và bắt gặp nàng trong tình trạng như vậy. Phép màu bỗng nhiên xảy ra. Chàng bỗng cảm thấy cảm hứng yêu đương từ đầu tràn về tới tấp, và cả hai đã có một cuộc yêu hàn gắn không thể nào quên.

Vậy đó, không phải lúc nào nhanh, gấp cũng là tốt. Đôi khi một dấu lặng để kết thúc bản nhạc cũ sẽ là một cú hích hoàn hảo để bạn có thể móc son vạch nhịp mà sáng tạo nên một khúc ca yêu đương viên mãn khác dành cho chính mình.

1- CHANEL

Nhà thiết kế Karl Lagerfeld đã giới thiệu BST Prefall Métiers d'Art Paris-Salzburg trong tòa lâu đài từ thế kỷ 18 Schloss Leopoldskron. Bảng màu trong các thiết kế lần này tái hiện lại những tông màu trứ danh của CHANEL – trắng, đỏ, xanh hải quân, đen – pha trộn với những gam màu thiên nhiên của vùng núi Alps như ghi xám hay xanh lá. Pha trộn phong cách vùng Tyrol với truyền thống đặc trưng của Áo, nhà thiết kế Karl Lagerfeld biến tấu những mẫu đầm dirndl của nữ, bộ đồ lederhosen của nam và những thiết kế đa dạng khác.



2- THE CROWN

Trong tháng 6 năm 2015, công ty TNHH Capitaland – Hoàng Thành tổ chức sự kiện ra mắt căn hộ mẫu tòa The Crown. Các căn hộ của The Crown – Mulberry Lane được thiết kế thông minh theo tiêu chuẩn Singapore, với diện tích từ 123 - 154m² (3 - 5 phòng ngủ) có hướng nhìn ra khoảng xanh hoặc hồ nước. Nhân dịp này, chủ đầu tư đưa ra chương trình thanh toán ưu đãi: thanh toán 50% và chủ căn hộ có thể nhận nhà ngay lập tức.

3- HENNESSY CONCERT 19

Vừa qua tại Nhà hát lớn, Hennessy Concert lần thứ 19 một lần nữa chinh phục khán giả yêu âm nhạc cổ điển bằng đêm diễn đầy cảm xúc của cặp song tấu violon – piano Stefan Jackiw và Anna Polonsky. Với thông điệp về hành trình từ bóng tối, sự đau khổ đi tới ánh sáng và niềm hi vọng, nhạc mục của chương trình được xây dựng gồm 4 tác phẩm mang đậm dấu ấn của âm nhạc cổ điển cận – hiện đại. Đêm hoà nhạc một lần nữa ghi dấu một mùa biểu diễn thành công của chuỗi chương trình nghệ thuật uy tín này.



4- LG

Từ ngày 20/5, LG và truyền hình An Viên (AVG) mang tới cho khách hàng mua tivi LG model LF631V chương trình khuyến mại "Miễn phí gói cao cấp truyền hình An Viên". Mỗi tivi LG LF631V 40 inch hoặc 43 inch bán ra sẽ được tặng thẻ CAM siêu nhỏ gắn vào bên trong TV kèm thẻ giải mã của Truyền hình An Viên và được xem miễn phí Truyền hình An Viên đến 12 tháng với công nghệ truyền hình số mặt đất (DTT) hoặc 6 tháng với số vệ tinh (DTH). Khách hàng sẽ tiết kiệm được một khoản tiền không nhỏ lên tới 1.300.000 VND khi mua LG smart TV.

5- VISTA VERDE

Chủ đầu tư Capitaland và đối tác là công ty TNHH Thiên Đức thông báo mở bán tòa Lotus, một tòa hạng sang trong tổng số bốn tòa thuộc dự án nhà ở cao cấp Vista Verde. Giá bán của tòa Lotus sang trọng sẽ thay đổi theo từng loại căn hộ với mức khung là 35 triệu đồng/m². Đặc biệt với loại căn hộ bốn phòng ngủ (150 m²), người mua nhà sẽ được nhận gói ưu đãi mang tên "Phong cách doanh nhân". Với gói ưu đãi này, chủ nhà sẽ được miễn phí 5 năm chỗ đậu xe hơi và còn được tặng một vị trí trong khu Văn phòng Dịch vụ trong vòng 5 năm sử dụng miễn phí tiền thuê.





6 - TỔNG CỤC DU LỊCH SINGAPORE

Nhân kỷ niệm 50 năm Quốc Khánh, Singapore triển khai hàng loạt các ưu đãi hấp dẫn nhằm mang đến trải nghiệm đặc biệt dành cho du khách quốc tế, bao gồm các du khách đến từ Việt Nam. Với khuyến mãi hấp dẫn dành cho vé máy bay Singapore Airlines và giá phòng khách sạn (ở 2 đêm, miễn phí đêm thứ 3) cùng nhiều cơ hội mua sắm và tham quan, đây là dịp không nên bỏ qua để khám phá Singapore. Thông tin chi tiết, vui lòng truy cập trang web: <http://www.yoursingapore.com/campaigns/golden-jubilee.html>.

7 - THE COFFEE BEAN & TEA LEAF®

The Coffee Bean & Tea Leaf® Việt Nam vừa tổ chức lễ ra mắt thẻ ưu đãi VIP Bean Card với chủ đề "Espresso your lifestyle". Điểm đặc biệt của chương trình VIP Bean card là khách hàng không chỉ được giảm giá 10% tại hệ thống của The Coffee Bean & Tea Leaf® mà còn được hưởng nhiều ưu đãi tuyệt vời từ 5 đối tác thân thiết của The Coffee Bean® là: Forbes Vietnam (Tạp chí), California Fitness & Yoga Centers (Fitness), Star BHD Cineplex (Rạp chiếu phim), Hotel Quickly (Ứng dụng đặt khách sạn), Accessorize – Haivaianas – Bebe (Thời trang).

8 - SONY

Sony vừa giới thiệu đến người dùng Việt Nam Xperia Z3+, dòng smartphone cao cấp mới nhất với thiết kế thanh mảnh, tinh tế, thời trang và hiệu năng hoạt động hoàn toàn vượt trội. Khả năng chụp ảnh sắc nét, thời lượng pin ấn tượng, thiết kế chống bụi nước khiến Xperia Z3+ trở thành một sản phẩm nổi bật của 2015. Xperia Z3+ dự kiến được bán ra tại Việt Nam từ ngày 03/07/2015 với ba màu Đen, Trắng và Đồng. Để biết thông tin cấu hình đầy đủ của Xperia Z3+, vui lòng truy cập: <http://www.sonymobile.com/vn/products/phones/xperia-z3-plus/>



9 - HUAWEI

Huawei Consumer Group vừa có buổi giới thiệu P8 và các thiết bị đeo Huawei tại Bangkok, nơi đặt trụ sở chính của Huawei Đông Nam Á. Huawei P8 là tác phẩm giao thoa hoàn hảo giữa công nghệ, kiểu dáng sang trọng, tính đa nhiệm và là cuộc cách mạng cho tính năng chụp ảnh trong điều kiện ánh sáng yếu. Hơn cả một chiếc điện thoại thông minh, P8 là sự cân bằng hoàn hảo giữa tính thẩm mỹ tối giản và tính năng.

10 - LEXUS

LEXUS Việt Nam vừa chính thức giới thiệu ra thị trường Việt Nam mẫu xe Lexus NX200t – xe địa hình hạng sang cỡ nhỏ hoàn toàn mới của Lexus với thiết kế cá tính giàu cảm xúc cùng các dịch vụ đẳng cấp kèm theo. Lexus NX200t chính thức có mặt tại hai đại lý Lexus chính hãng trên toàn quốc (đại lý Lexus Thăng Long tại Hà Nội và đại lý Lexus Trung Tâm Sài Gòn tại TP. Hồ Chí Minh) kể từ ngày 27/5/2015. Giá bán lẻ đã bao gồm thuế VAT: 2.408.000.000 VND



1- PRIMA GOLD

Prima Gold vừa cho ra mắt BST Meridian được ví như những tuyệt tác độc đáo từ vàng 24K thượng hạng của Thụy Sĩ. Với những hình cầu được tạo thành từ hình ảnh của đóa hoa hồng đặt cạnh bên chiếc lá may mắn, sản phẩm khiến người đeo càng thêm nổi bật dưới ánh mặt trời hoặc trong những đêm tiệc. Để có BST hoàn hảo, các nghệ nhân kim hoàn của Prima Gold đã làm việc miệt mài hơn 800 giờ với độ tỉ mỉ cao nhất. Không chỉ giới hạn trong BST Meridian, các mẫu nữ trang khác của Prima Gold cũng được sáng tạo như những tác phẩm nghệ thuật.

2 - CHRISTIAN LOBOUTIN

Mùa xuân này, Christian Loboutin lại một lần nữa đem đến giới mộ điệu BST Nudes với thêm bốn mẫu giày mới, đặc biệt mỗi mẫu có năm sắc thái màu nude khác nhau do chính NTK lựa chọn. Hai mẫu thiết kế cổ điển Iriza và So Kate cùng với hai thiết kế được ra mắt gần đây trong BST Xuân/Hè, Thu/Đông 2015 là Deepik và Dorissima sẽ được trình làng trong BST Nudes 2015 lần này. Bốn mẫu thiết kế sẽ có mặt trực tuyến trên toàn thế giới, lần đầu tiên trên trang thương mại điện tử của cả châu Âu và châu Á và một số cửa hàng flagship Christian Louboutin.



3 - CARNELIAN

Từ nhiều thế kỷ nay, đá Carnelian được coi là loại đá của quyền lực, can đảm, tham vọng và tạo nguồn cảm hứng lớn lao, có khả năng bảo vệ người đeo tránh khỏi những cảm giác tiêu cực. Đá Carnelian được khuyến dùng đối với những bệnh về máu và tuần hoàn, giúp hoạt động não bộ, làm đầu óc sáng hơn. Thiết kế với những charm vàng, bạc: chữ Om, mặt Phật không những tăng tính thẩm mỹ cho chiếc vòng mà còn tăng sự may mắn và đem đến nhiều vận may cho chủ nhân của nó.

4 - ACCESSORIZE

Trong tháng 6, Accessorize mang đến nguồn cảm hứng từ vùng đất Rio de Janeiro, con người Brazil và Nam Mỹ với Bộ Sưu Tập IPANEMA. Những gam màu sáng rực rỡ và nổi bật, những họa tiết in thổ cẩm, những phụ kiện sắc sảo xuất hiện tràn ngập trong Bộ Sưu Tập IPANEMA, mang đến sự lựa chọn phong phú và phóng khoáng. Bên cạnh đó, Bộ Sưu Tập BEACH là sự kết hợp đặc sắc của nhiều nguồn cảm hứng mới lạ và những phong cách đang làm điên đảo giới mộ điệu thời trang khắp nơi trên thế giới.



5 - GUY LAROCHE

Tháng 7 này, Guy Laroche mang tới cho quý khách chương trình khuyến mại Seasonal Sale Xuân Hè 2015 cực hấp dẫn: Từ 1/7/2015, giảm giá lên đến 50% cho hàng trăm sản phẩm mới nhất tại các gian hàng Guy Laroche tại: TTMS Robins - Royal city - HN, Lotte Department Store, Hà Nội hoặc Diamond Plaza, TP.HCM và TTMS Robins - Crescent Mall - TP.HCM! Với chất lượng da thật 100% được thuộc bằng công nghệ hiện đại và thiết kế thanh lịch, Guy Laroche chắc chắn sẽ trở thành người bạn đồng hành không thể thiếu trong tủ đồ của mọi cô gái!



6

**6 - CHARLES & KEITH**

BST Awakening của Charles & Keith ứng dụng khéo léo nét mềm mại đặc trưng của những động tác yoga và ba lê vào từng đường nét của BST. Sự cân bằng giữa gam màu quen thuộc như màu xanh bạc hà dịu mát, màu xanh dương, màu trắng và đỏ thể hiện trên nền chất liệu cao su tổng hợp và phủ satin giúp những đôi sandal kiểu ghillie cột dây, sandal slip-on, giày đế xuồng và giày cao gót luôn luôn tỏa sáng với vẻ đẹp vốn có của mình.

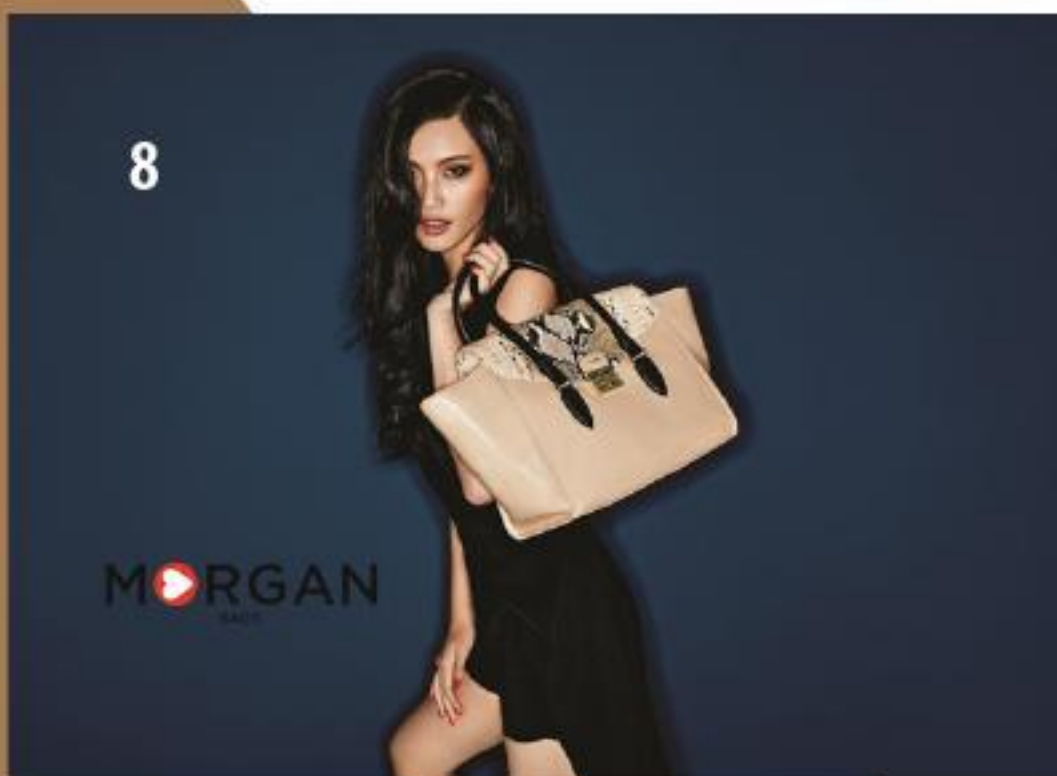
7 - BONIA

Luôn đi đầu trong xu hướng thời trang, BONIA bắt đầu Xuân Hè 2015 bằng bộ sưu tập NOUVE. Những nhà thiết kế BONIA giới thiệu đến bạn một khái niệm mới về thương hiệu cho mùa thời trang năm nay với những mẫu thiết kế trong màu sắc mới - ấm áp và lôi cuốn. BST nổi bật với những sắc màu sắc sỡ, định hình cho từng phong cách của người, có trẻ trung, năng động, pha chút quý phái và cá tính, đầy đam mê.

7



8

**8 - MORGAN HANDBAGS**

Từ ngày 1/7/2015, Morgan Handbags dành tặng cho quý khách chương trình khuyến mại Seasonal Sale cực hấp dẫn, giảm giá lên đến 50% cho hàng trăm sản phẩm mới nhất của BST Xuân Hè 2015. Chương trình áp dụng tại Morgan handbags: Tầng 2 Lotte Department Store – 54, Liễu Giai, Hà Nội (04. 3267 6005) và TTMS Robins - Crescent mall – HCM (08. 6685 5551). Hãy đến để trải nghiệm tận tay và lựa chọn sản phẩm yêu thích của bạn!

9 - CARLO RINO

Mùa này, Carlo Rino tập trung vào những đôi giày, từ những đôi cao gót để thô cho đến những đôi quai thoải mái, đôi sandals cho mùa hè năng động. Những đôi giày cao gót của Carlo Rino là đại diện tiêu biểu cho phong cách mạnh mẽ, phóng khoáng mà không hề phô trương. Bề mặt để nổi bật với chất liệu vinyl được tô điểm bởi họa tiết ô vuông, giày gót thấp của Carlo Rino theo chân bạn đến công sở, sàn nhạc hay tiệc đêm ngọt ngào. Sản phẩm có bán tại Crescent Mall, Union Square, Keangnam, Indochina.

10 - ADIDAS

Trên sân cỏ chỉ có 2 loại cầu thủ: hoặc là "thay đổi cục diện" hoặc là "kiểm soát trận đấu". Lấn đầu tiên trong lịch sử bóng đá, 2 loại cầu thủ riêng biệt sở hữu 2 loại giày rất riêng. Những dòng giày đá bóng trước đây sẽ không còn nữa. Chỉ còn lại Chaos – thay đổi cục diện và Control – kiểm soát trận đấu. Chỉ còn lại X và ACE. Thứ Tư, ngày 01 tháng 07, người hâm mộ bóng đá có thể tìm mua ACE 15 và X15 tại các cửa hàng và các nhà phân phối của Adidas trên toàn thế giới.



10



1 - THẨM MỸ VIỆN XUÂN HƯƠNG

Từ ngày 1/6 – 30/6/2015, đến với TMV Xuân Hương, quý khách sẽ được: Giảm 30% chi phí cho các dịch vụ tẩy trắng, giảm béo Laser LS 650, triệt lông vĩnh viễn, điều trị da công nghệ cao; Giảm 10% cho tất cả các dịch vụ khi đi 2 người; Giảm 20% tất cả các dịch vụ đối với khách hàng thân thiết và 10% cho khách hàng mới có sinh nhật trong tháng này. Hãy nhanh tay đăng ký sử dụng dịch vụ ngay hôm nay theo số 1800 6999 – 094 572 666 để không bỏ lỡ cơ hội làm đẹp với chi phí tiết kiệm nhất bạn nhé!

THẨM MỸ VIỆN XUÂN HƯƠNG
22 Triệu Việt Vương – Hai Bà Trưng – Hà Nội

30% TẮM TRẮNG GIẢM BÉO

1 10% RẺH 2 NGƯỜI

CHỦ NHẤT VÀNG
"LỘC VÀNG"
CÁI THÁNG NGÀY XUÂN

Tặng

- 15.000.000VNĐ THERMAGE CPT
- 10.000.000VNĐ NÂNG MÔI ĐƠN CẨM

1800 6999
094 572 666

Ưu đãi ngập tràn - chào hè sôi động!

2 - MENARD SHOP&SPA HÙNG VƯƠNG

Nằm trong trung tâm thương mại sầm uất của Sài Gòn, Menard Shop&Spa Hùng Vương hiện hữu như một món quà bất ngờ cho những ai muốn kiếm tìm cảm giác bình yên. Diện mạo mới của Menard Shop & Spa Hùng Vương qua những bức tranh thêu tay, nghệ thuật gốm thủ công, chiếc đèn trang trí độc đáo mang đậm phong cách phương Đông chắc hẳn sẽ làm hài lòng khách hàng ... Trong tháng 7 này, đến trải nghiệm dịch vụ tại Menard Shop & Spa Hùng Vương, bạn sẽ có cơ hội khám phá những chương trình quà tặng khai trương đặc biệt hấp dẫn.

3 - NASHI

Phyto Repair là phương pháp tái tạo cấu trúc lớp tóc chuyên nghiệp và kích thích quá trình tái tạo năng lượng tự nhiên cho sợi tóc trở về trạng thái nguyên bản. Phyto Repair có thể: Phục hồi tóc bị hư hỏng từ lớp biểu bì cho đến thân tóc; Thẩm sâu vào tóc, tái tạo lại cấu trúc tóc và tăng cường sức khỏe của lớp biểu bì; Hiệu quả của sản phẩm về lâu dài là giúp các lớp biểu bì có thể đóng lại hoàn toàn, bảo vệ tóc khỏi bị hư hại thêm. Hãy để Nashi Phyto Repair chăm sóc mái tóc cho bạn!



PHYTO REPAIR
dual complex™

3

1 2 3

4 - NIVEA

Lần đầu tiên, nhãn hiệu chăm sóc da Nivea ra mắt dòng sản phẩm dưỡng thể chứa Collagen tại Việt Nam. Collagen giúp phục hồi tình trạng da sạm đen hư tổn do nắng gây ra từ sâu bên trong, cho làn da trắng mịn, căng mượt. Ngoài ra, dòng dưỡng thể trắng da mới chứa Collagen còn tăng cường chỉ số chống nắng SPF30 cho sữa dưỡng thể và SPF50 cho Serum dưỡng thể, đem lại sự bảo vệ tối ưu cho da khỏi tác hại của tia UV.

5 - PACO RABANNE

Một ly cocktail là thứ không thể thiếu trong những bữa tiệc và LADY MILLION EAU MY GOLD! cũng sẽ trở thành chai nước hoa không thể thiếu của bạn. Hãy thưởng thức ly cocktail EAU MY GOLD! để được trở thành cô nàng LADY MILLION. Cô ấy tận hưởng sự tự do và sự sáng khoái đến từ ly cocktail với sự khởi đầu tươi mát bởi Xoài, Bưởi nối tiếp là sự ngọt ngào mê hoặc từ tinh chất hoa cam và violet. Xuyên suốt tháng ra mắt sản phẩm, khách hàng sẽ được tặng túi thời trang mang đậm chất LADY MILLION khi mua sắm tại hệ thống PARIS FRANCE & PARKSON.

DÒNG DƯỠNG THỂ TRẮNG DA CHỨA COLLAGEN

GIÚP PHỤC HỒI & DƯỠNG TRẮNG DA

4

Lady MILLION EAU MY GOLD!

paco rabanne

EAU DE TOILETTE NATURAL SPRAY
80ml e 2.7 FL.OZ.

5



6 - N.1HOMEPRO

Trong tháng 07 tới Rita Võ sẽ khai trương trung tâm nội thất N.1HOMEPRO lớn nhất tại Việt Nam với diện tích lên đến hơn 15,000m². N.1HOMEPRO mang một sắc thái mới, phong cách mới cho khách hàng với hơn 10.000 sản phẩm nội thất, ngoại thất chất lượng cao, thiết kế cực kỳ hiện đại và luôn theo sát các xu hướng mới nhất đến từ các thương hiệu hàng đầu thế giới như: KOHLER, MIELE, POLIFORM, VARENNNA, NATUZZI, FLORIM, SIMMONS... Tìm hiểu thêm về công ty và sản phẩm tại: www.n1homepro.ritavo.com. Hotline: 1800 1246.

7 - L'OCCITANE

L'OCCITANE đã ứng dụng khả năng làm săn chắc và tăng tính đàn hồi cho da của Almond (Hạnh nhân) để tạo thành một dòng sản phẩm làm đẹp từ thiên nhiên. Sử dụng Hạnh nhân có xuất xứ từ vùng Provence, chúng tôi đã đặc chế thành công các sản phẩm dưỡng thể, giữ ẩm, tẩy tế bào chết, xà phòng và trị liệu cơ thể. Hạnh nhân giúp loại trừ sự xuất hiện của những vùng mỡ thừa đọng và giúp làm thon gọn thân hình.

8 - AMADORA WELLNESS & SPA

Giữa phố xá tấp nập, Amadora Wellness & Spa 250 Bà Triệu với không gian mang đậm dấu ấn phương đông đã thực sự trở thành chốn bình yên và khác biệt. Màu xanh được xuyên suốt tại mọi không gian thư giãn. Bạn có thể ngâm mình giữa làn nước trong veo, thả hồn theo tiếng nước róc rách chảy, lắng nhìn những chậu cây xanh mướt, tán lá dịu mát. Khám phá những góc vườn nhỏ xinh, trong tiếng nhạc du dương, êm dịu giúp bạn cảm nhận được sự thư thái ngập tràn.

9 - RETINOL

Retinol giúp loại bỏ chất bã, dầu nhờn gây tình trạng bít lỗ chân lông. Đồng thời, Retinol giúp giảm vi khuẩn gây ra mụn. Nếu bạn đang gặp vấn đề thay đổi sắc tố, màu da, Retinol có thể là câu trả lời giải đáp mọi băn khoăn. Các tính chất tẩy tế bào chết trong Retinol giúp bong ra các tế bào da chết, làm giảm sự xuất hiện của nếp nhăn, mang lại làn da mới tươi sáng hơn. Giá: 2.202.000 VND.



10 - CALIFORNIA FITNESS & YOGA CENTERS

Tập đoàn California Management Group (CMG) vừa công bố kế hoạch mở rộng thêm 6 cơ sở mới thuộc hệ thống Trung tâm thể dục thể hình và yoga California Fitness & Yoga (CFY) đến cuối năm nay. Các địa điểm này hiện đang trong quá trình thi công, dự kiến mở cửa trong 6 tháng cuối năm 2015, đưa tổng số lượng các trung tâm phong cách sống đẳng cấp của hệ thống CFYC lên thành 20 trung tâm, có mặt tại 6 tỉnh và thành phố tại Việt Nam.



11 - SHISEIDO

Hàng ngàn quý cô hiện đại đã tận hưởng ngày chủ nhật nhiều cảm xúc cùng Shiseido trong chương trình "Cho ngày mới rạng rỡ" tổ chức tại Crescent Mall vào ngày 14/06 vừa qua. Chương trình mang đến vũ điệu sống động "Điều gì làm bạn gái đẹp hơn" của vũ đoàn Quang Đăng và bộ sưu tập thời trang quyến rũ của nhà thiết kế Lê Thanh Hòa. Ngoài ra, phái đẹp còn được khám phá bí quyết chăm sóc da từ sản phẩm dưỡng trắng mang lại vẻ đẹp rạng rỡ suốt 24h White Lucent All Day Brightener.





NTK ĐỖ MẠNH CƯỜNG RA MẮT BST LA VIE EN ROSE



Sau nhiều ngày chuẩn bị, cuối cùng, bộ sưu tập mới nhất của NTK Đỗ Mạnh Cường mang tên La Vie En Rose (Cuộc sống màu hồng) đã ra mắt khán giả mộ điệu tại một lâu đài 100 năm tuổi ở Beverly Hills vào buổi chiều ngày 14/6. Toàn bộ diện tích trong lâu đài được ê kíp của NTK 8X tài năng này bao hết, chuẩn bị kỹ càng cho show diễn từ hơn nửa năm nay.

400 khách mời của sự kiện đến từ khắp nơi trên thế giới, trong đó có nhiều người đẹp nổi tiếng ở Việt Nam như Ngô Thanh Vân, Linh Nga, Diễm My, Hà Kiều Anh, Thủy Hương, Tóc Tiên, Khánh My, Janine Tugonon - Miss Philippines Universe 2012 & Farung Yuthithum - Miss Thailand Universe 2007 ... Bên cạnh đó, còn có nhiều khách mời quan trọng là kiều bào Việt Nam sống tại các tiểu bang trên đất Mỹ và các khách mời nước ngoài.

Trong gần 1 giờ, các người mẫu nổi tiếng Việt Nam như Trương Thị Mỹ, Hoàng Yến, Minh Triệu, Hoàng Khánh Ngọc, Lê Thuý, Ngọc Thuý, Quang Hùng, Oanh Nguyễn, Lê Thanh Thảo, Thiên Trang, Thủy Trang, Chế Nguyễn Quỳnh Châu... và nhiều người mẫu nước ngoài đang làm việc tại Hollywood đã trình diễn những mẫu thiết kế rất đẹp của NTK Đỗ Mạnh Cường.

Đỗ Mạnh Cường là nhà thiết kế đầu tiên của Việt Nam giới thiệu bộ sưu tập của mình một cách chuyên nghiệp tại Beverly Hills, Mỹ. Anh đã dồn hết tâm sức để buổi diễn thành công tốt đẹp nhất. Anh hi vọng đây là 1 sự kiện ghi dấu ấn trong năm 2015 tại bang Cali. Trong thời gian tới, Đỗ Mạnh Cường sẽ tiếp tục thực hiện nhiều buổi diễn lớn và quy mô hơn để thỏa lòng mong đợi của những người yêu mến anh.

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 Gòn** • Saigon Center 65 Lê Lợi, Q.1 [3821321] • Sun Wah Tower 113 Nguyễn Huệ, Q.1 [38219279] • Vincom Center 70-72 Lê Thanh Tôn, Q.1 [39939099] • Maximark 3C Ba Tháng Hai, Q.10 [38328991] • Vincom Center 216 Yá Yán, Ngã, Q.T9 [37223433] • PNJ Shops [39939338] **Hà Nội** • Lotte Center 54 Liễu Giai, Q.BĐ [32676355] • Vincom Megamall Times City 438 Minh Khai, Q.HBT [32001400] • Vincom Megamall Royal City 72A Nguyễn Trãi, Q.TX [62620360] • Big C Thăng Long 222 Trần Duy Hưng, Q.CG, Hà Nội [37822301] • Vincom Center 191 Ba Triệu, Q.HBT [22200268] • Duy Anh Watch 7 Hàng Khay, Q.HK [66566660] • Savico Megamall 7-9 Nguyễn Văn Linh, Q.B [62550099] • Lotte Mart 229 Tây Sơn, Q.BĐ [38339966] **Vinh** • Big C Vinh 2 Quang Trung [3596226] **Đà Nẵng** • Big C Vinh Trung Plaza 223-227 Hùng Vương [3666066] • Indochina Riverside Mall 74 Bạch Đằng [3843818] **Nha Trang** • Nha Trang Center 20 Trần Phú [6316666] – **SERVICE CENTERS:** • Sun Wah Tower 113 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM [3821 9279] • Maximark 3C Ba Tháng Hai, Q.10 [38328991]



tradition



TISSOT BRIDGEPORT AUTOMATIC. 316L STAINLESS STEEL CASE WITH SEE-THROUGH CASEBACK AND SCRATCH-RESISTANT SAPPHIRE CRYSTAL. THE LADY'S VERSION FEATURES TOP WESSELTON DIAMONDS ON THE DIAL, WHILE THE GENT VERSION OFFERS UP TO 80 HOURS OF POWER RESERVE. **INNOVATORS BY TRADITION.**

TISSOT.CH

TISSOT
LEGENDARY SWISS WATCHES SINCE 1853

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

BOUQUES: SUN WAH TOWER T5 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM (3820270), BIG C THẮNG LONG 222 Trần Duy Hưng, Q.CG, Hà Nội (3783230) **SERVICE CENTERS:** SUN WAH TOWER T5 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM (3820270), MAXIMARK 3C - Ba Tháng Hai Q.10, TP.HCM (3832890)

SHOPS: SÀI GÒN • Saigon Center - 65 Lê Lợi, Q.1 (3821323) • Vincom Center - 72 Lê Thánh Tôn, Q.1 (39939099) • Vincom Center - 216 Võ Văn Ngân, Q.TB (37223433) • Union Square - 116 Nguyễn Huệ, Q.1 (38257739) • Diamond Plaza - 34 Lê Duẩn, Q.1 (38227884) • Parkson Saigon Tourist - 35 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38277578) • Parkson CT Plaza - 60A Trường Sơn, Q.TB (62971819) • Maximark 3C - Ba Tháng Hai, Q.10 (3832890) • Maximark - 15 Cộng Hòa, Q.TB (39483327) • Tân Tân - 48 Lê Lợi, Q.1 (38272067) • Mạnh Thắng - 72B Lê Lợi, Q.1 (38220465) • Tic Tac - 72 Đồng Khởi, Q.1 (38293392) • TDC - 393 Điện Biên Phủ, Q.3 (39290685) • Minh An - 867 Nguyễn Trãi, Q.5 (38554549) • PNJ - 174 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38247311) • PNJ - 5 An Dương Vương, Q.5 (38302399) • PNJ - 159 Phạm Đăng Lưu, Q.PN (39900489) • PNJ - 52 Nguyễn Văn Trỗi, Q.PN (38441212) • PNJ - 362A Nguyễn Văn Nghi, Q.GV (38954597) **HÀ NỘI** • Vincom Megamall Times City - 458 Minh Khai, Q.HBT (32001400) • Vincom Megamall Royal City - 72A Nguyễn Trãi, Q.TX (62620560) • Duy Anh Watch - 7 Hàng Khay, Q.HK (66566660) • Vincom Center - 191 Bà Triệu, Q.HBT (22200268) • Savico Megamall - 7 Nguyễn Văn Linh, Q.LB (62550099) • Lotte Center - 54 Liễu Giai, Q.BĐ (32676555) • Lotte Mart - 229 Tây Sơn, Q.BĐ (38539966) • Duy Anh Watch - 200A Phố Huế, Q.HBT (22148336) • New Watch 37 - Hàng Khay, Q.HK (39344865) **VINH** • Big C Vinh - 2 Quang Trung (3596226) **ĐÀ NẴNG** • Big C Vinh Trung Plaza - 225 Hùng Vương (3666066) • Indochina Riverside Mall - 74 Bạch Đằng (3843818) • PNJ - 123 Hùng Vương (3812618) **QUY NHƠN** • PNJ - 334 Trần Hưng Đạo (3812590) **NHA TRANG** • Nha Trang Center - 20 Trần Phú (6516666) **VUNG TAU** • Đại Hùng - 228 Bạc Liêu, P.3 (3530085) **BIÊN HÒA** • PNJ - 482 Phạm Văn Thuận (3811818)