

# STYLE

PHONG CÁCH CỦA BẠN

**F/W15**

Bold Colors

HATTalk

**EDITOR'S PICKS:**

2 chiếc váy trong mơ

Thái Dũng

"Tôi biết mình là ai, đứng ở đâu"

Ừ...giải tán thì đã sao?

**LINER**

bất quy tắc

**THE PEARL**

NO PAIN, NO GAIN

Ngọc không mài khó sáng

**NGỌC HÂN**

tôi sẽ

Tự làm mình giàu

**LINDA FARROW**

item phải có của các sao





[WWW.LINDAFARROW.COM](http://WWW.LINDAFARROW.COM)

LINDA FARROW

**M**  
**MILUXE®**

**Exclusive Boutique :**

- \* S215, 2<sup>nd</sup> floor, Trang Tien Plaza, 24 Hai Ba Trung St., Hoan Kiem Dist., Hanoi City. Tel: +84 4-3934 8989
- \* L2-34AB Vincom Center A - 171 Dong Khoi - 116 Nguyen Hue St., Dist.1, HCMC
- \* G6 Indochina Riverside Towers, 74 Bach Dang St., Hai Chau Dist., Da Nang City



# CƠ HỘI VÀNG CÓ 1 KHÔNG 2 TỪ FORD!

**FOCUS 2.0L AT TITANIUM+ 4 CỬA**  
MẪU XE BÁN CHẠY  
HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI NĂM 2013\*\*\*

Giá đặc biệt:

**794** Triệu đồng

Tiết kiệm đến 55 triệu đồng\*

Chủ động nắm bắt cơ hội.

Chủ động đáp ứng  
mọi yêu cầu.

Chủ động vượt qua trở ngại.

Trải nghiệm động cơ  
công nghệ mới nhất.



**FOCUS 2.0L SPORT + 5 cửa**

Giá đặc biệt: **788** Triệu đồng

Tiết kiệm đến 55 triệu đồng\*



**FOCUS 1.6L TREND 4 cửa**

Giá đặc biệt: **729** Triệu đồng



**FOCUS 1.6L TREND 5 cửa**

Giá đặc biệt: **729** Triệu đồng



**Go Further**

Hãy gọi 1800-588888 hoặc liên hệ Đại lý để biết thêm chi tiết.

\* Giá đặc biệt có đóng góp của Đại lý. Giá trên đã bao gồm VAT. \*\* Trích dẫn bởi Polk - Công ty dữ liệu ngành ô tô hàng đầu của Mỹ.  
\*\*\* Mức tiêu hao nhiên liệu được đo trong điều kiện thử tiêu chuẩn.  
Hình ảnh có thể khác với thực tế.

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

- **CITY FORD NHA TRANG:** 580 Lê Hồng Phong, TP. Nha Trang. Tel: 058.3880366
- **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP. HCM. Tel: 08.38157979
- **CITY FORD:** 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 Phố 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**

[ford.com.vn](http://ford.com.vn)









# 21SIX

COMING SOON

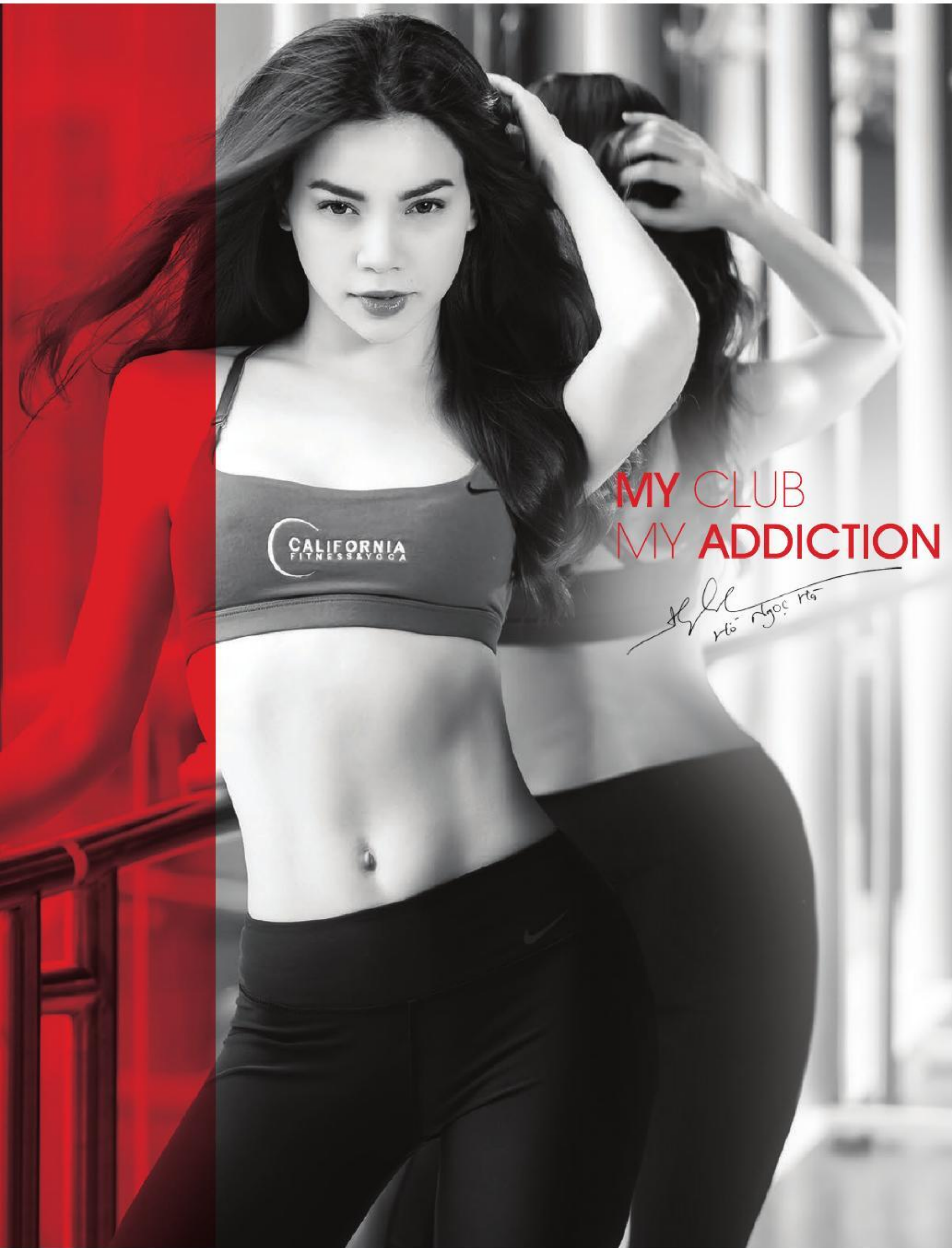


PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER





CALIFORNIA  
FITNESS & YOGA

MY CLUB  
MY ADDICTION

*Thị Ngọc Hà*





CONCEPT & CREATIVE: **SAMUEL HOÀNG**

PHOTOGRAPHER: **MẠNH BÌ**

MODEL: **HOA HẬU NGỌC HÂN**

STYLIST: **HOÀNG KÙ, LUSIA LAN ANH**

MAKEUP & HAIR: **MAI PHAN**

PRODUCER: **NGỌC AN**

ASSISTANT: **KHẮC ĐỨC**

FASHION: **LINDA FARROW - MILUXE TẦNG 2 TRĂNG TIỀN PLAZA - HK HN**

**RED VALENTINO - 59 LÝ THÁI TỔ - HK - HN**

**PHILOSOPHY - BỐN MÙA BOUTIQUE 30 HÀNG CÂN - HK - HN**

## LÀM NGỌC HAY LÀM ĐÁ

Tỉ phú người Hồng Kông, ông Yu Pang-Lin di chúc để lại toàn bộ tài sản của ông trị giá 2 tỉ đô cho hoạt động từ thiện. Tỉ phú Bill Gates có số tài sản 80 tỉ đô và chỉ để lại cho con 0,05%, 99,95% tài sản còn lại của ông cũng dành cho từ thiện. Ông Warren Buffet – cổ đông lớn nhất kiêm Chủ tịch Tập đoàn Berkshire Hathaway sẽ làm từ thiện tới 85% trong tổng tài sản 39 tỉ đô của mình. Tỉ phú Bernard Marcus – Chủ tịch hãng bán lẻ hàng đầu thế giới Home Depot cũng tuyên bố không để lại tài sản cho con. Nữ tỉ phú Nigella Lawson – một tác giả nổi tiếng trong ngành truyền thông cũng tuyên bố không để dành tiền cho con. Vậy sao các tỉ phú thế giới lại quyết định như vậy? Có phải vì họ không yêu con?

Đơn giản là họ muốn “những đứa con của tỉ phú” tự đi bằng đôi chân của mình. “Nếu các con tôi giỏi hơn tôi thì chẳng cần phải để nhiều tiền cho chúng. Nếu chúng kém cỏi thì có nhiều tiền cũng chỉ có hại cho chúng mà thôi,” ông Yu Pang-Lin khẳng định. Còn Bà Nigella Lawson chia sẻ: “Tôi cho rằng các con tôi không nên có sự đảm bảo về tài chính. Bởi vì khi có tiền, con người ta sẽ không muốn kiếm tiền nữa.” Ông Bernard Marcus luôn lo lắng, với số tiền quá lớn, những người con của ông sẽ sử dụng chúng không đúng cách. Vì vậy, ông sẽ chỉ để lại cho con của mình một số tiền nhỏ vừa đủ để họ tìm ra cách kiếm tiền nhiều như ông mà thôi. Ngay tỉ phú đáng kính Bill Gates có quan điểm rất rõ: “Chúng phải hiểu không phải cứ muốn bao nhiêu tiền cũng được. Để lại một đồng tiền cho con, sẽ làm hại chúng. Chúng cần phải tự tìm ra con đường sống, tự tìm ra cách sống thay vì chỉ nằm hưởng thụ những gì mà bố mẹ chúng để lại.”

Các tỉ phú đều chốt lại rằng, họ chỉ cần dạy con hai điều căn bản nhất. Đó là ý thức tự chịu trách nhiệm của bản thân và năng lực để tự chịu trách nhiệm. Một con người biết trách nhiệm và có năng lực để thực hiện điều đó sẽ luôn biết bản thân cần gì, khiếm khuyết ở điểm nào, và phải tự bù đắp hay hoàn thiện ra sao. Họ sống có mục tiêu rõ ràng, và biết cách đi từng bước để đạt được nó. Vì thế, không để lại tiền cho con nhưng để lại cho con ý thức trách nhiệm và trang bị cho con năng lực để tự chịu trách nhiệm thông qua giáo dục làm người, giáo dục làm việc, ấy là đã để lại một sản nghiệp đồ sộ còn quý hơn cả tiền, đồ hay kim cương. Chính vì thế, người con trai cả của tỉ phú Buffet, nhạc sĩ Peter Buffet cho biết: “Thứ mà chúng tôi nhận được từ cha đơn giản là những bài học về cách sống chứ không phải tiền bạc. Với chúng tôi, tiền không phải là tất cả.”

*Style Team*



ESCADA.COM

# ESCADA

61 Ly Thai To, Hoan Kiem, Hanoi | +84 4 39369899

136 Nam Ky Khoi Nghia, HCMC (Opening Soon)

[Lualamilano.com](http://Lualamilano.com)



# STYLE

**NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN**

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

FAX: 04.39436024. Website: [nxbthanhvien.vn](http://nxbthanhvien.vn)

EMAIL: [info@nxbthanhvien.vn](mailto: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 1, Tòa nhà Fafilm, 06 Thái Văn Lung, Q1. TP HCM.

ĐT: 08.3824 6841 FAX: 08.3820 5009

**PHỤ TRÁCH NỘI DUNG**

NGUYỄN THANH THỦY

**THAM GIA BIÊN SOẠN**

**FASHION:** HOÀNG MINH CHÂU

**BEAUTY:** BÙI THANH HOA

**LIFESTYLE:** TRẦN MINH HÙNG

**ENTERTAINMENT:** ANH TRÂM

**GIÁM ĐỐC SÁNG TẠO**

SAMUEL HOÀNG

[sam.hoang@chaubachmedia.com](mailto:sam.hoang@chaubachmedia.com)

**THIẾT KẾ MỸ THUẬT**

CẨM NHUNG

[camnhungstyle@gmail.com](mailto:camnhungstyle@gmail.com)

**STYLIST**

LAN ANH

**QUẢNG CÁO**

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

EMAIL: [chaubachmedia@gmail.com](mailto: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 1, tòa nhà Fafilm, 06 Thái Văn Lung, Q.1 - ĐT: 08.3824 6841

Công Ty Phát Hành Trường Phát - Công Ty Phát Hành Báo Chí Trung Ương

Hệ Thống Các Sạp Tại Hà Nội, TP.HCM - Hệ Thống Nhà Sách Trí Tuệ - Hệ Thống Nhà Sách Tiễn 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](http://www.stylemagazine.vn)

iPad /iPhone: Apps Store / Viet Bookstore / Style [www.3nana.vn](http://www.3nana.vn)

**Nhà xuất bản THANH NIÊN**

SỐ XÁC NHẬN ĐĂNG KÝ XUẤT BẢN TẬP 7: 937-2015/CXBIPH/11-57/TN, theo QĐ số: 213/QĐXBTN

KHỔ: 21x28.5cm

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

In xong và nộp lưu chiểu tháng 7 năm 2015

ISBN: 978-604-64-2166-5

**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](http://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





Photo by Elizaveta Porodina

## I INSPIRATION

**32.** COLLECT: HAT TALK

**44.** NHỮNG VIÊN NGỌC SÁNG  
CỦA LÀNG THỜI TRANG QUỐC TẾ

**50.** WHAT'S NEXT: FALL WINTER 2015

**66.** PICKED FOR HIM



## B BEAUTY

**74.** BEAUTY BUZZ

**86.** BIKINI HOÀN HẢO

**88.** "NGƯỜI VẬN CHUYỂN" LIPOSOME:  
BAO NHIÊU % LÀ THẬT?

**90.** FREESIA: ĐÓA HOA THẨM LẶNG



## H HI TECH

**96. 05** COOL GADGETS

**98. 07** SMARTPHONE ĐÁNG  
MONG ĐỢI CỦA 2015

**100. 06** MẪU XE  
CHO NỘI THÀNH

Toyota Aygo







61 Ly Thai To, Hoan Kiem, Hanoi | +84 4 39369899

136 Nam Ky Khoi Nghia, HCMC (Opening Soon)

[Lualamilano.com](http://Lualamilano.com)





Dior - Secret Garden II "Versailles"

## E EXPERIENCES

**104.** ĐI NHA TRANG NÊN ĐI ĐẢO

**110.** FOODPORN:

NGHỀ CHƠI CÙNG LẮM CÔNG PHU

**120.** DÉCOR:

PHƯƠNG ĐÔNG BÍ ẨN



## F FEATURES

**130.** AMY WINEHOUSE:

VIÊN NGỌC NGỖ NGƯỢC

**134.** CINEMA FOCUS:

HÀNH TRÌNH CỦA NGỌC THỎ

**146.** Ủ...GIẢI TÁN...THÌ ĐÃ SAO



## S STYLE TALKS

**136.** HOA HẬU NGỌC HÂN: "TÔI SẼ TỰ LÀM MÌNH GIÀU"

**142.** MC THÁI DŨNG:

"TÔI BIẾT MÌNH LÀ AI, ĐÚNG Ở ĐÂU"







KENZO PARIS PRESENTS

A MOVIE BY GREGG ARAKI

# HERE NOW



[KENZO.COM/HERENOW](http://KENZO.COM/HERENOW)





## CHÂU BÁCH MEDIA

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

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

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

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

EVENT DIRECTOR & MARKETING MANAGER

OBI ĐẶNG

obi.dang@chaubachmedia.com

MARKETING EXECUTIVE

TRANG NGUYỄN

DIGITAL DEVELOPMENT

MAI LAN

MEDIA

NGỌC NGUYỄN

EVENT PRODUCER

NGỌC AN

DESIGNER

QUỲNH TRÂM - CẨM NHUNG

**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**





# 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.



# NGỌC KHÔNG MÀI KHÓ SÁNG

*Abraham Lincoln trước khi trở thành Tổng thống Mỹ từng 08 lần trượt bầu cử Tổng thống. J.K. Rowling từng bị 12 nhà xuất bản từ chối trước khi những trang đầu tiên của những tập Harry Potter đầu tiên được lên khuôn in. Harland Sanders – cha đẻ của thương hiệu KFC – thì bị từ chối 1.009 lần trước khi được người Mỹ chấp nhận. Đây chỉ là một vài trong rất nhiều ví dụ về những con người đi tới với sự vĩ đại nhờ vào việc bền lòng.*

Hoài Anh



**T**hối đời, “GATO” dễ làm nên cũng ...dễ ăn. Công thức của món “bánh” này luôn là lấy một chút ghen tỵ trộn với một chút thành công của đối thủ (hoặc người khác) và đem đảo với thật nhiều yếm thế về bản thân. Đây, đừng nói với tôi rằng, bạn không bao giờ biết tới GATO. Thú nhận đi, lần cuối cùng bạn nói “nhưng mà” khi nghe ai đó được khen ngợi là khi nào? Ngày hôm qua, hay 30 phút trước? Cũng thú nhận ngay, lần cuối bạn cố tìm ra lỗi của người giỏi hơn hoặc sếp mình là khi nào? Là vài giờ trước hay mới đây thôi!?

GATO xong, luôn là đổ lỗi. Đầu tiên là đổ lỗi cho xã hội, xã hội này không có chỗ cho người tài – vậy vẫn bao nhiêu người tài đó thôi. Anh Hà Đông – tác giả của Flappy Bird chả tự ghi tên mình vào trong những người giàu nhất Việt Nam mà chẳng cần ra nước ngoài. Đổ lỗi cho xã hội, thì ai cũng nghĩ xã hội không phải là mình, chẳng ảnh hưởng tới ai nên người đổ lỗi cũng chẳng có làm sao. Hết đổ lỗi cho xã hội sẽ tới đổ lỗi cho hệ thống, hệ thống cũng chẳng phải ai đó có thể vạch mặt chỉ tên nên chung quy hệ thống với xã hội cũng chỉ là một. Hết đổ lỗi cho hệ thống, cho tập thể, khi không thể đổ lỗi cho ai nữa sẽ có người đổ lỗi cho phụ huynh, cho nguồn gốc, cho việc không có đủ mối quan hệ. Chỉ có điều rất ít người nhận lỗi cho việc bản thân mình chưa đủ cố gắng.

Khi thực hiện bài viết, tôi đã phỏng vấn rất nhiều cô gái ở độ tuổi từ 25 tới 30. Một số người trong số họ là những người đang học đại học, một số người trong số họ là những người đang đi làm. Tôi được nghe rất nhiều than thở đúng theo mạch dẫn truyện của bài viết này. “Chị phải hiểu gia đình thế nào, thành công thế ấy!” Ủ, tôi cũng thừa nhận một số người có may mắn hơn khi sinh ra đã ngậm trong miệng chiếc thìa bạc. Nhưng điều đó không có nghĩa họ có thể tự nhiên có thể đọc hiểu Bản cáo bạch hay biết lên kế hoạch để đưa một thương hiệu lên sàn chứng khoán Hong Kong. Đáng nói hơn nữa khi tôi biết chắc rằng có thể phụ huynh của các anh chị ấy không hề biết đọc Bản cáo bạch. Những gì họ có chỉ là một chút tài sản và lòng can đảm dám đẩy con mình vào thế phải tự lập với cuộc sống ăn học ở nước ngoài – nơi cách họ ít nhất cũng nửa vòng trái đất.

Trong số những người tôi phỏng vấn, không ít người đã gây cho tôi không ít ấn tượng về cách nghĩ, cách sống của họ. Đó là Châu – một Fashion Editor – người kể cho tôi nghe việc cả Alexander McQueen, Marc Jacobs và John Galliano, tất cả đều đã phải “đi chân trần trên những con đường trải đầy gai hoa hồng” trước khi tới được vinh quang. Đó là Trâm, người cũng như Châu đã bỏ việc nhà nước để đi con đường mà mình yêu thích. Cô lại kể cho tôi nghe về những ví dụ khác. Đó là Abraham Lincoln từng 08 lần trượt bầu cử Tổng thống nhưng ông chính là Tổng thống vĩ đại nhất của nước Mỹ. Đó là việc J.K. Rowling từng bị 12 nhà xuất bản từ chối và chỉ tới nhà xuất bản thứ 13 mới đồng ý xuất bản tác phẩm của bà. Đó là việc Harland Sanders – cha đẻ của thương hiệu KFC – đã bị từ chối 1.009 lần trước khi được chấp nhận. Nhưng ấn tượng hơn cả vẫn là Nhung, nhân viên thiết kế – cô gái nhỏ, được giao một trọng trách lớn. Cô mần mê hình xăm màu ấn tượng nơi cổ tay và nói: “Có tác phẩm nào không cần thời gian và rất nhiều nỗ lực.”



*Đã tôi luyện mới thành Ngọc. Người bền lòng mới thành Nhân!*



Tôi không phủ nhận việc đổ tại số phận, đổ tại hệ thống (dù chỉ trong thâm tâm) luôn dễ dàng hơn thừa nhận rằng mình chưa đủ cố gắng. Mỗi chúng ta đều giống nhau khi sinh ra – đều là con người. Điều duy nhất khiến chúng ta khác biệt là quyết tâm của mỗi người.

Đó là thứ sẽ không ai lấy được của bạn, cũng không ai cho được bạn. Chỉ bạn có thể cho bạn và nó sẽ mang ý nghĩa quyết định cuộc đời của bạn sẽ thế nào. Tôi tin rằng bạn không lạ với câu nói “Chúng ta không được lựa chọn nơi sinh ra. Nhưng được quyền chọn cách mình tiếp tục sống.” Bạn hẳn cũng đã đọc ở đâu đó rằng: “Chúng ta không có quyền lựa chọn sinh ra là con ai. Nhưng có quyền lựa chọn sẽ là ai trong cuộc đời này.”

Kim cương, ngọc trai cho tới ruby khi mới bắt đầu đều chỉ là một viên đá. Giống chúng ta – tất cả đều chỉ là một con người! Nhưng dưới sức ép của áp suất lên tới hàng trăm tấn và nhiệt độ lên tới hàng ngàn độ C, những viên đá mới dần được tinh luyện và trở thành viên kim cương thô hoặc ruby thô. Một viên ngọc trai cũng chỉ được thành hình khi một con trai đã trải qua đủ đầy những đau đớn bởi những vết thương do một viên đá, do một dị vật. Một viên ngọc trai chỉ thành hình khi lớp xà cừ bao bọc lấy viên đá thật lâu – tới khi đủ dày để trở thành một phần của con trai, lúc đó chúng ta mới có một viên ngọc thô.

Vậy nên có lẽ sinh ra trong khó khăn là đặc quyền mà Thượng Đế trao tặng bạn. Chỉ khi có một tinh thần cứng rắn như kim cương, bạn mới có thể từ trong dung nham mà trưởng thành. Cũng chỉ khi đủ mạnh mẽ, bạn mới có thể giống con trai, “ngậm lấy đòn đau” mà “thôi dưỡng ngọc quý”. Trở thành ngọc hay tiếp tục làm đá là do con đường bạn chọn.





# 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](http://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.





**T**uy nhiên, hãy nhớ rằng lúc này, chúng ta vẫn chỉ mới có những viên ngọc thô – vẫn chưa thể xem là ngọc. Nếu không qua tay của những người thợ cắt và mài tinh xảo, viên ngọc thô đó sẽ vẫn không thể lột xác để trở thành ngọc quý. Điều này cũng giống như việc những cá nhân có tài nhưng không được trải qua rèn giũa, những cá nhân đó sẽ vẫn mãi chỉ là những viên ngọc thô. Hoặc thậm chí những viên ngọc thô đó sẽ bị huỷ.

Chúng ta đã chứng kiến không ít ngôi sao thành công từ tuổi nhỏ và kết thúc cuộc đời, hoặc sống lay lắt trong khó khăn. Macaulay Culkin từng là ngôi sao trẻ tuổi đồn tim hàng triệu triệu người xem nhưng giờ đang sống cuộc sống vật vờ thậm chí không bằng cuộc sống của những người bạn cùng trang lứa của anh khi đó. Từ vị trí của một ngôi sao nhí đáng yêu, Lindsay Lohan trở thành một ngôi sao bị các bậc phụ huynh xa lánh và ghét lạnh. Hoạ mi Anh Quốc, Amy Winehouse ra đi cũng một phần bởi là một viên ngọc không thể mài giũa. Ánh hào quang và những vinh quang đến quá dễ dàng thậm chí đã trở thành trở ngại lớn nhất để đưa Britney Spear có thể tiếp tục với vị trí của một ngôi sao nhạc Pop. Michael Jackson cũng thành công ngay từ khi còn rất nhỏ và khi còn rất trẻ nhưng nửa phần đời của lại của ngôi sao lại trong thất bại, túng quẫn và nợ nần.

Phải chăng khi đã thành ngọc, thì dễ vỡ. Khi đã thành sao, thì dễ tắt. Tôi càng ấn tượng với những gì mà Hoa hậu Ngọc Hân chia sẻ: “Hoa hậu không phải chỉ là một danh hiệu. Nó là một trường học. Đạt được danh hiệu khó một, giữ được danh hiệu khó 10.” Từ đá trở thành ngọc thô là một quãng đường thương đau. Từ ngọc thô trở thành ngọc quý càng là một quãng đường thương đau gấp bội, “gai hoa hồng trải gặp nhiều lần”...

*Chọn làm ngọc thô hay  
NGỌC QUÝ, vẫn là BẠN!*

*Chọn làm đá hay là ngọc là BẠN!*

*Vinh quang xét đến cùng nên tới từ sự quyết tâm,  
kiên trì chiến thắng mình của bản thân bạn*



"Cuộc sống là nét đẹp hằng ngày"



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

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



# BARTON PERREIRA

EYEWEAR MEANS COOL



**M**  
**MILUXE**

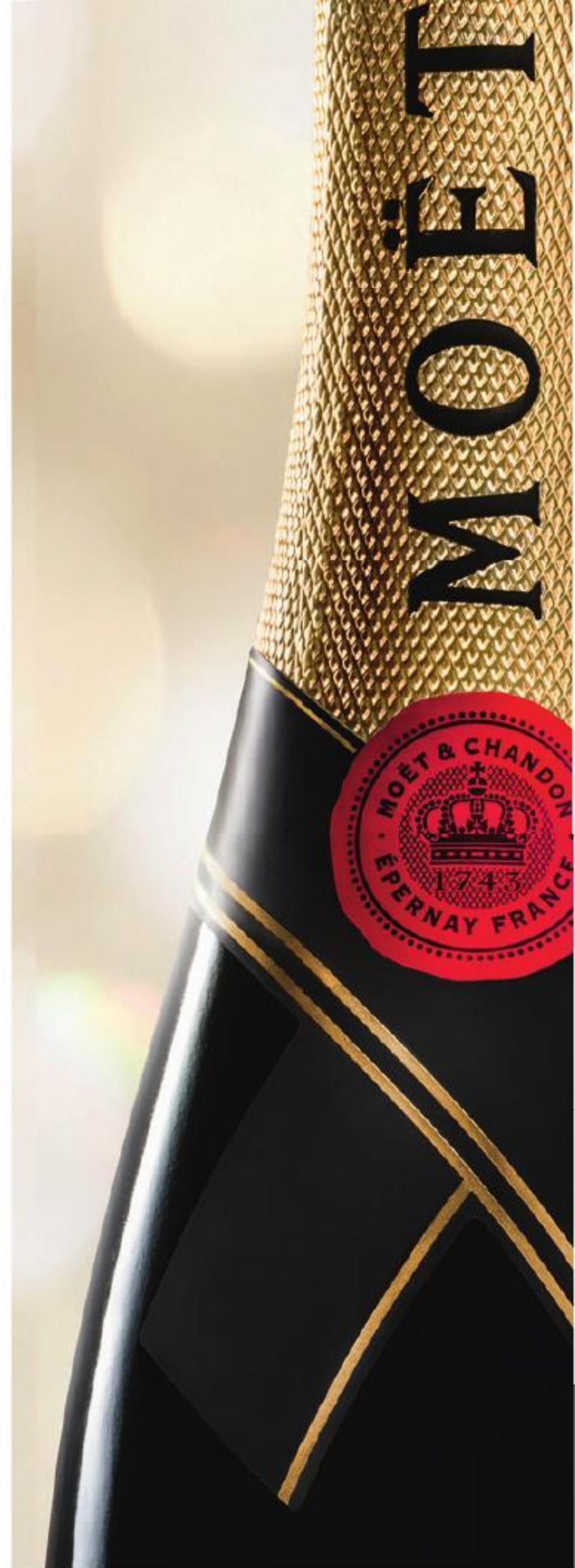
**Exclusive Boutique :**

- \* S215, 2<sup>nd</sup> floor, Trang Tien Plaza, 24 Hai Ba Trung St., Hoan Kiem Dist., Hanoi City. Tel: +84 4-3934 8989
- \* L2-34AB Vincom Center A - 171 Dong Khoi - 116 Nguyen Hue St., Dist.1, HCMC
- \* G6 Indochina Riverside Towers, 74 Bach Dang St., Hai Chau Dist., Da Nang City





Enjoy Responsibly

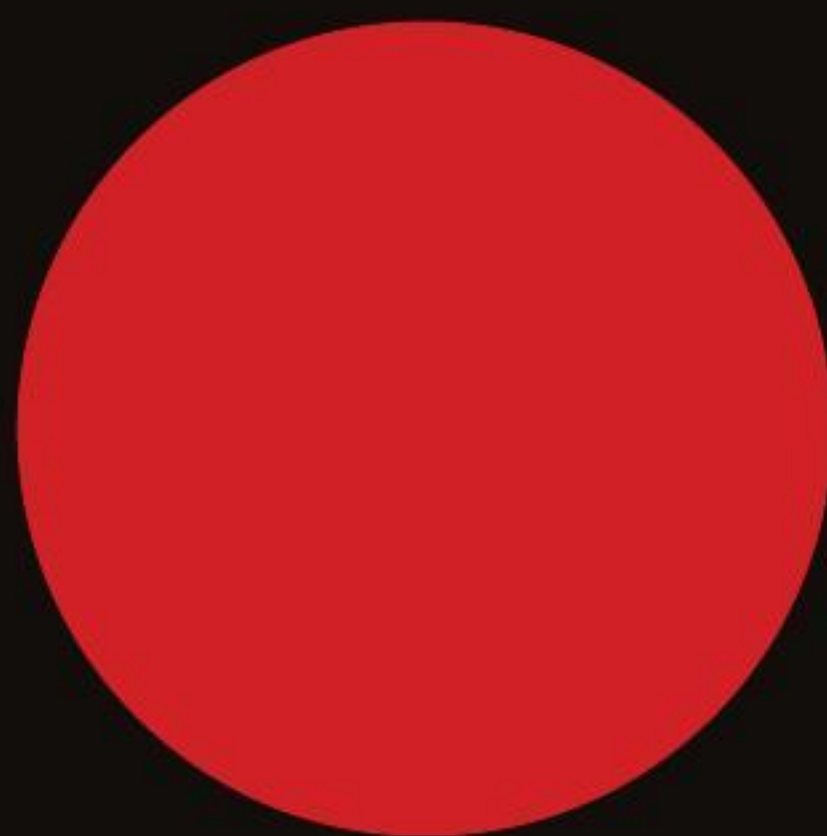


FONDÉ  EN 1743  
**MOËT & CHANDON**  
CHAMPAGNE  
★

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](mailto: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](http://www.thienanco.vn) - **Showroom:** [www.yeulamdep.vn](http://www.yeulamdep.vn) - **Facebook:** Nashi Argan Vietnam





# BE STYLE, BE YOU

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





# 32

COLLECT: HAT TALK



# 44

NHỮNG VIÊN NGỌC SÁNG CỦA  
LÀNG THỜI TRANG QUỐC TẾ



“Đôi khi cuộc sống không mang đến cho bạn thứ bạn muốn, không phải vì bạn không xứng đáng có được nó, mà bởi bạn xứng đáng có được những điều tốt đẹp hơn”

# STYLE

[www.facebook.com/stylemagazine](http://www.facebook.com/stylemagazine)

Liên hệ quảng cáo: 04.3773.8005

# 86

BIKINI HOÀN HẢO



# 90

FREESIA: ĐÓA HOA THẨM LẶNG







Chloé



Diesel Black Gold



Massimo Rebecchi



Damir Doma



Trussardi



Stella McCartney



Dsquared2



Anna Sui



Paul &amp; Joe



Sonia Rykiel



Karen Walker

# Diverse DENIM

Từ lâu denim vẫn được xem là chất liệu tiện dụng và yêu thích của giới trẻ. Mùa mốt Xuân – Hè 2015 này càng không phải ngoại lệ khi denim tiếp tục được lựa chọn bởi các sàn diễn lớn nhỏ, hứa hẹn là xu hướng làm “nổ tung” mọi góc đường. Những chiếc quần jeans bụi bặm, cá tính được các nhà mốt lừng danh như Anna Sui, Dsquared2 hay MM6 Maison Margiela lựa chọn làm “item” chiến lược. Trong khi đó, các chân váy denim đủ loại từ mini tới midi; từ maxi tới xê tà lại là trọng tâm của các bộ sưu tập của các nhà mốt Trussardi, Diesel Black Gold, Stella McCartney, Chloé hay Paul & Joe. Sẽ là thiếu sót nếu không nhắc tới những chiếc váy đầy nữ tính nhưng vẫn năng động, khỏe khoắn từ các thương hiệu Gucci hay Massimo Rebecchi nhưng đáng chú ý hơn cả là sự quay trở lại của những mẫu yếm bò (dungarees) vốn rất phổ biến trong giai đoạn những năm 70 của thế kỷ trước. Cũng đừng quên, những mẫu áo khoét nách (Stella McCartney), áo sơ mi (Trussardi, Sonia Rykiel), áo khoác oversized (Damir Doma, Kenzo) áo trench coat (Burberry Prorsum). Chất liệu denim sẽ là lựa chọn tuyệt vời để kết hợp với quần hoặc chân váy jeans nếu bạn có ý định thử thách bản thân với phong cách “denim on denim” hay “double denim” đang rất thịnh hành. Cuối cùng, tin rằng những mảnh vá (patchwork) đầy ấn tượng trong các thiết kế của MM6 Maison Margiela hay Tommy Hilfiger sẽ là nhân tố quyết định, giúp bạn trở nên cá tính và thực sự nổi bật trong mùa hè năm nay.





Naeem Khan



Zimmermann



Valentino



Chloé



Vionnet



Alberta Ferretti



Dolce &amp; Gabbana



Blumarine



Osklen



Roberto Cavalli



Badgley Mischka

# Sultry Sheer

Sự cởi mở của xã hội đang rộng đường cho những xu hướng thời trang táo bạo như “xuyên thấu” (sheer) ở nữ giới có thể lên ngôi. Với mùa mốt Xuân – Hè 2015 này, những chất liệu trong mờ nữ tính tiếp tục được lựa chọn và thú vị hơn khi nó được đặt song hành cùng với chất liệu denim. Nếu những thiết kế xuyên thấu đỉnh cườm, thêu ren từ các thương hiệu như Uel Camilo, Blumarine, Christian Siriano hay Naeem Khan khéo léo làm ẩn hiện những đường nét tuyệt mỹ trên cơ thể người phụ nữ; những chiếc váy đen xuyên thấu trên các chất liệu công phu như ren, lưới, tuyn (Chloé, Dolce & Gabbana, Erdem, Rochas) hay đơn giản là chiffon in mờ hoặc thêu nổi (Osklen và John Richmond) lại mang đến cho người phụ nữ vẻ sexy, gợi tình pha chút bí ẩn. Trong khi đó, những mẫu chân váy trong mờ “nửa kín nửa hở” kết hợp với áo blazer đen sang trọng xuất hiện trên sàn diễn của Michael Kors hay Roberto Cavalli giống như ngòi nổ cho một trào lưu thời trang mới – hiện đại, cá tính, và thậm chí là có phần ngổ ngáo và hỗn xược. Mặc dù sức cuốn hút và sự gợi cảm mà nó mang lại là điều không phải bàn cãi, xuyên thấu vẫn là một xu hướng kén người mặc. Một chút “quá đà” và thiếu tinh tế sẽ dễ trở thành suồng sã hoặc phản cảm. Người mặc cần hết sức chú ý khi lựa chọn nội y, để phù hợp với trang phục xuyên thấu bên ngoài, đồng thời tôn lên được những nét đẹp quyến rũ của cơ thể mà không bị “gán mác” “hớ hênh” hay “khoe hàng” lộ liễu.





Dsquared2



Rag &amp; Bone



Philip Treacy



Accessorize

“ Cho rằng đội mũ không làm bạn đẹp lên giống như nói rằng mang giày cao gót là một việc vô ích ”  
Marilyn Monroe



Piers Atkinson



Valdez



Eugenia Kim



Saint Laurent



Topshop



Miss Selfridge



Missoni



Kenzo



Philip Treacy

# HATTALK

Có vẻ như vị trí của những chiếc mũ xinh xắn đang bị lãng quên giữa cuộc sống hối hả ở những đô thị chật cứng xe máy và mũ bảo hiểm như Hà Nội hay Thành phố Hồ Chí Minh. Chính bởi vậy mà chúng có một “quyền năng” đặc biệt: đem đến vẻ đẹp mới mẻ cho các cô gái, duyên dáng, lộng lẫy và thực sự khác biệt!

Phổ biến nhất trong những ngày hè vẫn là chiếc mũ lưỡi trai (*baseball cap*) đầy nét trẻ trung tinh nghịch dành cho các cô nàng có phong cách tomboy cá tính (*Dsquared2, Kenzo*). Năng động và thể thao không kém là kiểu mũ visor cực thuận tiện cho các hoạt động ngoài trời (*Missoni, Topshop*). Không thể thiếu trong những kỳ nghỉ “biển xanh, cát trắng, nắng vàng” là những chiếc mũ cói panama đầy phóng khoáng và ngẫu hứng (*Valdez*). Kiểu mũ lấy cảm hứng từ phục trang quân đội *trimmed camel-felt hat* (*Eugenia Kim, Saint Laurent*) là lựa chọn tuyệt vời cho những “fashionista” thực thụ! Nét bí ẩn quyến rũ hiện diện trong chiếc mũ rộng vành của Miss Selfridge chắc hẳn sẽ khiến những cô nàng sang chảnh nhất cũng phải “chết mê”. Phong cách hiện đại, cá tính lại là những gì mà kiểu mũ fedora hướng tới (*Rag & Bone*). Và cuối cùng, không thể không nhắc đến sự nữ tính, thanh lịch khó cưỡng của những chiếc mũ hoa *sinamay* (*Piers Atkinson*) cùng nét sang trọng, quý phái của những chiếc fascinator cầu kỳ, tinh xảo vốn chỉ thích hợp cho những buổi tiệc tùng xa hoa lộng lẫy mang phong cách quý tộc cổ điển (*Philip Treacy, Accessorize*).





BRUNELLO CUCINELLI

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



# Summer Breeze

CONCEPT & CREATIVE: **SAMUEL HOÀNG**

PHOTO: **ZUKI NGUYỄN**

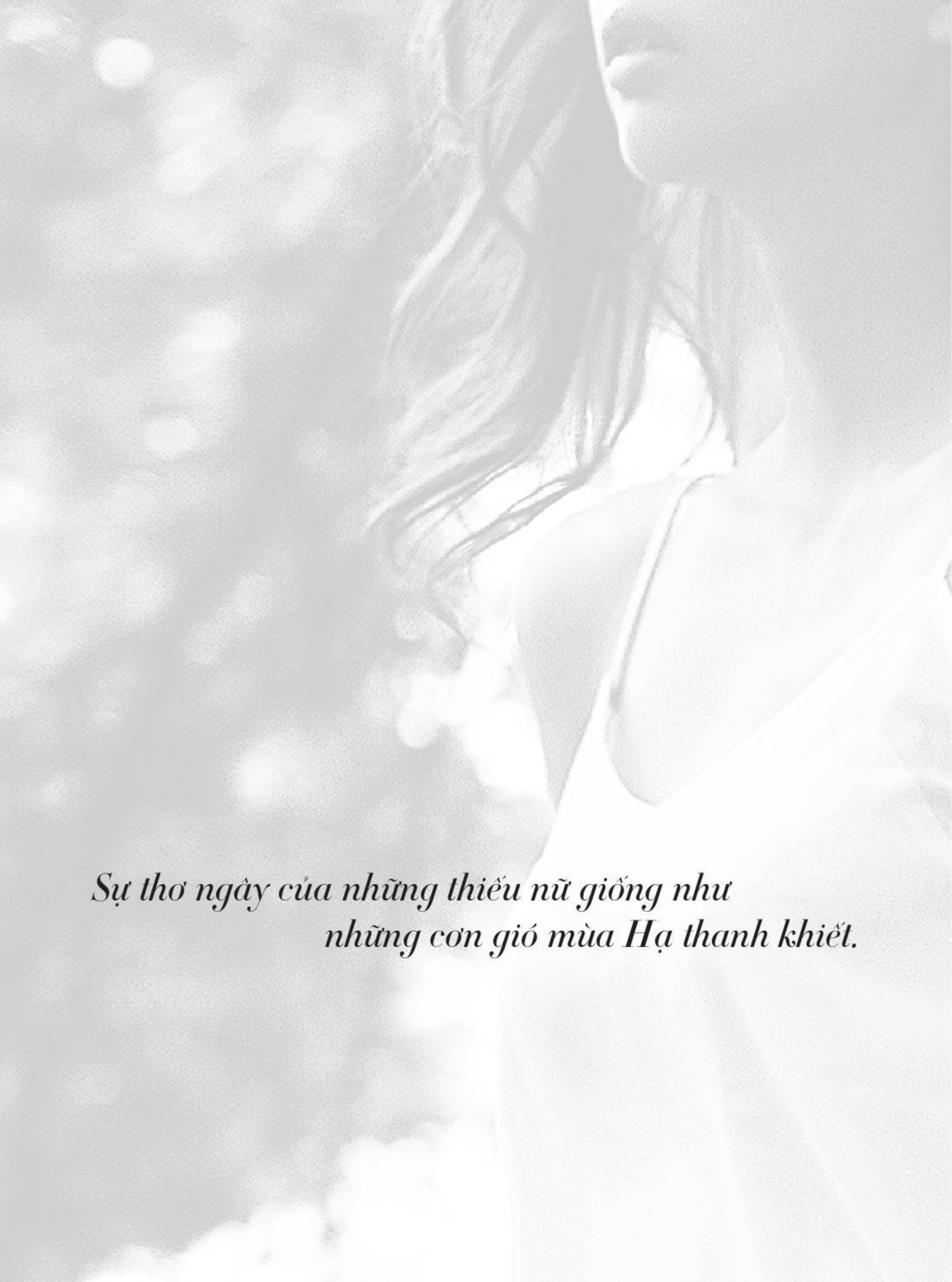
STYLIST: **HUYỀN COCO**

MAKE-UP: **VINH NGÔ**

MODEL: **RONA HOÀNG**

COSTUMES: **BCBG MAX AZRIA, RUS DE CHATS, MAGONN, WEPHOBIA**





*Sự thơ ngây của những thiếu nữ giống như  
những cơn gió mùa Hạ thanh khiết.*







Áo khoác: **Wephobia**  
Áo + đầm: **Magonn**









Đầm dài: BCBG Max Azria









Áo, quần, váy: Wephobia





Áo, váy: Rue De Chats





Áo: Rue De Chats





# NHỮNG VIÊN NGỌC SÁNG CỦA LÀNG THỜI TRANG QUỐC TẾ

HÃY THỬ TƯỞNG TƯỢNG NẾU CUỘC HÔN NHÂN ĐẦU TIÊN CỦA VIVIENNE WESTWOOD DIỄN RA ÊM ĐẸP VÀ THUẬN BUỒM XUÔI GIÓ, THÌ CÓ LẼ BÀ ĐÃ KHÔNG GẶP NGƯỜI ĐÀN ÔNG LÀM THAY ĐỔI CUỘC ĐỜI MÌNH. NẾU VERA WANG ĐƯỢC BỔ NHIỆM VÀO VỊ TRÍ TỔNG BIÊN TẬP TẠP CHÍ THỜI TRANG HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI VOGUE, CHẮC GÌ GIỜ NÀY BÀ ĐÃ TẠO ĐƯỢC NHỮNG ẢNH HƯỞNG MẠNH MẼ VÀ TRỞ NÊN QUYỀN LỰC NHƯ ANNA WINTOUR? NẾU NHƯ MÀU THIẾT KẾ ĐẦU TAY CỦA RALPH LAUREN ĐƯỢC CÔNG TY NƠI ÔNG TỪNG LÀM VIỆC CHẤP NHẬN, CÓ LẼ THƯƠNG HIỆU POLO RALPH LAUREN SẼ KHÔNG BAO GIỜ RA ĐỜI. NẾU NHƯ VICTORIA BECKHAM THÀNH CÔNG VỚI TƯ CÁCH MỘT CA SĨ SOLO? CHẮC HẸN GIỜ NÀY THẾ GIỚI SẼ THIẾU ĐI MỘT BIỂU TƯỢNG PHONG CÁCH CÓ SỨC ẢNH HƯỞNG MẠNH MẼ VÀ MỘT NHÀ THIẾT KẾ ĐẦY TÀI NĂNG. ĐÚNG NHƯ MỘT CÂU NÓI NỔI TIẾNG "SOMETIMES LIFE DOESN'T GIVE YOU SOMETHING YOU WANT, NOT BECAUSE YOU DON'T DESERVE IT, BUT BECAUSE YOU DESERVE MORE." (TẠM DỊCH LÀ "ĐÔI KHI CUỘC SỐNG KHÔNG MANG ĐẾN CHO BẠN THỨ BẠN MUỐN, KHÔNG PHẢI VÌ BẠN KHÔNG XỨNG ĐÁNG CÓ ĐƯỢC NÓ, MÀ BỞI BẠN XỨNG ĐÁNG CÓ ĐƯỢC NHỮNG ĐIỀU TỐT ĐẸP HƠN.", CÂU CHUYỆN CUỘC ĐỜI VÀ SỰ NGHIỆP CỦA 4 NHÀ THIẾT KẾ DƯỚI ĐÂY SẼ CHO CHÚNG TA THẤY MỘT QUY LUẬT CỦA CUỘC SỐNG: NẾU BẠN KHÔNG ĐÁU HÀNG VÀ GỤC NGÃ TRƯỚC NHỮNG THẤT BẠI HAY SÓNG GIÓ CỦA CUỘC ĐỜI, ĐỒNG THỜI LUÔN NỖ LỰC RÈN LUYỆN KHÍ CHẤT VÀ Ý CHÍ CỦA BẢN THÂN THÌ CUỐI CÙNG NHỮNG ĐIỀU TỐT ĐẸP NHẤT SẼ ĐẾN VỚI BẠN.

Hoàng Minh Châu



## 1. VIVIENNE WESTWOOD

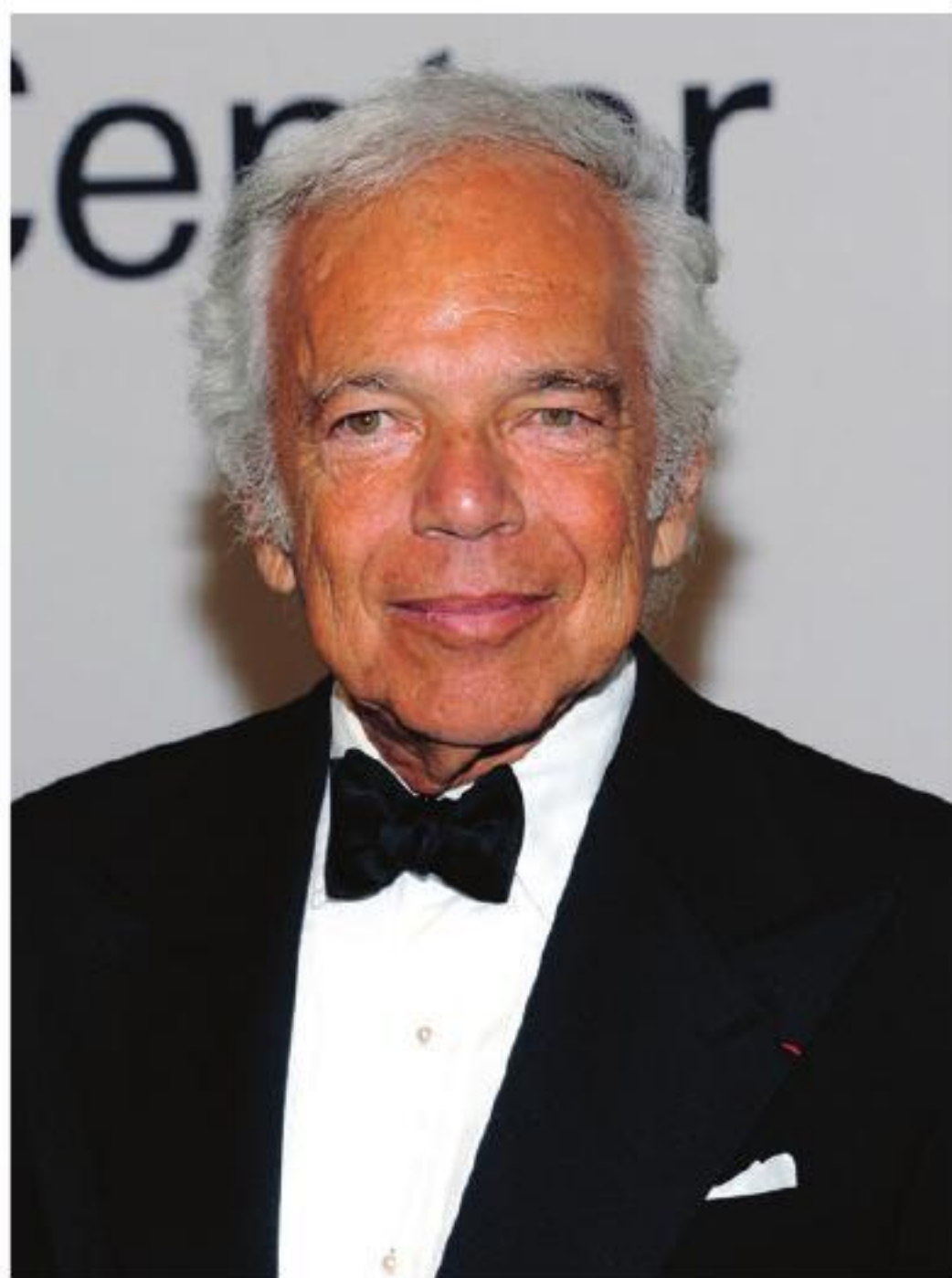
Vivienne Westwood từng tâm sự “Tôi tự hỏi không biết bằng cách nào một cô gái xuất thân từ tầng lớp lao động như tôi có thể kiếm sống trong thế giới nghệ thuật.” Chính suy nghĩ này đã khiến Vivienne phải đưa ra một quyết định đầu đời không mấy dễ dàng khi từ bỏ việc học tập tại Harrow School of Art (Trường nghệ thuật Harrow) chỉ sau một học kỳ. Để có đủ tiền trang trải cho cuộc sống, Vivienne xin vào làm việc tại một nhà máy, sau đó tiếp tục tham gia một khóa đào tạo sư phạm để trở thành giáo viên tiểu học. Cuộc hôn nhân đầu tiên thất bại, những tưởng mọi cánh cửa của số phận đã đóng lại đối với người phụ nữ trẻ trong khi thực ra tất cả mới chỉ bắt đầu. Cuộc đời Vivienne rẽ sang một trang mới khi cô quyết tâm theo đuổi đam mê đích thực của bản thân, thời trang và nghệ thuật. Năm 1971, Vivienne cùng bạn trai lúc đó là Malcolm McLaren mở một cửa hàng thời trang mang tên “Let it rock” (sau này được biết đến nhiều hơn với cái tên “Sex”, ngày nay là Worlds End) tại King’s Road, London. Các thiết kế của Vivienne nhanh chóng được biết đến và chỉ trong một thời gian ngắn, Vivienne Westwood đã trở thành người khởi xướng và thúc đẩy trào lưu Punk đầy nổi loạn và phá cách đạt đến cực thịnh trong suốt thập niên 70 của thế kỷ trước.



## 2. VERA WANG

Khó ai có thể tưởng tượng Vera Wang từng dành những năm tháng đầu đời để theo đuổi sự nghiệp của một vận động viên trượt băng chuyên nghiệp. Cô từng thi đấu tại giải vô địch U.S Figure Skating Championship năm 19 tuổi và xuất hiện trong chuyên mục “Faces in the Crown” của tạp chí thể thao danh tiếng “Sports Illustrated” số tháng 1 năm 1986. Tuy nhiên, thất bại khi không thể lọt vào đội tuyển quốc gia tham dự Thế vận hội Olympics đã khiến Vera cân nhắc lại bước đi tiếp theo trong sự nghiệp của mình. Với những kiến thức sẵn có về lịch sử nghệ thuật trau dồi trong những năm tháng sinh viên, Vera bắt tay vào công việc mới với tư cách biên tập viên thời trang cho tạp chí Vogue. Sau gần 20 năm miệt mài làm việc và cống hiến tại đây, Vera Wang lại một lần nữa phải đối diện với cảm giác thất vọng khi để vuột mất chiếc ghế Tổng biên tập vào tay Anna Wintour năm 1988. Không vì thế mà từ bỏ cơ duyên với thời trang, Vera chuyển tới làm việc cho thương hiệu Ralph Lauren, đảm nhận vị trí Giám đốc thiết kế trong vòng 2 năm. Cuối cùng thì cú huých thực sự trong cuộc đời Vera Wang cũng tới khi cô quyết định thử “vận may” của mình trong vai trò một nhà thiết kế độc lập ở tuổi 40. Kể từ đó đến nay, Vera đã gặt hái được vô số thành công với dòng thời trang váy cưới hiện đại mà thanh lịch. Vera Wang Bridal đã trở thành sự lựa chọn của rất nhiều ngôi sao và biểu tượng phong cách hàng đầu như Victoria Beckham, Jennifer Lopez, Uma Thurman, Ivanka Trump, Mariah Carey, Kim Kardashian.





### 3. RALPH LAUREN

Sinh ra trong một gia đình Do Thái di cư, Ralph Lauren trải qua một tuổi thơ vất vả và nghèo khó. Tuy vậy, điều này không ngăn Ralph mơ ước về một cuộc sống giàu có và sung túc. Trong cuốn niên giám Clinton tại trường cấp 2 Marsha Stern Talmudical Academy, Ralph đã bày tỏ hoài bão sẽ trở thành một triệu phú trong tương lai. Luôn nung nấu mong muốn làm giàu, Ralph quyết định theo học ngành Kinh doanh tại Baruch College. Vì nhiều lý do khác nhau mà việc học tập tại trường đại học của Ralph trở nên dang dở sau 2 năm đèn sách. Ralph nhập ngũ và phục vụ trong quân đội từ năm 1962 đến 1964. Những trải nghiệm đầu tiên với thế giới thời trang thực sự bắt đầu khi Ralph nhận công việc trợ lý bán hàng cho thương hiệu giàu truyền thống Brooks Brothers. 2 năm sau, Ralph đã tự mình thiết kế một chiếc cà vạt bản to theo phong cách Châu Âu, lấy cảm hứng từ hình ảnh của sĩ quan hải quân kiêm diễn viên lừng danh Douglas Fairbanks, Jr. Tuy vậy, mẫu thiết kế này bị chính công ty cà vạt nơi Ralph đang làm việc từ chối. Không nản lòng hay mất niềm tin vào khả năng của bản thân, Ralph xin thôi việc và quyết định mở công ty riêng chuyên thiết kế và sản xuất cà vạt. Mọi chuyện tưởng như sẽ dừng lại ở đó cho tới một ngày, Ralph bất ngờ nhận được đơn đặt hàng với số lượng lớn từ thương hiệu bán lẻ thời trang cao cấp Neiman Marcus. Năm 1967, Ralph Lauren có một bước đi chiến lược quan trọng: khai trương cửa hàng cà vạt đầu tiên với sự trợ giúp tài chính của một công ty may mặc có tên là Norman Hilton tại Manhattan, New York. Từ đó đến nay, thương hiệu Polo Ralph Lauren đã không ngừng phát triển và lớn mạnh. Ước mơ ngày nào của chàng trai nghèo đã thành sự thực. Ralph Lauren trở thành “ông hoàng” của thời trang Mỹ, với những thiết kế đại diện cho lối sống thượng lưu đầy xa hoa nơi miền Tây (West Coast). Tính đến tháng 1 năm 2015, Ralph Lauren được tạp chí Forbes xếp ở vị trí thứ 155 trong danh sách những người giàu nhất thế giới, với tổng giá trị tài sản lên tới 8 tỷ đô-la Mỹ.





**4. VICTORIA BECKHAM**

Victoria Beckham sinh ra trong nhung lụa, lớn lên trong giàu sang, cả cuộc đời không phải lo lắng về chuyện tiền bạc để trang trải cuộc sống như Vivienne Westwood hay Ralph Lauren. Thế nhưng, để có được thành công và chỗ đứng như ngày hôm nay, cô đã thực sự trải qua một chặng đường dài. Đam mê thời trang từ nhỏ nhưng chính âm nhạc mới là thứ đầu tiên đã đem đến tiền tài và danh tiếng cho cô gái trẻ đầy tham vọng. Những tháng ngày hoàng kim làm mưa làm gió trên các bảng xếp hạng cùng những tour diễn cháy vé của Spice Girls cuối cùng cũng đi đến hồi kết khi nhóm này tuyên bố tan rã vào năm 2000. Những tưởng Victoria đã “hết vị” sau những nỗ lực bắt đầu sự nghiệp solo không mấy thành công, nhưng mọi chuyện đã không dừng lại ở đó. Với sự đồng cảm và khích lệ từ chính David Beckham, Victoria bắt đầu những “cuộc thử nghiệm” với thế giới thời trang. Ban đầu, người ta chú ý đến Vic vì cô sở hữu những món đồ thời trang cao cấp với giá cắt cổ như bộ sưu tập túi Hermes có giá trị lên tới 2 triệu đô-la Mỹ. Nhưng cũng chính điều này đã khiến nhiều người coi thường Victoria, cho rằng cô thật tầm thường khi chỉ biết vun vén tiền quá trớn cho việc mua sắm và chăm chút vẻ bề ngoài của bản thân. Vượt lên những định kiến và chỉ trích, Victoria vẫn âm thầm nỗ lực từng ngày để có được những bước tiến nhất định. Trong suốt 5 năm từ 2003 đến 2008, cô đã cộng tác với những tên tuổi lớn như thương hiệu denim Rock and Republic, nhà thiết kế Marc Jacobs hay Roberto Cavalli đồng thời cho ra mắt dòng thời trang denim, kính râm và nước hoa của riêng mình. Thế giới bắt đầu có cái nhìn khác đi về Victoria. Cô không còn là một bà mẹ rảnh rỗi chỉ biết tiêu xài hoang phí và “ăn theo” cái bóng của chồng. Những thành công dù chưa thật vang dội nhưng đã mang lại cho Vic sự tự tin cần thiết để ra mắt thương hiệu thời trang của riêng mình trong năm 2009. Kể từ đó đến nay, cô không ngừng gặt hái được những thành công ngoài sức tưởng tượng, trong đó phải kể đến danh hiệu “Thương hiệu thời trang cao cấp của năm” tại British Fashion Awards 2011. Giờ đây, với tư cách là một trong những nhà thiết kế thành công nhất trên thế giới, Victoria Beckham không chỉ có được sự tôn trọng, nể phục của làng thời trang quốc tế mà còn nhận được những tình cảm tốt đẹp và sự ngưỡng mộ từ rất nhiều phụ nữ trên khắp thế giới.



*“Ngọc bất trác bất thành khí”, hi vọng những câu chuyện vừa rồi đã phần nào truyền cho bạn cảm hứng để vượt lên tất cả những khó khăn vất vả của cuộc sống, dám ước mơ và nỗ lực thật nhiều để chạm đến thành công và vinh quang mà bạn hằng mong đợi.*



# LINDA FARROW

## KÍNH CỦA NGƯỜI SÀNH ĐIỀU

NẾU CHƯA SỞ HỮU ÍT NHẤT MỘT CÂY KÍNH LINDA FARROW, BẠN SẼ KHÔNG TỰ TIN NÓI MÌNH LÀ SÀNH ĐIỀU – CHO DÙ BẠN CÓ SỞ HỮU BAO NHIÊU TÚI HIỆU HOẶC GIÀY ĐỂ ĐÓNG ĐI NỮA!

Kính mắt đang trở thành phụ kiện quan trọng tới mức nếu như trước đây, các thương hiệu tự tin đặt túi làm item chiến lược thì nay họ đang chọn kính làm sản phẩm tiêu điểm. Một danh sách dài những cái tên thuộc nhóm mainstream như Miu Miu, Tom Ford, Saint Laurent... đều đã có mặt trong sân chơi này, biến kính mắt thành cuộc đua phụ kiện lớn nhất thế giới thời trang.

Tuy nhiên, những người sành điệu thực thụ là những người biết lựa chọn những cái tên độc đáo. Một trong những cái tên đó là Linda Farrow – một MB&F tiên phong trong thế giới kính, dám bỏ qua khác biệt giữa các quan điểm sáng tạo để mang tới giới mộ điệu những sản phẩm hoàn hảo, phá cách nhất.

### TỪ DI SẢN CỦA NGƯỜI MẸ

Linda Farrow được thành lập bởi người phụ nữ tài năng cùng tên vào những năm 1970 giữa bối cảnh một London của nhạc Grunge và Punk. Khả năng sáng tạo vô hạn của Linda Farrow đã được xác nhận bởi những cái tên lớn như Balenciaga và Yves Saint Laurent. Tuy nhiên, bỏ mặc những thành công và sự ưa chuộng lúc bấy giờ, khi phải chọn giữa gia đình và sự nghiệp, Linda Farrow đã chọn gia đình. Đây chính là lý do giải thích tại sao giờ đây, những cây kính Linda Farrow vintage từ 1970 được xem là “báu vật”. Những cây kính của Linda Farrow cũng đã được đề cập trong cuốn sách “Things I Wish My Mother Had Told Me” của columnist tờ Financial Time, Lucia van de Post.

Hơn 20 năm sau, vô tình người con trai lớn của Linda Farrow là Simon Jablon và vợ của anh khi đó là Tracy Sedino tìm ra những cây kính Linda Farrow vintage trong nhà kho. Gần như ngay lập tức, cả hai quyết định làm sống lại thương hiệu Farrow. Vậy là câu chuyện của người mẹ năm nào được viết tiếp bởi những người con. Giấc mơ về thời trang và phong cách được viết tiếp bởi đam mê hướng tới cái đẹp. Một câu chuyện cổ tích thời trang hiện đại không thể hoàn hảo hơn!

### ...TỚI CUỘC CHƠI LỚN TRONG THẾ GIỚI THỜI TRANG

Năm 2013, Linda Farrow giới thiệu cửa hàng ở Mayfair – nơi có thể xem là xa hoa bậc nhất của London. Về phong cách, Linda Farrow được biết đến bởi chất “quái”, phong cách Retro và những ảnh hưởng từ dòng văn hoá nhạc British New Waves những năm 1970.

Tuy nhiên, để miêu tả đầy đủ hơn thì phải nói Linda Farrow là kính của các thiên tài thiết kế thời trang, từ Dries van Noten, Erdem, Kris van Assche, Matthew Williamson, Jeremy Scott hay Moralioglu, v.v... Bởi trước khi kết hợp với Farrow, các nhà thiết kế này làm kính như thứ phụ kiện hoàn tất bộ sưu tập. Chỉ khi hợp tác với Far-

row, họ mới hiện thực hoá được những ý tưởng thẩm kín nhất với kính. Điều mà ngay ở dòng thời trang riêng, do chi phối bởi doanh thu, không cho phép.

### ITEM PHẢI CÓ CỦA CÁC SAO

Kính Linda Farrow mặc nhiên trở thành một phụ kiện bắt buộc của các ngôi sao. Kính Farrow xuất hiện và đồng hành, nằm trong túi và trên bàn làm việc của các ngôi

sao danh tiếng nhất, từ siêu mẫu Kate Moss tới nữ diễn viên Chloé Sevigny hay nữ hoàng nhạc Pop, Madonna, đến Lady Gaga và Kanye West đều lựa chọn kính Linda Farrow cho riêng mình. Thậm chí, cặp đôi thiết kế thời trang tài năng của thương hiệu The Row: Mary Kate and Ashley Olsen cũng đặc biệt ấn tượng với những cây kính Linda Farrow.

Tất nhiên, khi được xác nhận bởi những ngôi sao như Kate Moss hay cặp đôi nhà Olsen, Farrow trở thành cái tên mà các tạp chí thời trang và giải trí danh tiếng nhất săn đón. Kính Linda Farrow không chỉ được các tạp chí thời trang hàng đầu như W giới thiệu mà còn được “cuốn thánh kinh của làng thời trang” Vogue đưa lên bìa như một item quan trọng và cần phải có.

“*Là phụ kiện must-have của giới mộ điệu thời trang, thương hiệu Linda Farrow hiện gồm 03 dòng sản phẩm là Linda Farrow, Linda Farrow Luxe (gồm các sản phẩm cao cấp mạ vàng lên mắt và còng kính), và Linda Farrow Collaboration (gồm các sản phẩm kết hợp với các nhà thiết kế). Cả 03 dòng trên đều đã có mặt tại boutique của Miluxe Eyewear - nơi giới thiệu những cây kính dạng selective đầu tiên và duy nhất ở Việt Nam.*”







Diane von Furstenberg



Delpozo



Missoni



Byblos Milano



Fyodor Golan



Roksanda



DKNY



Emporio Armani



Miu Miu



# Bold Colors

Đã xưa rồi quan niệm những sắc màu nổi bật chỉ dành cho mùa hè còn những gam màu trầm tối là lựa chọn hoàn hảo cho mùa đông. Thời gian gần đây các sàn catwalk danh tiếng thế giới đang chứng kiến một sự hoán đổi màu sắc vô cùng thú vị giữa hai mùa một Xuân - Hè và Thu - Đông: những màu nóng, sáng xuất hiện nhiều hơn trong các bộ sưu tập Thu - Đông trong khi các gam trầm, tối lộ diện thường xuyên trong các bộ sưu tập Xuân - Hè. Điều này tiếp tục lặp lại trong mùa một Thu - Đông 2015. Các màu bão hòa khi thì đóng vai trò là cảm hứng chính, lúc lại trở thành một hai nét chấm phá khiến bộ sưu tập thêm phần cá tính.

Thế giới đã không còn xa lạ với hội chứng mang tên Seasonal Affective Disorder (Hội chứng Trầm cảm theo mùa), đặc biệt là tại các nước hàn đới có mùa đông khắc nghiệt. Chính vì thế, những sắc màu rực rỡ như đỏ, cam, vàng, xanh cobalt, tím hoa cà xuất hiện trong bất cứ hoàn cảnh nào cũng đều như những tia nắng ấm áp xua tan cái ảm đạm của những ngày đông lạnh lẽo. Hãy thử xuất hiện với phong cách tông xuyên tông như thiết kế của Fyodor Golan, Giulietta hay Rachel Zoe. Một lựa chọn ấn tượng khác đến từ sự kết hợp hài hòa các cặp màu tương đồng, tương phản, nhóm màu bộ ba hay nhóm màu tam giác cân trên Vòng tròn màu sắc (Color wheel), như trong bộ sưu tập của DKNY hay Roksanda. Một phương án phối màu khá an toàn và đơn giản: kết hợp các màu neon với gam trầm, tối hoặc các họa tiết hoa văn nhã nhặn (có thể thấy trong các thiết kế của Loewe, Delpozo, House of Holland hay Byblos Milano).



# Suave Suits

Kể từ năm 1966 khi Yves Saint Laurent cho ra mắt bộ tuxedo phiên bản dành cho nữ giới Le Smoking, suit đã trở thành trang phục công sở không thể thiếu của những người phụ nữ hiện đại. Mùa Thu - Đông 2015 này, chúng ta tiếp tục có cơ hội chứng kiến các thiết kế suit hết sức đa dạng cả về kiểu dáng lẫn phong cách. Nếu hai thương hiệu Costume National và Dondup vẫn trung thành khai thác dáng suit cổ điển với gam màu trầm và các đường kẻ sọc pinstripes; Diane von Furstenberg lại "cập nhật" xu hướng này với màu xanh neon trẻ trung và kiểu ve áo (lapel) hiện đại đang rất thịnh hành. Roland Mouret và Prada đem đến những bộ suit nữ tính ngọt ngào với tông màu phấn dịu dàng. Gucci và Missoni lựa chọn những họa tiết in ấn tượng để tạo nên sự phá cách và ngẫu hứng đầy thú vị. Sẽ là thiếu sót nếu không nhắc đến những đường cắt phóng khoáng và chiếc quần loe trong những bộ suit của Blugirl hay Chloé. Một thiết kế đáng chú ý khác là bộ bar suit từ thương hiệu Delpozo theo kiểu dáng "New Look" huyền thoại của bậc thầy Christian Dior. Tuy nhiên nổi bật hơn cả có lẽ là bộ skirt suit bằng da đầy sang trọng, lịch lãm tới từ nhà mốt nước Ý Trussardi và bộ pant suit "bụi bặm" cùng chất liệu của Ralph Lauren.







# Ponchos & Capes

"Cơn sốt" áo khoác poncho và cape trong những năm gần đây dường như vẫn chưa cho thấy bất kỳ dấu hiệu hạ nhiệt nào. Thậm chí trong mùa mốt Thu - Đông 2015 này, những "virus" mang tên "nghiện poncho và cape" tiếp tục mạnh mẽ tấn công các sàn diễn thời trang danh tiếng. Đầu tiên phải nhắc đến Burberry Prorsum với những chiếc áo poncho viền tua rua với họa tiết bohemian tuyệt đẹp. Phong cách và kiểu dáng tương tự cũng xuất hiện trên sàn diễn của nhà Chloé. Trong khi đó, áo poncho với đường diềm đăng ten và họa tiết trang trí theo hơi hướng retro của Giles và Simone Rocha lại cho thấy một dấu ấn cảm hứng từ trang phục của giới quý tộc châu Âu những thế kỷ trước. Sẽ là thiếu sót nếu không nhắc đến hai chiếc poncho với những đường cắt xẻ độc đáo của Céline và Esteban Cortazar cùng thiết kế bất đối xứng đầy ngẫu hứng của Christopher Raeburn. Hay mùa đông này nếu vận trên người chiếc poncho quá khổ của Delpozo chắc chắn bạn sẽ thu hút mọi ánh nhìn. Các thiết kế khác của Kenzo, Lanvin, Lemaire, Mulberry và Versace hứa hẹn mang đến cho bạn nhiều lựa chọn đa dạng. Nếu cảm thấy nhàm chán với những thiết kế poncho, bạn có thể tìm đến những chiếc áo cape với chất liệu nhung sang trọng và đầy quyền lực của Emilio Pucci hay Sonia Rykiel. Vẫn là áo cape, nhưng với Tommy Hilfiger, đó là phong cách sporty và preppy đầy trẻ trung của một thương hiệu Mỹ chính cống.



# Sweet in Suede

Để miêu tả sự quay trở lại với "ngôi vương" của chất liệu da lộn trong năm 2015, Style.com đã đưa ra khẳng định không thể ầm tưng hơn: "Suede is the new fur". Và đó chính xác là những gì đã diễn ra trên các sàn diễn lớn nhỏ, từ Xuân-Hè cho tới Thu-Đông, từ Paris cho tới Milan.

Thuật ngữ "suede" (da lộn) bắt nguồn từ tiếng Pháp, "gants de Suède", có nghĩa là "Swedish gloves" (những đôi găng tay Thụy Điển) bởi chất liệu này ban đầu được sử dụng để tạo ra những đôi găng tay dành cho phái nữ. Với các đặc tính nổi bật như mềm, mỏng và mịn, da lộn dần trở thành chất liệu ưa thích qua các mùa thời trang. Trong mùa mốt Thu-Đông năm nay, đó là sự xuất hiện đầy ầm tưng của những chiếc áo khoác da lộn từ các thương hiệu Burberry Prorsum, Kolor hay Derek Lam. Cũng không thể không kể tới những đôi boots với kiểu dáng đa phong cách của Alberta Ferretti, Burberry Prorsum, Ermanno Scervino, Ralph Lauren hay 3.1 Phillip Lim. Một trong những ưu điểm của da lộn là giống denim, bạn có thể chơi "cả cây" từ trang phục đến giày, túi mà không sợ bị "quá đà". Dễ nhận thấy điều này trong cách phối đồ trên sàn diễn của các nhà mốt Burberry Prorsum, 3.1 Phillip Lim hay Ralph Lauren. Ngoài ra, da lộn có thể dễ dàng kết hợp với bất kỳ chất liệu mùa đông nào khác, đặc biệt là leather (da).

Blugirl

3.1 Phillip Lim

Alberta Ferretti

Chloé

Derek Lam

Burberry Prorsum

Tibi

Ralph Lauren

Ermanno Scervino





# ELEGANT CHIC

NHỮNG NGƯỜI PHỤ NỮ 21 SIX CÁ TÍNH  
VÀ THANH LỊCH, LUÔN BIẾT CÁCH GÂY  
ẤN TƯỢNG NHƯNG VẪN BIẾT GIỚI HẠN  
MÌNH TRONG KHUÔN KHỔ!

CONCEPT & CREATIVE: **SAMUEL HOÀNG**  
PHOTOGRAPHER: **THIỆN HÙNG**  
MODEL: **NGỌC ANH NA NA**  
STYLIST: **LUSIA LAN ANH**  
MAKEUP & HAIR: **SELENA TRANG**  
PRODUCER: **NGỌC AN**  
ASSISTANT: **KHẮC ĐỨC**  
FASHION: **21SIX - 216 BÀ TRIỆU - HBT - HN**  
**ALDO - TẦNG 1 VINCOM BÀ TRIỆU - HBT - HN**

























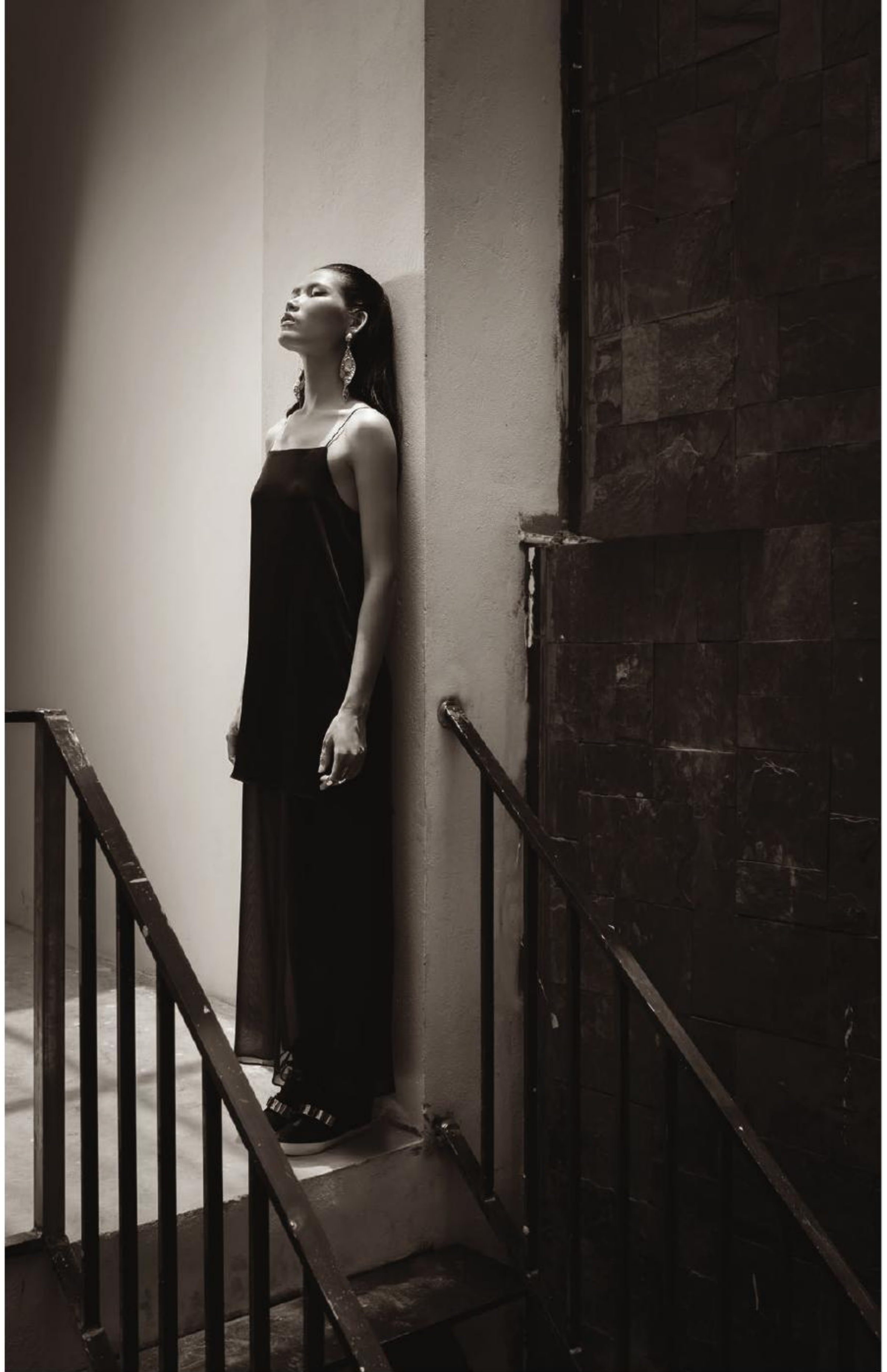




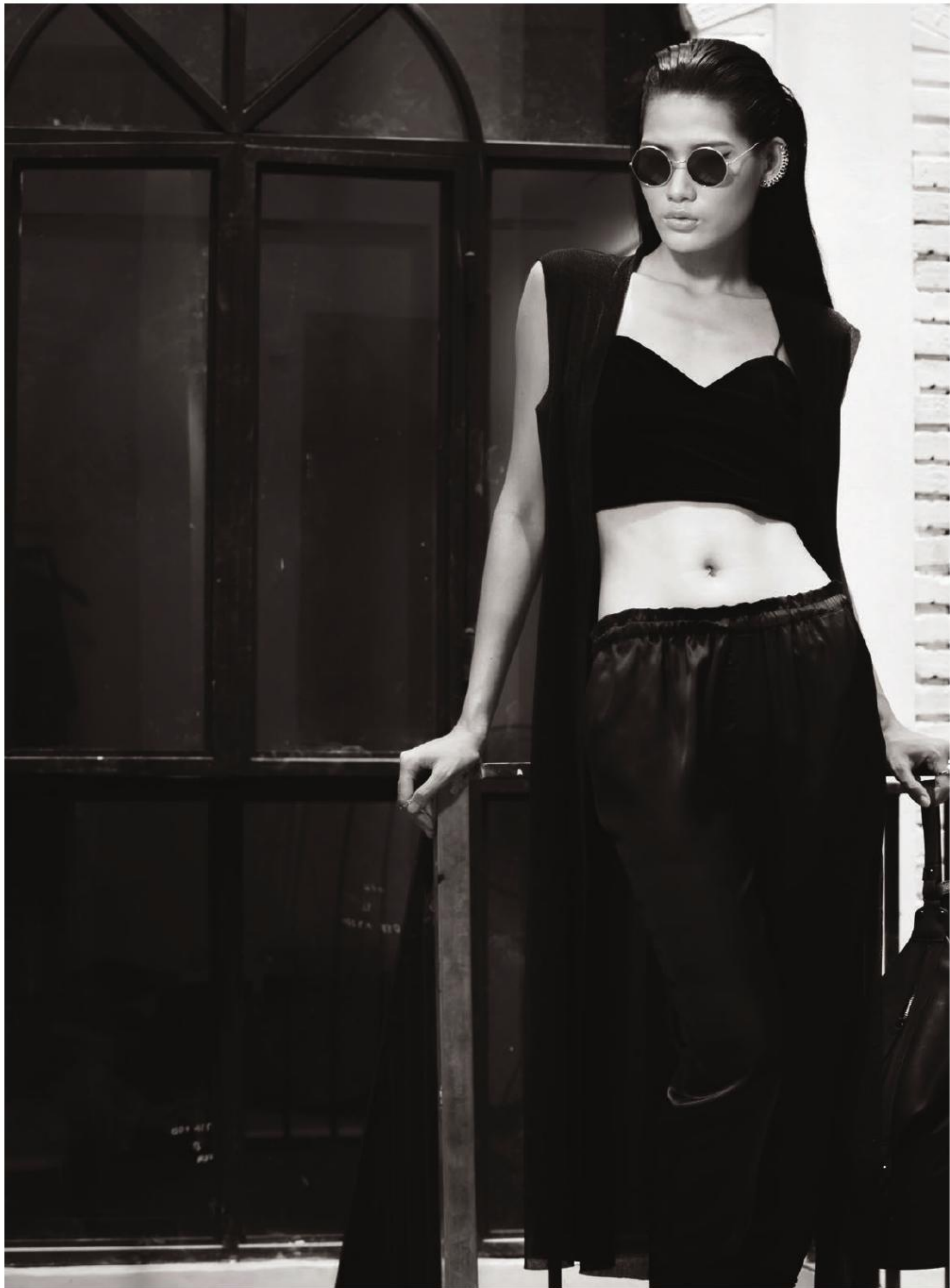


















(LOOK 1)



(LOOK 2)



(LOOK 3)



## GEEK CHIC

Đã xưa rồi quan niệm cứ "mọt sách" là trông rất "ngố", xuề xòa và không biết cách ăn mặc. Các anh chàng "tri thức" thời đại số ngày nay có phần bảnh bao và sành điệu không kém gì những chàng "bad boy" đầy sức hút. Phong cách "geek chic" với nét độc đáo, cá tính, vừa cổ điển, vừa hiện đại đang trở thành một trào lưu rất được ưa chuộng trong những năm gần đây. Nhắc tới geek chic, không thể không kể đến những chiếc kính cận (hoặc trong suốt) gọng nhựa, những chiếc quần skinny ôm sát, những chiếc túi messenger bag trẻ trung hay những sắc màu cùng họa tiết đầy táo bạo.



(LOOK 1)



(LOOK 2)



(LOOK 3)



## ROCK CHIC

Nổi bật và sắc nét hơn rất nhiều các phong cách khác nhưng vẫn đủ độ tiết chế, lịch sự chứ không lập dị hay cực đoan như Punk và Gothic, Rock Chic là sự lựa chọn hoàn hảo cho các anh chàng mạnh mẽ, nam tính không ngại ngại thể hiện cá tính của bản thân. Những món đồ không thể thiếu của một tín đồ nhạc rock, đó là những chiếc áo phông đen ấn tượng, chiếc quần jeans rách bụi bặm, chiếc áo khoác da (biker) đầy chất chơi cùng những đôi boots cổ cao "hầm hố". Những phụ kiện điển hình như vòng tay da, dây chuyền hình đầu lâu hoặc thánh giá, kính mát phi công kiểu Ray-Ban cũng đóng một vai trò quan trọng để tạo nên tổng thể hoàn hảo cho người mặc.



## (LOOK 1)



## URBAN CHIC

Không phải là một phong cách xa lạ với giới trẻ mộ điệu những năm gần đây nhưng urban chic đôi khi lại là một trào lưu rất khó định nghĩa. Urban chic thực chất là điểm giao thoa giữa một chút "casual" và một chút "formal", đề cao tính thoải mái, tiện dụng nhưng không vì thế mà bỏ qua nét cá tính và sự tinh tế của người mặc. Từ áo phông đến quần jeans, áo sơ mi đến quần kaki, giày thể thao đến giày loafers, với urban chic, các chàng thực sự có rất nhiều lựa chọn để kiếm cho mình một bộ trang phục ưng ý, trẻ trung và phù hợp trong mọi hoàn cảnh.

## (LOOK 2)



## (LOOK 3)





**Bata**  
For every step.







PRADA

## Chính quyền Ý đẩy mạnh cuộc chiến chống hàng giả

Giới chức nước Ý vừa đóng cửa 410 trang mạng bán hàng nhái và hàng giả mạo. Các mặt hàng bị làm nhái chủ yếu là những mặt hàng của những thương hiệu cao cấp và xa xỉ phẩm như Prada (thời trang) và Patek Philippe (đồng hồ). Theo nguồn tin từ website The Fashion Law, 15 cá nhân liên quan đến các trang web này đang bị cảnh sát điều tra. Cũng trong một tuyên bố mới đây, Cảnh sát Tài chính Italia (Italian Finance Police) cho biết “những hoạt động trái phép đó có ảnh hưởng tiêu cực đến nền kinh tế, là tác nhân gây ra tình trạng mất việc và thất thoát thuế. Những hoạt động này đặc biệt nguy hiểm do có liên quan tới việc phạm tội có tổ chức, bóc lột trẻ vị thành niên, đồng thời xâm hại đến sức khỏe và quyền lợi của người tiêu dùng.”

## Karl Lagerfeld: 50 năm tại Fendi



2015 là một năm đặc biệt với cả Karl Lagerfeld và thương hiệu Fendi, in dấu mối quan hệ hợp tác lâu dài nhất – lên tới nửa thế kỷ - (giữa một nhà thiết kế và một thương hiệu) trong lịch sử thời trang. Để kỷ niệm sự kiện này, Fendi và ngài Karl đã cùng nhau giới thiệu ấn phẩm “Fendi by Karl Lagerfeld” (được ra mắt chính thức tại Liên hoan phim Cannes vừa qua). Đây là một tập hợp các dự án Karl đã thực hiện cho Fendi, cùng các tư liệu về những bài phỏng vấn trước báo giới và những cuộc trao đổi thân mật của ông với các cộng sự. Sách được đặt trong một hộp gỗ. Đi kèm với sách là những món đồ thú vị như: quyển scrapbook với hơn 200 mẫu phác thảo minh họa các thiết kế của Karl dành cho Fendi, một USB với các file MP4 thuật lại những hồi ức, kỷ niệm đặc biệt của nhà thiết kế bậc thầy với nhà mốt lừng danh nước Ý từ năm 1965 đến nay. Sách sẽ được xuất bản bởi Steidl và có bán tại các cửa hàng boutique của Fendi và các nhà sách cao cấp trên toàn thế giới từ tháng 07 này với giá 100 euro tương đương khoảng \$111.

## Khóa học cấp bằng luật thời trang đầu tiên thế giới

Trường luật Fordham (Fordham Law School) tại New York City vừa thông báo ra mắt chương trình học cấp bằng Luật Thời trang (Fashion Law) đầu tiên trên thế giới, được chứng nhận bởi American Bar Association. Đứng đầu chương trình giảng dạy là Giáo sư Susan Scafidi – giám đốc Fordham Fashion Law Institute, người sáng lập khóa luật thời trang đầu tiên vào năm 2010 và nhà thiết kế danh tiếng Diane von Furstenberg, chủ tịch Hội đồng các nhà thiết kế thời trang Hoa Kỳ (CFDA). Trong buổi họp báo tại Lincoln Center, Diane von Furstenberg cho biết “Tôi tin chắc chương trình này sẽ trở thành một trong những công cụ đắc lực giúp các luật sư và những người hoạt động trong lĩnh vực thời trang hiểu hơn về hoạt động kinh doanh của mình, từ đó bảo vệ và giúp các thương hiệu phát triển bền vững.” Đơn đăng ký nhập học chính thức bắt đầu được xét duyệt từ nay đến khi khóa học bắt đầu vào mùa thu tới đây. Chương trình học được chia làm hai hình thức: toàn phần (full-time) và bán phần (part-time), cấp bằng thạc sĩ dưới hai dạng: Master of Studies in Law (Thạc sĩ Luật học) dành cho những người đi làm có chuyên môn quan tâm đến luật thời trang hoặc Master's of Law in Fashion Law (Thạc sĩ Luật Thời trang) cho những sinh viên đã có bằng luật J.D Law. Các bộ môn được giảng dạy gồm: Hoạt động tài chính trong thời trang (Fashion Financing), Quy chế về sử dụng người mẫu và tổ chức trình diễn thời trang (Fashion Modelling Law), Quản lý cấp phép trong thời trang (Fashion Licensing) và Phát triển bền vững (Sustainability).







## Ra mắt dự án Vogue Video

Mới đây, dự án Vogue Video vừa được giới thiệu trên website Vogue.co.uk với phim ngắn đầu tiên được sản xuất bởi Ban sản xuất độc lập. Bộ phim ngắn có tên: Vogue Presents: The Minions. Được trình bày bởi biên tập viên thời trang nổi tiếng Suzy Menkes, bộ phim gồm các phỏng vấn với các nhân vật đình đám nhất trong làng thời trang quốc tế thế giới như Domenico Dolce, Stefano Gabbana, Rupert Sanderson, Giles Deacon, Stephen Webster, Alber Elbaz, Stephen Jones và chủ biên của tờ Vogue (Anh Quốc) Alexandra Shulman. Tất cả đều xoay quanh ảnh hưởng mạnh mẽ của bộ phim Minions (2015) đối với ngành công nghiệp thời trang thế giới.

Nhận xét về dự án này, Alexandra Shulman chia sẻ: "Vogue Video thực sự là một sáng kiến thú vị và quan trọng đối với Tạp chí Vogue UK." "Cuối cùng chúng tôi cũng có cơ hội thực hiện những nội dung vừa độc đáo vừa cuốn hút, phong cách, đẹp mắt và mang tính giải trí cao dưới định dạng một video, đứng độc lập đồng thời bổ sung cho ấn phẩm in của tạp chí. Đây là hoạt động mở rộng sẽ đem lại nhiều giá trị cho Vogue." Các dự án phim tiếp theo cũng sẽ lần lượt ra mắt trong thời gian tới, trong đó phải kể đến series phim Inside The Wardrobe, thực hiện bởi cộng tác viên Bay Garnett đồng thời được tài trợ bởi Vestiaire Collective, khắc họa chân dung những biểu tượng phong cách trẻ như Olivia Palermo, Suki Waterhouse và Lily Allen.



## Donna Karan International xác nhận sự ra đi của Donna Karan

Một năm kể từ khi nổi lên tin đồn Donna Karan sẽ rời vị trí Thiết kế chính tại thương hiệu mang tên bà, tập đoàn Donna Karan International (DKI) cuối cùng đã xác nhận thông tin này. Phát biểu trong một tuyên bố chính thức, Donna cho biết "Đã tới lúc tôi cần dành nhiều thời gian hơn cho Urban Zen, đồng thời tập trung vào các hoạt động từ thiện và thương mại liên quan tới chăm sóc sức khỏe, giáo dục và gìn giữ bản sắc văn hóa. Sau vài năm cân nhắc kỹ lưỡng về quyết định này, tôi nhận thấy thời điểm thích hợp đã đến và tôi tin tưởng vào tương lai tươi sáng của DKI dưới sự dẫn dắt của một đội ngũ thực sự tài năng." Mặc dù không còn trực tiếp thiết kế các bộ sưu tập cho thương hiệu do chính bà sáng lập cùng người chồng quá cố Stephan Weiss vào năm 1984, Donna Karan vẫn sẽ giữ vai trò là người cố vấn chính cho tập đoàn DKI (hiện đang sở hữu hai nhãn hiệu Donna Karan và DKNY). Tháng 4 vừa rồi, tập đoàn DKI đã bổ nhiệm cặp đôi thiết kế đang lên Dao-Yi Chow và Maxwell Osborne (từ nhãn hiệu Public School) vào vị trí Giám đốc sáng tạo của dòng thời trang DKNY. Tuy vậy, DKI vẫn chưa đưa ra tuyên bố tìm kiếm người thay thế chính thức cho Donna Karan. Theo thông tin mới nhất từ hãng này, show trình diễn xuân/hè 2016 của thương hiệu Donna Karan tại Tuần lễ Thời trang New York diễn ra vào tháng 9 tới đây sẽ bị hủy bỏ. Phía tập đoàn DKI cũng cho biết hãng sẽ "tái cấu trúc lại để phát triển dòng thời trang DKNY trong thời gian tới."

## Versace quảng cáo cho Givenchy?

Một sự kiện chưa từng có tiền lệ vừa diễn ra trong làng thời trang thế giới: Donatella Versace, Giám đốc sáng tạo thương hiệu Versace mới đây trở thành gương mặt đại diện cho chiến dịch quảng cáo Thu/Đông 2015 của nhà mốt Givenchy, nơi Richardo Tisci đang giữ vai trò Giám đốc sáng tạo. Hai nhiếp ảnh gia Mert Alas và Marcus Piggott cùng biên tập viên thời trang nổi tiếng Carine Roitfeld (với vai trò stylist) là những người thực hiện loạt ảnh này. Khi được hỏi về mục đích và ý nghĩa của chiến dịch quảng cáo, Donatella không ngần ngại chia sẻ "Tôi tin rằng phá vỡ các quy tắc là một điều cần thiết. Richardo Tisci thực sự là một nhà thiết kế rất tài năng và trên hết, một người bạn thân thiết của tôi. Chúng tôi coi nhau như người trong nhà." Người đứng đầu nhà Versace cũng bổ sung: "Tôi muốn thay đổi những quan niệm cũ. Các thương hiệu và các nhà thiết kế nên làm việc cùng nhau, hỗ trợ lẫn nhau và đưa thời trang thành một cộng đồng toàn cầu thực thụ." Riccardo Tisci cũng chia sẻ "Tôi đã chọn Donatella vì với tôi, bà ấy là một biểu tượng thời trang đích thực. Cả hai chúng tôi đều tin rằng đã đến lúc cần phá vỡ những qui tắc cũ và đưa ra một thông điệp mới về cách nhìn nhận thời trang." Cùng chung quan điểm với Donatella Versace và Riccardo Tisci là nhà thiết kế Alber Elbaz, Giám đốc sáng tạo của thương hiệu Lanvin. Tháng trước, Alber đã bày tỏ suy nghĩ của mình với Suzy Menkes "Chúng ta đang sống trong một ngành công nghiệp chỉ luôn bận tâm đến những cái "next" (tiếp theo): Ai là người tiếp theo? Ai là người kế cận? Thay vào đó, mọi thứ nên hướng đến tinh thần hợp tác, làm việc cùng nhau, học hỏi lẫn nhau để cho ra mắt những tác phẩm tuyệt nhất."







## EDITOR'S *picks*

*Công thức luôn đúng dành cho những buổi dạ tiệc là một chiếc đầm đỏ, một chiếc xác đầm đính ngọc trai và những ánh vàng kim từ trang sức.*

Emilio Pucci

Melissa Joy Manning



Oscar de la Renta



Granvito Rossi



Burberry





# EDITOR'S *picks*

*Sự kết hợp của những tông màu tối và ánh vàng sẽ thực sự bùng nổ với một ánh son màu xanh blue huyền ảo!*



Oscar dela Renta



Bottega Veneta



Bottega Veneta



Granvito Rossi

Lipetick Queen







*Khi Kim Kardashian chia sẻ bí mật về Contour (tạo bóng) trên Instagram, cô đã khiến Contour dậy sóng thành một từ khoá siêu hot. Một đường phấn Bronze sẫm màu, tối hơn màu da từ 2 đến 3 tone được kẻ ở hai bên thành mũi sẽ làm mũi cao và thon gọn hơn. Hàng trăm ngàn phụ nữ hứng thú với bức ảnh của Kim và ắt hẳn sẽ bắt chước nó. Nhưng với các chuyên gia make up thì kỹ thuật này “xấu như trái đất”.*

Contour chưa bao giờ là một xu hướng. Nó đơn giản là một kỹ thuật: dùng phấn tối màu để điều chỉnh các đường nét trên gương mặt, giúp gương mặt có hình khối và sắc nét hơn (ví dụ: sống mũi cao hơn, viền hàm sắc nét hơn hay gò má thon gọn hơn). Nhiều chuyên gia make up yêu thích kỹ thuật này trong khi một số khác lại chối bỏ nó. Ví dụ như Bobbi Brown. Người phụ nữ nổi tiếng này từ chối sử dụng Contour vì nó đi ngược lại triết lý tự nhiên trong phong cách trang điểm của bà. Đó là lý do vì sao Bobbi Brown sẽ không bao giờ có sản phẩm bronze dành cho Contour. Phù thủy sản phẩm Pat McGrath thừa nhận rằng không phải ai cũng áp dụng Contour một cách dễ dàng, dù kỹ thuật này là một phép màu thực sự để khiến gương mặt trở nên lộng lẫy một cách tinh tế. Áp dụng sai lầm, Contour cũng khiến gương mặt bạn trở thành thảm họa của những vết bẩn.



#### TIPS:

- Dùng đúng cọ chuyên biệt dành cho Contour. Loại cọ này được thiết kế để lấy ra một lượng phấn vừa đủ và pha trộn vào da một cách dễ dàng.
- Có thể dùng phấn má hồng để Contour (màu hồng pha nâu, hồng sẫm màu) ở vùng má, hàm, cánh mũi, không nhất thiết phải là Bronze màu nâu.
- Nên áp dụng Contour dưới ánh sáng tự nhiên, vì ánh sáng trong phòng dễ khiến bạn nhầm lẫn về sắc thái da.
- Nên áp dụng Contour trước, sau đó hoà trộn phần nền chống lên để màu sắc được tự nhiên.

## Trị liệu nào cho da không hoàn hảo?

### 1. DA THÔ SẴN, LỖ CHÂN LÔNG TO, KHÔNG ĐỀU MÀU (CÓ MỤN TRONG QUÁ KHỨ NHƯNG ĐÃ HẾT).

-> Lựa chọn: Lột tẩy hóa học. Sử dụng các hóa chất có khả năng tẩy da chết như AHA, BHA ở nồng độ cao để giảm đi các dấu hiệu không hoàn hảo. Nên thực hiện ở spa chuyên nghiệp, không nên tự làm ở nhà.

### 2. NẾP NHĂN, ĐÓM ĐEN, SẼO MỤN.

-> Lựa chọn: Fractional CO2 Laser. Kết hợp của Laser CO2 truyền thống và công nghệ vi phân giúp tác động sâu vào các mô trong da mà vẫn giữ lại nguyên vẹn vùng da xung quanh vị trí bắn nhờ đó làn da phục hồi nhanh hơn mà giảm thiểu tác dụng phụ.

### 3. CHÂM BÓT BẨM SINH.

-> Lựa chọn: Laser YAG. Tia Laser chiếu vào vùng da bị hắc tố, phá vỡ kết cấu của các hạt melanin vũng chắc dưới da, phân tán chúng thành hàng nghìn hạt siêu nhỏ, và được đưa ra khỏi cơ thể theo cơ chế sinh học.





## 5:2: luật “ăn kiêng” cho da

Kem dưỡng ẩm The Body Shop Vitamin C Glow Boosting Moisturiser  
Giá 1.099.000 VND



Kem dưỡng ẩm L'Occitane Shea Light Comforting Cream  
Giá: 1.020.000 VND

Chắc hẳn bạn đã nghe nói đến chế độ ăn kiêng không liên tục kiểu 5:2, tức là ăn uống bình thường trong 5 ngày rồi chỉ nạp 500 calories trong 2 ngày tiếp theo (gần như nhịn ăn). Chế độ ăn kiêng không liên tục này giúp cơ thể giảm cân nhanh

chóng và mang đến nhiều lợi ích như sự cải thiện của huyết áp, nồng độ cholesterol trong máu và sự phản hồi insulin trên cơ thể. Giờ đây ý tưởng này đang được áp dụng cho da: bạn có thể trang điểm bình thường trong 5 ngày rồi để mặt mộc hoàn toàn trong 2 ngày tiếp theo. Không make up, không tẩy da chết, không trị liệu bằng bất cứ loại đặc trị nào, chỉ cần rửa mặt sạch sẽ rồi thoa một lớp dưỡng ẩm là đủ. Phương pháp này dựa trên cơ chế tự sửa chữa của da: làn da có thể tự sửa chữa các tổn thương từ bên ngoài và khôi phục lại sự khỏe mạnh. Bạn chỉ cần cung cấp một bề mặt thoáng đãng để da làm tốt công việc đó là được.

## Chỉnh hình mắt to trong 1 phút

Chúng ta đã có rất nhiều thủ thuật để khiến mắt nhỏ trở nên to hơn: dán mi giả, kẻ liner đậm, kích mi, dùng kính gọng tròn. Nhưng nếu bạn có một đôi mắt quá to và muốn nó trở nên nhỏ, dài hơn để cân đối với gương mặt thì dường như ít giải pháp hơn nhiều. Bí quyết của chúng tôi:

1. Kẻ liner bằng chì từ giữa mắt đến đuôi mắt, vượt khỏi đuôi mắt một chút (lưu ý: nên kẻ một cách nhẹ nhàng để không tạo ra cảm giác đứt đoạn một cách đột ngột).
2. Cắt đôi 1 chiếc mi giả (chọn loại mi dài, không cong, sợi mi mảnh tự nhiên, ít bóng). Tia mảnh 1mm ở phần mép vừa cắt của mi giả để phần mép này khi dán vào mi sẽ không nổi bật.
3. Dán 1 nửa mi giả vào phần đuôi mắt, đè lên đường liner vừa kẻ, chỉnh sửa mi để phần mép giữa bị cắt hoà vào liner và không tạo cảm giác đột ngột ở giữa mắt.
4. Nhắm mắt, dùng 1 ngón tay áp nhẹ lên mi giả để mi rủ xuống tự nhiên ở đuôi mắt, che bớt một phần lòng trắng, kéo dài hình dạng của mắt khiến mắt nhỏ hơn.



## Cocktail skincare

Dermalogica không phải là thương hiệu đầu tiên nghĩ ra việc pha trộn các sản phẩm với nhau nhưng họ có một hệ thống sản phẩm phong phú để thực hiện việc pha trộn một cách xuất sắc.

### SỮA RỬA MẶT + TẨY DA CHẾT

Trộn sữa rửa mặt và tẩy da chết cám gạo dịu nhẹ để tạo ra một giải pháp làm sạch sâu ngay tức thì.

Sản phẩm: Special Cleansing Gel + Daily Microfoliant (Ngay sau đó, có thể dùng Break Out Control để kiểm soát vùng da dầu mụn và xịt AntiOxidant Hydramist lên toàn bộ vùng mặt để thêm ẩm sau bước làm sạch).



### SERUM + SERUM

Kết hợp 2 loại serum cùng một lúc sẽ tạo ra một giải pháp chống lão hoá hiệu quả cho làn da, đặc biệt là với da khô, da lão hoá.

Sản phẩm: Overnight Repair Serum thoa trước + Multivitamin Power Serum thoa sau (kết thúc bằng kem dưỡng ẩm Super Rich Repair để tạo hàng rào bảo vệ cho da).





# EDITOR'S PICKS

*Kem chống nắng, dầu gội chống bết và những loại kem phấn giúp hiệu chỉnh da một cách mềm mại, tự nhiên vẫn là sản phẩm được săn đón nhất của tháng này.*

Khánh Minh

## 1. CHANEL CILS SCINTILLANTS JAZZY BLUE.

**Điểm cộng:** Mascara màu xanh blue cho hàng mi màu sắc ấn tượng và tuyệt đẹp. (Ra mắt tại Việt Nam từ ngày 6/8).

Giá: 867.000 VND

## 2. FRESH SUGAR LIP TREATMENT SUNSCREEN SPF 15

**Điểm cộng:** Một trong những sản phẩm bán chạy nhất thế giới để dưỡng ẩm môi với những thành phần an toàn và tự nhiên.

## 3. SHU UEMURA SKIN FIT

**Điểm cộng:** Phấn nền dạng nước tạo ra lớp phủ tự nhiên cho làn da, thông thoáng nhưng vẫn giữ được sự mỏng nhẹ và dịu mát suốt cả ngày hè với độ chống nắng cao.

Giá: 1.350.000 VND(gồm bông phấn)

## 4. NARS KABUKI ITA BRUSH

**Điểm cộng:** Cọ má hồng làm từ lông tự nhiên, tạo ra sự sắc nét nhưng vẫn mềm mại trên gương mặt, đặc biệt thích hợp cho contour (tạo khối).

## 5. CHANEL CC CREAM MỚI

**Điểm cộng:** Dễ tán, dễ điều chỉnh màu. Có 2 màu tự nhiên phù hợp cho da Châu Á: B10 và B20. Làm giảm sự xuất hiện của những đốm nâu, vết sưng đỏ, lỗ chân lông, để mang lại một làn da tự nhiên và tràn đầy sức sống. Giá: 1.547.000 VND

## 6. KOSÉ SEKKISEI SUN PROTECT ESSENCE MILK/GEL

N SPF50+/PA++++

**Điểm cộng:** Kem chống nắng mang lại cảm giác khô thoáng hơn nhiều so với những phiên bản cũ. Chứa gấp đôi lượng hạt Coix, cùng chiết xuất Akebia và thành phần vỏ cây moutan giúp bảo vệ da.

Giá: 1.000.000 VND/ kem dạng milk; 950.000 VND/ kem dạng gel.

## 7. GLAMGLOW SUPERMUD™ CLEARING TREATMENT

**Điểm cộng:** Kem trị liệu bao gồm 6 axit làm sáng da và mềm da, dùng để cải thiện da mụn, da xỉn màu, da thô sần. Có phản hồi rất tốt tại những trang web lớn như Sephora.

## 8. CRABTREE & EVELYN VERBENA & LAVENDER SHAMPOO

**Điểm cộng:** Dầu gội rất thích hợp cho tóc dầu, tóc bết trong những ngày nắng nóng. Chiết xuất từ cỏ roi ngựa và hoa oải hương giúp ngăn ngừa ngứa da đầu, đồng thời cung cấp độ ẩm cho tóc. Giá: 550.000 VND



# ƯU ĐÃI LỚN MỪNG PPP LASER CLINIC KHAI TRƯƠNG CHI NHÁNH THỨ 9

LẦN ĐẦU CÓ MẶT TẠI VIỆT NAM NĂM 2012, ĐẾN NAY PPP ĐÃ CÓ 9 CHI NHÁNH ĐI VÀO HOẠT ĐỘNG TẠI HÀ NỘI, TP.HCM VÀ ĐÀ NẴNG. TRONG GẦN 3 NĂM QUA, PHÒNG KHÁM VÀ DỊCH VỤ TRỊ LIỆU CỦA PPP ĐÃ CHIẾM TRỌN CẢM TÌNH CỦA KHÁCH HÀNG TẠI VIỆT NAM. ĐỂ ĐÁP ỨNG NHU CẦU LÀM ĐẸP NGÀY CÀNG CAO CỦA KHÁCH HÀNG, PPP LASER CLINIC VIỆT NAM ĐÃ QUYẾT ĐỊNH KHAI TRƯƠNG CHI NHÁNH THỨ 9 TẠI TÂN BÌNH VÀ TRỞ THÀNH THƯƠNG HIỆU CHĂM SÓC VÀ TRỊ LIỆU DA CÓ NHIỀU CHI NHÁNH NHẤT TẠI VIỆT NAM VÀ CHÂU Á.

Thông tin về chi nhánh mới vừa khai trương tại tòa nhà Pico Plaza Quận Tân Bình đã được đông đảo các khách hàng quan tâm và đón nhận. Khi nhu cầu làm đẹp của chị em phụ nữ ngày càng tăng cao, việc tiết kiệm thời gian di chuyển và thuận tiện đi lại trong quá trình trị liệu da luôn được khách hàng ưu tiên khi lựa chọn địa điểm làm đẹp cho mình.

Đây là cơ hội cho các khách hàng khu vực Quận Tân Bình và các khu vực lân cận có cơ hội được trải nghiệm và tìm hiểu thêm về phương pháp chăm sóc và trị liệu da đến từ Singapore đang được ưu chuộng. Các cơ sở trị liệu của PPP Laser Clinic đã được trải rộng hầu hết các thành phố lớn tại khu vực Châu Á như : Singapore, HongKong, Malaysia, Japan, Indonesia, Trung Quốc. Tại Việt Nam, PPP Laser Clinic đã có 9 chi nhánh được trải dài cả 3 miền Bắc, Trung, Nam, riêng tại Thành Phố Hồ Chí Minh có đến 5 chi nhánh để phục vụ nhu cầu chăm sóc da hàng ngày của đông đảo khách hàng.

Với công nghệ LLCS, tia laser sẽ hoá hơi những bụi bẩn và cặn bã trong da, phá bỏ lớp Melanin là nguyên nhân làm tối màu, biến màu làn da. Trong quá trình điều trị, bạn sẽ chỉ có cảm giác khó chịu, hoàn toàn không đau và không xảy ra bất cứ sự cố nào như rạn da, cháy da, chảy máu, để lại dấu vết trên da... Tiếp đó, liệu pháp ánh sáng sẽ thâm nhập vào da, kích thích việc tổng hợp Collagen, tái tạo lại lớp hạ bì, giúp ổn định và tăng cường hiệu quả điều trị cũng như ngăn ngừa sự phát triển mụn và lỗ chân lông to hay sắc tố da bị biến đổi về sau, mang lại làn da sáng trắng và mềm mịn.

Da bạn luôn bị ảnh hưởng bởi nhiều tác động ngoại cảnh hàng ngày và cần phải thường xuyên chăm sóc để giữ da luôn khỏe mạnh. PPP mang đến liệu trình tập thể dục cho da, chỉ sau 5 phút laser sẽ giúp bạn điều tiết cho làn da, giảm nguy cơ tắc nghẽn lỗ chân lông, kiểm soát sự phát triển của mụn và sắc tố da như nám, tàn nhang...Giống như việc tập thể dục, duy trì việc trị liệu một cách thường xuyên và theo liệu trình an toàn sẽ mang đến một làn da khỏe mạnh dài lâu.

Nếu bạn đang có các vấn đề về da như mụn, nám, tàn nhang, lỗ chân lông to và muốn điều trị hay chỉ đơn thuần bạn muốn trải nghiệm phương pháp điều trị da đang được ưu chuộng từ Singapore, hãy đến với PPP Laser Clinic.



**HÃY ĐĂNG KÝ ĐỂ CÓ CƠ HỘI  
NHẬN NGAY 1 LẦN TRỊ LIỆU DA  
MIỄN PHÍ TRỊ GIÁ 5,500,000 VNĐ  
NHÂN DỊP KHAI TRƯƠNG CHI  
NHÁNH MỚI PPP LASER CLINIC**

**THỜI GIAN DIỄN RA:  
TỪ 25/7- 25/8/2015**

**ĐĂNG KÝ NHẬN MÃ SỐ THAM DỰ TẠI WEBSITE : PPP.COM.VN  
HOẶC FB : PPP LASER CLINIC VIỆT NAM | HOTLINE : 0967.070.070 – 0962.070.070**



# LINER

## Bất quy tắc

Hoa Thanh

Quy tắc duy nhất dành cho những đường kẻ mắt trên sàn diễn, có vẻ là: cứ kẻ theo bất cứ cách nào mà bạn muốn. Chúng tôi đã quan sát cách các nghệ sỹ make up thể hiện liner qua các mùa và dường như chẳng có giới hạn nào cho những đường kẻ này, miễn là chứng minh được gu thẩm mỹ tinh tế, táo bạo của người đã tạo ra chúng. Liner đã từng rất sôi động trong trào lưu đồ họa với những khối hình học sắc nét, những đường thẳng vuông thành sắc cạnh bao quanh vùng mắt gợi nhắc những chiến binh du mục xưa, hay chủ nghĩa vị lai Futurism lạnh lùng của tương lai. Liner đã từng thô mộc với những đường kẻ lem nhem buông tuồng, với những "vết bẩn" cố ý, nhằm chống lại sự cầu toàn của lối trang điểm chuẩn mực. Liner uốn cong, bẻ gãy, lượn sóng, vượt ra khỏi vị trí được mặc định là đường viền sát mí để tấn công những vị trí khác của đôi mắt: bầu mắt, đuôi mắt, hốc mắt... Thật khó dùng một từ, một xu hướng duy nhất để mô tả về liner ở từng mùa, vì tựu chung lại, chúng chỉ có một điểm chung duy nhất là sự bất thường, phản truyền thống.

Mùa Thu Đông này, chúng ta gặp lại sự bất thường ấy trong các show của Fendi, Mugler, Anthony Vaccarello, Suno, Proenza Schouler, Rochas, John Galliano và Anna Sui.



Kẻ mắt dạng gel  
Bobbi Brown Long  
Wear Gel Eyeliner  
Giá: 700.000 VND



Chi kẻ mắt Chanel Stylo  
Yeux Waterproof 916  
Perle de Lune  
Giá: 629.000 VND



Kẻ mắt nước Chanel  
Ligne Graphique de  
chanel 60 Dream Blue  
Giá: 884.000 VND



Kẻ mắt mac le  
disco superslick  
liquid eye liner  
nocturnal  
Giá: 570.000 VND



Kẻ mắt mac le  
disco superslick liquid  
eye liner pure show  
Giá: 570.000 VND



# CHON CO SƠN MÓNG như thế nào?

Chỉ những ai đã từng tự vẽ móng với một lọ sơn “hàng hiệu” (không phải loại sơn fake bán tràn lan ở tất cả những store mỹ phẩm không nguồn gốc) mới hiểu được tầm quan trọng của một chiếc cọ tốt. Chiếc cọ “đúng” sẽ giúp bạn hoàn thành các công đoạn vẽ nail một cách nhanh chóng, chính xác trong khi chiếc cọ “sai” sẽ làm điều ngược lại. Tất nhiên, mỗi hãng sơn móng đều sở hữu một kiểu thiết kế cọ riêng. Bạn nên nắm được những đặc điểm riêng đó để chọn cho mình loại cọ sơn móng thích hợp nhất.



## Cọ Opi

Đầu cọ rộng, phẳng, sợi cọ mềm: Rất thích hợp để tán màu nhanh chóng, phù hợp với nhiều kiểu vẽ nail khác nhau và tổng hợp được ưu điểm của các kiểu cọ hiện tại.



## Cọ Essie

Đầu cọ phẳng và hẹp, thân cọ được bao bọc thành hình trụ: Rất thích hợp cho việc vẽ móng một cách sắc nét và linh hoạt như kiểu crescent-moon (trăng lưỡi liềm), chuyển động dễ ở những góc khó như gốc móng.



## Cọ Chanel

Đầu cọ phẳng, mạnh, nhưng thân cọ dài giúp sợi cọ tới rộng: Rất thích hợp cho những màu pastel nhẹ nhàng, không cần quá điều chỉnh về đường nét.



## Cọ Butter London

Đầu cọ ngắn mềm, các sợi cọ tới rộng và không phẳng: Rất thích hợp để tán màu, giúp vẽ nail rất nhanh chóng nhưng hơi khó để kiểm soát ở gốc móng.



# Tự pha màu cho NAIL

Pha trộn các màu của sơn móng sẽ giúp bạn tiết kiệm ngân sách hơn, đồng thời tự sáng tạo ra các màu sắc mới thú vị.

## DỤNG CỤ:

- Ít nhất 2 màu sơn móng.
- Bề mặt phẳng để pha trộn (có thể là bảng màu hoặc đơn giản là bề mặt mica hay kính).
- Cọ dành cho nail, hoặc dùng luôn cọ trong lọ nail.

## QUY TẮC CẦN NHỚ:

1. Các màu sắc đều được tạo ra từ ba màu cơ bản: vàng, xanh dương và đỏ. Nếu bạn có đủ ba màu cơ bản này, bạn sẽ tạo ra được hầu hết các màu mong muốn. Nên dùng các màu của cùng một thương hiệu.

Màu xanh dương + màu đỏ = màu tím

Màu đỏ + màu vàng = màu cam

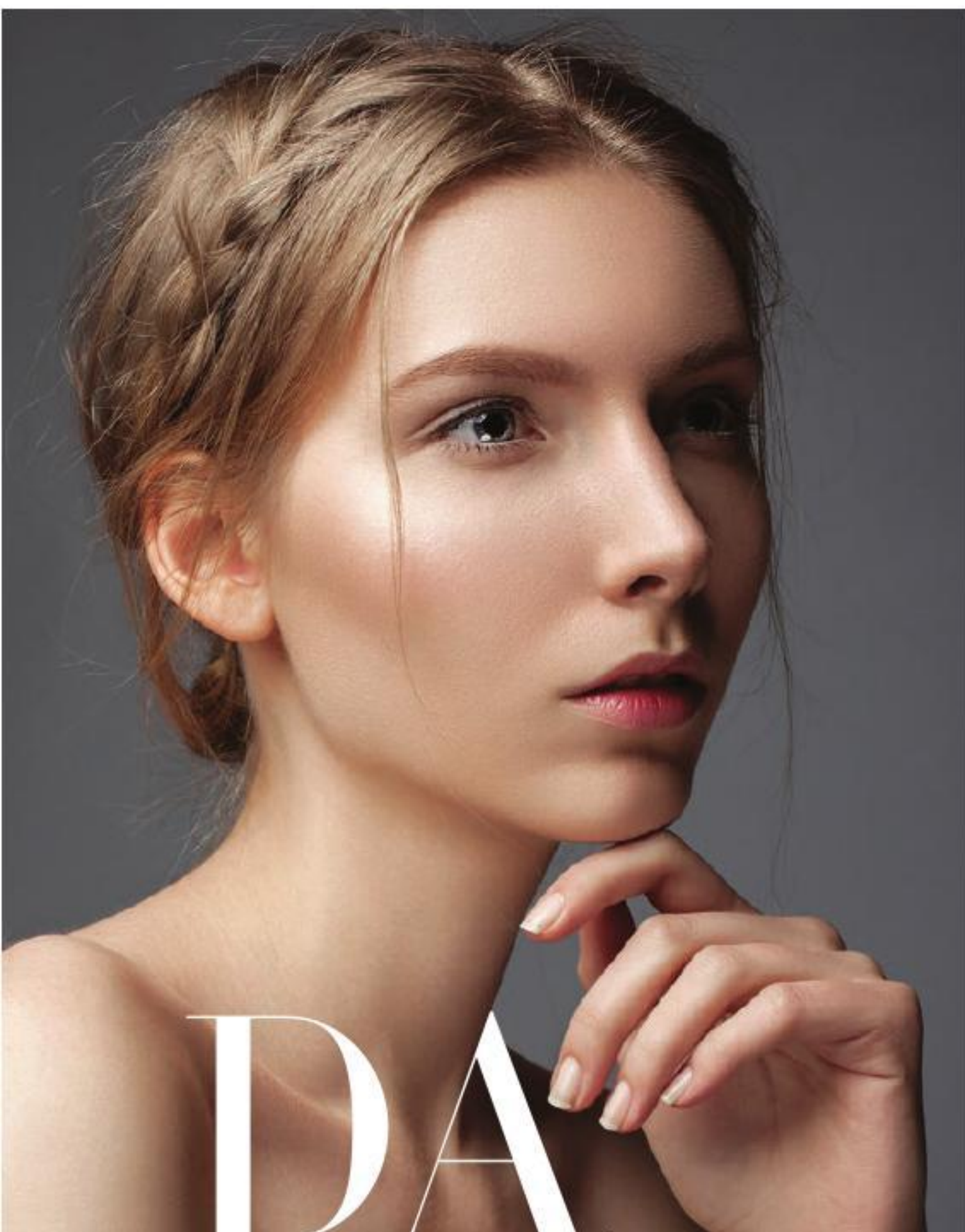
Màu xanh dương + vàng = màu xanh lá cây

2. Nên pha từng chút một vì sơn móng khi để ra ngoài không khí sẽ khô rất nhanh.

3. Pha màu sơn rất thích hợp cho kiểu vẽ móng Ombre. Bạn có thể điều chỉnh sự chuyển biến đậm dần hoặc nhạt dần của màu theo ý muốn.







## DA PHỦ SƯƠNG

Phong cách trang điểm “glow” hoặc “dewy skin”, với làn da căng bóng mịn màng đã phủ sóng trên sàn diễn vài năm trở lại đây. Nhưng ngay cả khi được ủng hộ bởi hàng loạt sản phẩm trang điểm tiện dụng từ Hàn Quốc, phong cách này vẫn phức tạp hơn bạn tưởng.

Khánh Minh



“Glow” là cách mà một làn da phẳng, mịn tự tỏa ra ánh sáng của nó khi ánh sáng khác chiếu vào, “glow” chỉ có thể đạt được khi bề mặt da thực sự khỏe mạnh, đủ độ ẩm, đủ độ căng và không bị ngăn trở bởi nếp nhăn, sự thô ráp, đốm nám hay mụn. Làn da của những diễn viên Hàn Quốc trên tivi mà bạn hay xem là ví dụ hoàn hảo cho “glow”.

Tham gia workshop một thương hiệu lớn, chúng tôi được hướng dẫn cách thức tạo ra làn da phủ sương theo đúng hiệu ứng “glow” bằng cách pha trộn một giọt serum vào sản phẩm phấn nền mà mình đang có. Serum sẽ bổ sung độ ẩm vào phấn nền, giúp nó tạo ra một lớp phủ mềm mại hơn trên da và giúp da nhìn căng hơn, khỏe khoắn hơn. Mẹo rất hữu ích trong trường hợp bạn muốn trang điểm kiểu “dewy skin” nhưng lại chưa có sẵn các sản phẩm thích hợp trong tay. Nhưng tất nhiên, không phải ai cũng muốn trang điểm theo phong cách này, hay chính xác hơn, không phải ai cũng “đủ điều kiện” để thử “dewy skin”. Đây rõ ràng là một xu hướng không hoàn toàn công bằng cho tất cả chúng ta: Bóng, nhưng không bóng loáng, ẩm, nhưng không ướt - những điều kiện gần như hà khắc của “dewy skin” tưởng như chỉ thích hợp cho những ai có làn da mộc gấm như hoàn hảo.

*Bí quyết để tạo ra phong cách “dewy skin”? Bạn có thể chọn 1 hoặc sử dụng tất cả những bí quyết dưới đây.*

1. Chăm sóc da thật kỹ lưỡng, tẩy da chết và thoa kem dưỡng ẩm để tạo ra một lớp nền mịn màng: hai điều quan trọng đầu tiên cho phong cách này.
2. Trộn 1 giọt serum vào phấn nền để tăng độ ẩm cho phấn nền trước khi áp dụng lên mặt.
3. Hoặc sử dụng phấn nền Cushion Air – loại nền cực kỳ thích hợp cho “Glow” bởi độ ẩm rất cao, độ che phủ tốt và được thiết kế cho mục đích tạo ra sự căng, phẳng, mịn cho da.
4. Không được quên bước xịt khoáng cho da: xịt khoáng lên da sau khi áp dụng phấn nền, xịt tiếp sau khi áp dụng phấn bột. Xịt khoáng sẽ giúp phấn hòa trộn vào da tốt hơn và mịn hơn.
5. Nếu đã thoa phấn nền xong mà vẫn chưa đủ “glow”, bạn có thể áp dụng một chút kem dưỡng ẩm ra tay, sau đó vỗ nhẹ lên má ở khu vực thoa má hồng.

### Serum + Primer

Trộn 1 giọt serum vào primer, bạn sẽ tạo ra một sản phẩm vừa dưỡng vừa trang điểm 2 trong 1, làn da sẽ được cung cấp thêm độ ẩm hoàn hảo với hiệu ứng “glow” căng mịn.

**Sản phẩm:** Overnight Repair Serum + Skin Perfect Primer SPF 30 (Với làn da không hoàn hảo, nên sử dụng Redness Relief Primer Spf 20 – một loại kem lót màu xanh giúp trung hòa sắc thái đỏ của da – trước bộ đôi này để có kết quả tốt nhất).



## Giải pháp cho đốm nâu của Sisley

Phyto- Blanc Intensive Dark Spot Corrector ra đời như một là giải pháp cấp thiết cho làn da bị ảnh hưởng các đốm nâu, làm da giảm đi sự đều màu, rạn rỗ. Với các chiết xuất chất từ thiên nhiên như hoa Lê Gai, cây Đại Hoàng kết hợp cùng hoạt chất vitamin C ổn định, sản phẩm làm ức chế sự hình thành và ngăn ngừa tổng hợp sắc tố gây sạm nám. Hiệu quả làm sáng những đốm nâu, vết do bắt nắng, lão hóa, hoặc viêm da được thể hiện rõ rệt sau 4 – 12 tuần sử dụng.

Giá: 2.800.000 VND





Cils Scintillants Jazzy Blue  
Giá: 867.000 VND

Le Vernis 665 Vibrato  
Giá: 714.000 VND

Les 4 Ombres 244  
Tissen Jazz  
Giá: 969.000 VND

## Những cung bậc xanh Chanel

Với sưu tập Chanel Blue Rhythm, chúng ta được nhìn ngắm sự trình diễn của những sắc xanh blue ấn tượng. Sắc xanh ấy xuất hiện một cách tinh tế trong phần mắt 4 màu LES 4 OMBRES và nail LE VERNIS, đan xen với các gam đen, trắng hay xám bạc. Phần còn lại của khuôn mặt được trang điểm hài hòa và cân bằng để nhấn mạnh màu xanh chủ đạo: với bờ mi được trau chuốt trong sắc đen của mascara LE VOLUME ULTRA NOIR DE CHANEL và đôi môi vờn đuôi đầy gợi cảm trong màu son trong suốt của GLOSS VOLUME. Nhưng đặc biệt nhất phải là phần mắt 4 màu LES 4 OMBRES và màu sơn LE VERNIS trong những cung bậc xanh hiện đại và sang trọng.

Telluride Eye Palette.  
Giá: 1.550.000 VND

Lip trio set. Giá: 1.400.000

## Hoàng hôn Telluride

Bobbi Brown giới thiệu BST Telluride Collection, lấy cảm hứng từ thị trấn Telluride nằm giữa những ngọn núi cao ở Colorado. Mỗi sản phẩm trong BST này được thiết kế để mang đến vẻ đẹp rạng rỡ như ánh nắng chiếu tại Telluride chiếu sáng lên da với những gam màu nhũ lấp lánh của nude, vàng nâu, vàng đồng và hồng.

### TELLURIDE PALETTE

Với 7 màu mắt đa dạng từ nâu, hồng nhẹ và màu hoa cà, bảng màu này làm nổi bật đôi mắt tự nhiên. Bảng màu này còn kèm theo cọ 2 đầu tuyệt đẹp dành riêng cho vẽ màu mắt và eye liner.

### LIP TRIO

Bộ Lip Trio Set gồm Sheer Lip Color, Lip Pencil và Lip Gloss, với những gam màu được chọn lọc, Bobbi đã tạo nên bờ môi bóng và lâu trôi.

# Giải pháp tri rụng tóc của Nashi

*Bộ sản phẩm kích thích mọc tóc gọi ý mới nhất dành cho những ảnh về tóc gãy và tóc rụng.*

### 1. DẦU GỘI NASHI ARGAN CAPIXYL

Dầu gội làm sạch sâu giúp chống rụng và kích thích mọc tóc theo công nghệ mới nhất từ tinh dầu argan, tế bào gốc thực vật Phyto Staminar & hoạt chất kích thích nang lông Capixyl chiết xuất từ thiên nhiên, giúp nuôi dưỡng, chống rụng và kích thích nang tóc đạt hiệu quả 35% sau 7 ngày sử dụng,

### 2. HUYẾT THANH NASHI ARGAN INTENSIVE TREATMENT 5%

Huyết thanh chống rụng, kích thích mọc tóc theo công nghệ mới nhất, chứa tinh dầu argan, tế bào gốc thực vật, hoạt chất kích thích nang lông giúp giảm rụng, kích thích tái tạo tế bào tóc mới, chống lão hóa, chống oxy hóa, giảm thiểu gãy rụng.

- Không cần xả lại bằng nước
- Chứa 5% hoạt chất Capixyl

Liệu trình sử dụng:

- 1 Huyết thanh 30ml: dùng lần đầu tiên sau khi gội đầu, lau tóc và bôi một lần duy nhất.
- 4 Huyết thanh 20ml: dùng ở 4 lần gội đầu sau đó. Nên thoa lên tóc vào buổi tối để có kết quả tốt hơn.



Hãy chụp hình voucher này và chia sẻ lên Facebook của bạn với hashtag #stylemagazine và #nashiargan. Quà tặng sẽ được trao cho người có nhiều lượt share và like nhất!  
Quà tặng gồm: 1 dầu gội Nashi Capixyl 500ml + Huyết thanh trị rụng Nashi Argan 2 liệu trình



# CHUYÊN GIA NÓI GÌ VỀ TÓC?

(Chuyên gia Nguyễn Duy Hải giải đáp các thắc mắc về chăm sóc tóc cụ thể cho từng tình trạng tóc khác nhau)

| PHÂN LOẠI            | NGUYÊN NHÂN                                                                                                                        | TRIỆU CHỨNG                                                                                                                    | CHĂM SÓC VÀ CHỮA TRỊ                                                                                                                                                                                       | BÍ QUYẾT                                                                                                                                            |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| TÓC THIẾU ĐỘ ẨM      | Độ ẩm trong không khí thấp, nhiệt độ cao khiến tóc bị mất nước.                                                                    | Tóc khô, vuốt rập tay, mất độ bóng. Có thể xuất hiện đứt gãy, không điều trị sẽ khiến tóc rụng.                                | Tăng cường dưỡng ẩm liên tục cho tóc mọi lúc: 1, Gội xả dưỡng ẩm. 2, Tăng cường độ ẩm cho tóc với các sản phẩm xịt hoặc kem có tác dụng bảo vệ tóc khỏi các tác hại của nhiệt cũng như tia UV từ mặt trời. | Bổ sung thêm hoa quả, uống nhiều nước, không nên để xoã tóc khi ở lâu ngoài ánh nắng.                                                               |
| TÓC THIẾU DƯỠNG CHẤT | Do thiếu chất hoặc da đầu khô hoặc quá dầu vào thời kì tiền mãn kinh, sau khi sinh, đang nuôi con, ốm dậy...                       | Tóc xỉn màu, bị chia hoặc chẻ ngọn nhiều, luôn trong tình trạng dễ bị bông xù hay hơi xoăn tự nhiên.                           | Dùng dầu gội xả nhiều dưỡng chất, tránh loại có sun-fat. Nên dùng kem hoặc dầu dưỡng sau mỗi lần gội. Kết hợp sấy thẳng để giúp tóc vào nếp, giữ nếp lâu hơn.                                              | Không hong tóc trước quạt. Tránh để tóc tiếp xúc với ánh nắng, gây thiếu độ ẩm.                                                                     |
| TÓC HƯ TỔN           | Do các tác động bên ngoài như thời tiết và bên trong như điều trị hoá chất khiến tóc hư tổn biểu bì, thân và lõi.                  | Tóc thiếu độ ẩm và dưỡng chất, nặng hơn sẽ rụng. Khi gội, tóc dễ ngấm nước và trở nên nặng.                                    | Chữa trị: Dùng các sản phẩm bổ sung keratine, giúp tóc đàn hồi lại. Chăm sóc: Sử dụng sản phẩm nhiều dưỡng và độ ẩm dành riêng cho tóc đã qua xử lý hoá chất. Dùng thêm dầu dưỡng tóc (kem dưỡng).         | Cần chữa trị rồi mới chăm sóc tóc. Nếu không chăm sóc rất mất thời gian và công sức.                                                                |
| TÓC BẾT, XEP MỎNG    | Tóc hay bị bết dính vào da đầu. Thân tóc khô, chân tóc và da đầu thì dầu. Thường gặp ở phụ nữ da dầu hoặc bị rối loạn nội tiết tố. | Da đầu và tóc luôn bị bết. 2, Thân và đuôi tóc có thể bị hư tổn hay thiếu ẩm. 3, Tình trạng này kéo dài cũng dẫn đến rụng tóc. | Chữa trị: Sử dụng dầu gội chuyên cho tóc dầu. Chăm sóc: Nếu tóc khô xơ, vẫn cần dầu xả và dầu dưỡng đều đặn cho tóc. Nếu tóc mảnh mỏng, dùng dầu xả và xịt chuyên dụng.                                    | Gội trị dầu khiến tóc đàn hồi và khô hơn nên cần xả. Thử gội cách ngày với gội trị dầu, nếu tình trạng giảm hay dứt thì chuyển dần sang gội thường. |

**nashi**  
A R G A N

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

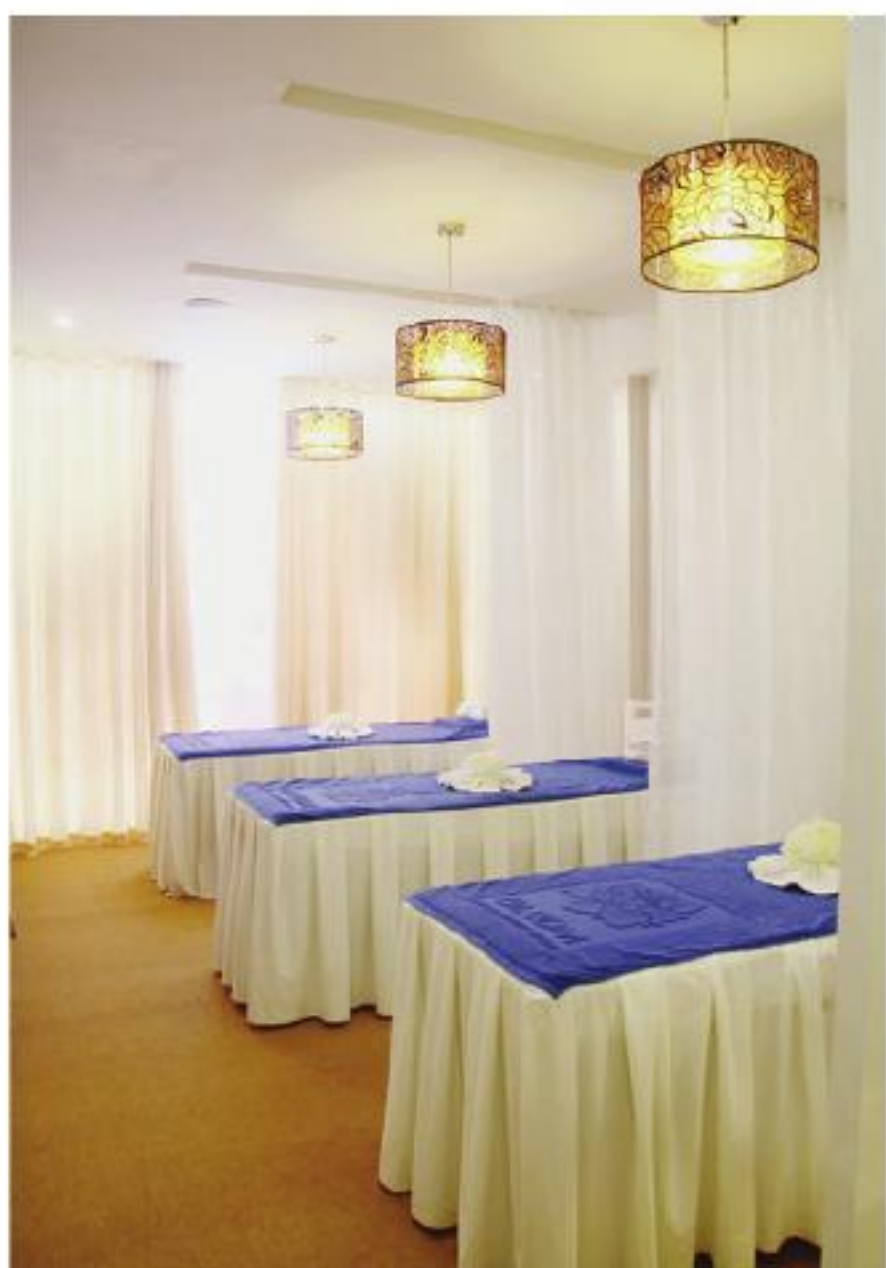
## THÔNG TIN TẶNG QUÀ

Họ tên: .....  
Địa chỉ: .....  
Số ĐT: .....  
Email: .....

Lưu ý: **100 phần quà sẽ tặng cho 100 bạn đầu tiên làm theo các bước sau đây**

- Đọc giả mua Tạp chí Style, điền đầy đủ thông tin vào mục phía trên.
- Chụp ảnh box này, gửi vào địa chỉ <https://www.facebook.com/nashiarganvietnam>
- Viết địa chỉ của bạn vào phần comment, sao cho khớp với thông tin trong ảnh chụp (phần bên trên)
- Page sẽ gửi quà cho bạn theo địa chỉ mà bạn đã gửi qua page.





## Chăm sóc da kiểu Nhật tại Việt Nam

*Một buổi chiều đẹp trời, chúng tôi đến gặp Shizuka Sekiguchi tại spa mới mở của bà ở Hà Nội. Đó là một không gian ấm cúng, hiện đại và trang nhã đậm chất Nhật Bản.*

**Khánh Minh**

Người phụ nữ cạnh chúng tôi có gần 10 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực thẩm mỹ với làn da tuyệt vời và sự trẻ trung đáng ghen tỵ - điều không mấy xa lạ với bất cứ phụ nữ Nhật Bản nào. Khi Shizuka Sekiguchi đến Hà Nội lần đầu tiên, bà ngay lập tức nhận ra rằng giữ được làn da trắng mịn màng là nhiệm vụ khó khăn đến thế nào trong khí hậu thất thường của miền Bắc. Chưa kể đến thói quen chăm sóc da hoàn toàn khác nhau giữa hai quốc gia: trong khi phụ nữ Nhật khởi động cuộc chiến của họ từ rất sớm thì phụ nữ Việt Nam thường “mất bò mới lo làm chuồng”, chỉ chống nắng khi đã có nắng và chỉ chăm sóc khi đã có vấn đề để chăm sóc.

Phụ nữ Nhật Bản quan niệm làn da đẹp cần bắt nguồn từ một cơ thể khỏe mạnh, một chế độ chăm sóc lâu dài, chính xác, với những sản phẩm an toàn có nguồn gốc từ thiên nhiên. Thật may mắn cho họ vì Nhật Bản có đầy đủ công nghệ cũng như hệ thống sản phẩm nội địa phong phú để đáp ứng hoàn toàn các nhu cầu đó. Trong khi ở Việt Nam, không phải ai cũng chọn được một chế độ chăm sóc da thích hợp và sản phẩm thích hợp ngay từ đầu.

Khi mở spa đầu tiên ở Hà Nội, Shizuka Sekiguchi chỉ định tạo ra một không gian Nhật Bản quen thuộc cho những vị khách đồng hương ở nơi xứ lạ. Nhưng không ngờ, kỹ thuật và sản phẩm 100% đến từ quê hương Nhật Bản của bà đã nhanh chóng thu hút một số lượng rất đông phụ nữ bản xứ - những người tìm đến vì “tiếng lành đồn xa”. Đó là lý do Shizuka Sekiguchi bắt tay với chuyên gia thẩm mỹ Nguyễn Thùy Dương để mở spa thứ hai - Bloom Spa - dành cho những vị khách Việt Nam đặc biệt có những nhu cầu rất riêng trong việc chăm sóc da.

“Rất nhiều khách hàng Việt Nam đến Bloom Spa có vấn đề nào đó về da, một phần vì chế độ chăm sóc không phù hợp trong quá khứ, và một phần vì đặc trưng khắc nghiệt của nhiệt đới gió mùa. Chúng tôi phải xem xét kỹ cơ địa của khách hàng rồi mới đưa ra tư vấn bởi mỗi người cần một chế độ chăm sóc hoàn toàn khác nhau”, Shizuka Sekiguchi nhận xét. Là chuyên gia lâu năm trong lĩnh vực thẩm mỹ, Shizuka Sekiguchi đã áp dụng toàn bộ các tiêu chuẩn của một spa Nhật Bản chuyên nghiệp vào Bloom với sản phẩm và công nghệ “made in Japan” 100%.

“Bloom Spa có những dịch vụ rất được hoan nghênh, như chăm sóc dưỡng sinh hay giảm béo dưỡng sinh - đây là kiểu trị liệu từ gốc rễ, giải quyết ngọn nguồn của vấn đề bằng cách đào thải độc tố, nuôi dưỡng năng lượng. Đá khoáng thạch kết hợp với tinh dầu thảo dược Nhật Bản được massage trên cơ thể để loại bỏ hàn khí, khai thông khí huyết, đốt cháy mỡ dư thừa và bổ sung năng lượng. Nếu cơ thể của bạn trì trệ về khí huyết và lưu giữ quá nhiều độc tố do ẩm thực hay môi trường thì làn da bạn khó mà đẹp nổi”.

Shizuka Sekiguchi và cộng sự đã bắt đầu kế hoạch xây dựng hệ thống Japan Beauty Style trên khắp Việt Nam, và sự thành công của Bloom Spa sẽ chỉ là điểm khởi đầu.

Bloom Spa (352 Xã Đàn, Hà Nội) nằm trong hệ thống Japan Beauty Style với hai thành viên sáng lập là bà Nguyễn Thùy Dương và bà Shizuka Sekiguchi (giám đốc công ty liên doanh Aone Nhật Bản). Đây là spa đầu tiên áp dụng 100% công nghệ và sản phẩm từ Nhật Bản.



# BIKINI

## HOÀN HẢO

ĐÀN ÔNG CHƯA KHI  
NÀO THÍCH NGẮM PHỤ  
NỮ GẦY. HỌ THÍCH  
NGẮM PHỤ NỮ NÀY  
NỎ NHƯNG SẼN  
CHẮC. VÀ NẾU BẠN  
MUỐN ĐƯỢC SẼN  
CHẮC, ẪN KIỀNG  
KHÔNG PHẢI  
CÔNG VIỆC DUY  
NHẤT PHẢI LÀM.

Thành Hào





Ăn kiêng có thể giúp bạn giảm béo nhanh chóng, nhưng không thể giúp bạn có được cơ thể săn chắc. Sẽ thế nào nếu bạn gầy, rất gầy, nhưng các dấu vết của chảy sệ vẫn cứ hiển hiện trên hông, đùi, bụng và cánh tay? Những phần da chùng nhão này là dấu hiệu của cellulite – khi hệ thống “dây chằng” collagen suy giảm khiến mỡ bị thoát ra và hằn dấu trên da một cách mấp mô. Câu trả lời quan trọng nhất cho một cơ thể đẹp là tập luyện và tập luyện. Nếu bạn đang vượt quá số cân tiêu chuẩn, hãy kết hợp giữa giảm béo và tập luyện cùng một lúc (giảm béo quá nhanh mà không tập luyện sẽ khiến da bị chùng nhão). Ngược lại, nếu bạn quá gầy, đừng tập luyện ngay. Hãy tự “vỗ béo” bản thân bằng một chế độ ăn đầy đủ dinh dưỡng với những chất béo có lợi. Việc tập luyện chỉ nên tiến hành sau đó.

## NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ THỂ NÀO KHIẾN BẠN NGẠI NUDE?

**1. Rạn da:** 99% phụ nữ sẽ xuất hiện vết rạn da ở một thời điểm nào đó trong đời. Dấu hiệu này đến khi cơ thể tăng trưởng đột ngột (mang thai, tăng cân hoặc cao lên trong thời gian ngắn). Rạn da sẽ dễ điều trị hơn nhiều khi chúng mới xuất hiện. Nếu chúng còn đang màu đỏ hoặc hồng, bạn có thể chọn điều trị với Laser V-beam – một thiết bị điều chỉnh sắc tố ít tổn thương, không gây sưng tấy và thời gian hồi phục nhanh. Nếu rạn da đã chuyển sang màu trắng, bạn cần một can thiệp mạnh hơn với laser Fraxel, tác động sâu hơn và cho kết quả tốt hơn với những thay đổi sắc tố lâu năm.

**2. Các vết bầm tím:** những vết bầm tím có thể cản trở việc bạn mặc một bộ bikini gợi cảm hoặc đơn giản là một chiếc áo quây sexy. Trong lúc đợi vết bầm tan đi, hãy thử mẹo trang điểm đơn giản này: thoa một chút son môi hoặc kem má hồng lên vết bầm màu xanh, thoa primer màu xanh lên vết bầm màu đỏ (hai màu xanh và đỏ có tác dụng trung hoà lẫn nhau). Sau đó tán lên một chút kem che khuyết và kết thúc bằng bột powder màu trắng.

**3. Vết chàm hay nốt sần:** với những vết chàm hay nốt sần bẩm sinh ở chân tay, bạn có thể che giấu chúng bằng loại kem che khuyết điểm nổi tiếng là Cover Crème Dermablend. Loại kem này có hệ thống màu phong phú và độ che phủ đỉnh cao, thậm chí có thể che hết cả hình xăm nếu muốn. Những vết chàm, nám chỉ là chuyện nhỏ.

**4. Da sần:** da một số vùng như cánh tay và vùng cổ xuất hiện những vết sần nhỏ, kích thước từ 1-2mm như da gà, màu hơi trắng hoặc xám, chạm vào thấy thô nhám, khiến bạn ngại ngùng với kiểu áo trễ cổ hoặc hở tay. Đây là triệu chứng của bệnh dày sừng nang lông (Keratose pilaris), do sự tích tụ chất keratin nhiều ở lỗ chân lông gây tắc nghẽn. Nên sử dụng kem tẩy da chết chứa AHA sau đó thoa kem giữ ẩm mạnh như kem dưỡng thể của The Body Shop để làm mềm da.

Kem che phủ khuyết điểm Dermablend Cream  
Giá: 900.000 VND

Kem dưỡng ẩm toàn thân The Body Shop Olive Body Butter.  
Giá: 619.000 VND



## KEM SĂN CHẮC CƠ THỂ CÓ TÁC DỤNG KHÔNG?

Mỗi lần nhận được thông tin về một loại kem săn chắc cơ thể mới, tôi lại tự hỏi liệu nó có thật sự có tác dụng hay không? Nếu chúng thật sự có tác dụng thì tại sao người ta vẫn cần tập luyện và nếu chúng hoàn toàn không có tác dụng gì thì lẽ nào các nhà sản xuất đang lừa đảo tất cả chúng ta?

Thực ra, kem làm săn chắc không hề lừa đảo khi nói rằng sẽ giúp làn da bạn nhìn săn chắc hơn. Đáng tiếc, sự săn chắc này chỉ là tạm thời. Cũng giống như các loại kem giúp thu nhỏ lỗ chân lông sẽ không “thu nhỏ” thực sự nhưng sẽ giúp lỗ chân lông biến mất một cách tạm thời. Nếu bạn nhìn vào các vùng da chảy sệ do cellulite, bạn sẽ thấy các bọng mỡ không đồng đều khiến da bị mấp mô hoặc sần như vỏ cam. Các loại kem chống chảy sệ sẽ đi vào các vùng mấp mô này, khiến da mượt mà hơn, sự sần sùi ít bị chú ý hơn.

Chống chảy sệ lâu dài luôn luôn khó khăn hơn nhiều. Bởi công việc này đòi hỏi phải xây dựng lại hệ thống collagen và elastin ở dưới lớp hạ bì – mạng lưới đang bị suy giảm dẫn đến việc chất béo thoát ra, gây hiện tượng chảy sệ, nhão da. Hầu như không có mỹ phẩm nào có thể ảnh hưởng tới hệ thống collagen và elastin trên cơ thể một cách thực sự, dĩ nhiên, trừ thành phần nổi tiếng đang được dùng cho các loại kem vùng mặt là retinols. Retinols là thành phần giúp thúc đẩy sản xuất collagen để da mặt cải thiện các triệu chứng không hoàn hảo, nhưng nó quá đắt đỏ để có thể sử dụng trong một lọ kem toàn thân. Chưa kể da cơ thể dày hơn nhiều so với da mặt, nên nhiều thành phần có thể hiệu quả trên da mặt nhưng lại bất lực nếu sử dụng ở các vùng khác như bụng, hông hoặc đùi.

Kem săn chắc cơ thể thường hay chứa các thành phần như Caffeine và tinh dầu bạc hà. Caffeine dễ dàng thấm sâu vào da, làm tăng vi tuần hoàn và có thể làm giảm sự hình thành của chất béo, nhưng vấn đề là nó cũng chỉ cho thấy tác dụng tạm thời trên cellulite. Trong khi đó, Menthol và bạc hà có khả năng làm mát, làm tăng lưu lượng máu cục bộ đến khu vực bị chảy sệ, khiến da ở đây trông dày hơn một chút và do đó cũng có khả năng làm mịn tạm thời cho đến khi độ mát mất đi.

Những thành phần này không cung cấp bất kỳ lợi ích lâu dài nào, nhưng nếu chà sát thật mạnh hoặc massage kem kỹ lưỡng trên cơ thể, bạn sẽ giúp hệ bạch huyết của mình được lưu thông và làm tăng tuần hoàn máu. Cả hai việc này đều rất được khuyến khích trong điều trị cellulite. Nên sử dụng một tẩy tế bào chết mạnh mẽ trên toàn thân trước khi thoa kem để có tác dụng tốt hơn.

Sản phẩm tham khảo: Valmont D Solution Booster, Clarins Body Lift Cellulite Control, Olay Quench Plus Firming Body Lotion, Philosophy Big Skinny Self-Tanning Firming Cream.



## BỤNG

Phương pháp hữu ích nhất và dễ nhất để đánh tan chất béo trong khu vực này là chạy nước rút lên dốc. Theo huấn luyện viên Russell Bateman (thesbcollective.com), người đã xây dựng chương trình gym cho những model như Edie Campbell và Suki Waterhouse, nên chạy nhanh nhất mà bạn có thể trong 20s, chậm lại để phục hồi, sau đó lặp đi lặp lại sáu lần. Hành động này kích thích cả hệ thống thần kinh trung ương lẫn các kích thích tố để có thể vận chuyển chất béo vùng dưới bụng sang các khu vực khác.

Để tránh tích nước ở vùng bụng, nên uống thật nhiều nước vào buổi sáng, giảm dần trong buổi chiều, và hầu như rất ít trong buổi tối. Phương pháp này giúp duy trì lượng nước trong cơ thể nhưng cũng tránh việc tích nước.



## TAY

Nằm xuống sàn nhà và bò về phía trước khoảng 20 m, nhớ không được để đầu gối chạm đất. Nghiêng ngời trong 60 giây và lặp lại nhiều lần cho đến khi không thể làm được nữa. Có thể kết hợp với tập chuyên nghiệp bằng tạ thì càng tốt hơn. Nếu bạn muốn săn chắc cánh tay, hãy tập nâng tạ hàng ngày. Mua những tạ loại nhỏ phù hợp với khả năng của bạn.

## CHÂN

Nằm nghiêng về bên phải với đầu gối nhẹ nhàng và thư giãn trong tay phải, nâng chân trái lên cao hết cỡ có thể sau đó từ từ hạ thấp dần. Lặp lại tám lần và chuyển sang bên trái. Hoặc đặt một quả bóng tập thể dục trên tường và đề phần lưng dưới của bạn lên đó. Đứng với chân rộng bằng vai. Uốn cong đầu gối của bạn và hạ thấp hông xuống như đang ngồi trên một chiếc ghế tưởng tượng, vai thẳng, lưng thẳng. Giữ tư thế này trong 30s, rồi đứng lên. Lặp lại 5 lần.



## MÔNG

Để thắt chặt tất cả mọi phần cơ thể dưới hông, chỉ cần thực hiện động tác sau: nằm ngửa dưới thẳng trên sàn, sau đó nâng phần hông lên để cơ thể tạo thành hình parabol. Nhưng tay vẫn phải duỗi thẳng trên sàn và bàn chân vẫn đặt trên mặt sàn, không nâng gót. Giữ tư thế này trong 10s và lặp lại 8 lần trong ngày.





## MỠ NÂU – MỠ TRẮNG

Theo các nhà khoa học, chất béo nâu sinh nhiệt đốt cháy năng lượng và giúp các cơ xương khỏe mạnh hơn so với chất béo trắng. Trước đây, người ta cho rằng chỉ trẻ sơ sinh mới có mỡ nâu, nhưng những nghiên cứu gần đây cho thấy loại mỡ này có cả ở người trưởng thành. Làm thế nào để gia tăng lượng mỡ nâu và giảm bớt mỡ trắng trong cơ thể? Tất nhiên, tập luyện là câu trả lời số 1. Nhưng chúng ta đã nói quá nhiều về việc này. Còn những phương thức nào khác?

1. Hãy ngủ trong một căn phòng mát. Một cuộc nghiên cứu gần đây tại Đại học Virginia Commonwealth cho thấy việc hạ nhiệt độ trong phòng ngủ xuống mức 25-27 độ một cách thường xuyên có thể giúp gia tăng lượng mỡ nâu, đốt cháy calories nhanh hơn và thúc đẩy quá trình chuyển hoá. Những người đàn ông trẻ ngủ trong căn phòng mát đã có sự chuyển biến rõ rệt về lượng mỡ nâu, dù chưa đủ để giúp họ giảm cân nhưng đây cũng là những tín hiệu vô cùng tích cực. Nếu ngồi trong căn phòng 17 độ trong 2 tiếng/ngày, liên tục 6 ngày trong tuần, bạn có thể đốt cháy thêm 108 calories so với nhiệt độ bình thường, theo công bố trên tạp chí Clinical Investigation.
2. Đừng bỏ đói cơ thể. Nghiên cứu của Yale School of Medicine công bố trên tạp chí Cell cho thấy ăn quá ít calories sẽ khiến một số tế bào thần kinh trở nên căng thẳng và chúng sẽ ngăn chặn việc chuyển hoá mỡ trắng sang mỡ nâu. Hậu quả này cũng xảy ra khi ăn quá no. Tốt nhất là luôn giữ lượng thức ăn vừa đủ và tránh những kiểu ăn kiêng khắc khổ khiến bạn phải tỉnh dậy lúc nửa đêm vì quá đói.
3. Ăn một quả táo mỗi ngày. Lượng ursolic acid trong vỏ táo giúp tăng mỡ nâu ở chuột (theo nghiên cứu của đại học Iowa, Mỹ) ngay cả khi chúng ăn một chế độ có hàm lượng chất béo cao. Phản ứng này được dự đoán cũng sẽ xảy ra ở người.
4. Kích thích sản xuất Melatonin để giúp ngủ ngon. Một giấc ngủ chất lượng từ 7-8 tiếng/ngày sẽ có lợi cho sự chuyển hoá mỡ nâu sang mỡ trắng. Ngủ trong bóng tối tuyệt đối, ăn các thực phẩm giàu melatonin như hạnh nhân, cà chua, anh đào chua, thảo quả và rau mùi.





# “NGƯỜI VẬN CHUYỂN” LIPOSOME: bao nhiêu % là thật?

*Liposome là những hình cầu siêu nhỏ được sử dụng trong mỹ phẩm để vận chuyển các thành phần hoạt chất vào da một cách hiệu quả hơn.*

Hoa Thanh





Trong những năm trở lại đây, Liposome trở thành một thuật ngữ siêu “hot” trong mỹ phẩm và dược phẩm. Công nghệ này giải quyết vấn đề đau đầu nhất mà nền công nghiệp mỹ phẩm đang mắc phải: là làm thế nào để vận chuyển dưỡng chất vào sâu trong da và tối ưu hóa hiệu quả của những dưỡng chất đó? Tạo ra những siêu phẩm skincare với hàng loạt nguyên liệu quý sẽ chẳng có ích gì nếu tất cả những thành phần đó chỉ lơ lửng ở bề mặt da, và không thể thẩm thấu sâu hơn để cung cấp một chế độ nuôi dưỡng thực sự. Sự ra đời của Liposome tưởng như đã trả lời được câu hỏi này.

## LIPOSOME LÀ GÌ?

Có thể hình dung Liposome là những bong bóng siêu nhỏ (có kích thước nano), được cấu tạo từ các thành phần Phospholipid tạo thành những lớp màng kép. Liposome được xem là một hệ dẫn truyền hoạt chất lý tưởng với khả năng chứa, bảo vệ, vận chuyển và phóng thích hoạt chất vào những vị trí mong muốn trong cơ thể một cách chính xác và đúng liều lượng. Liposome có thể mang các loại hoạt chất cả ái nước lẫn kỵ nước. Các hoạt chất ái nước được chứa ở giữa các khoang bên trong, các loại hoạt chất kỵ nước được chứa ở giữa các lớp kép phospholipid.

Trong ngành mỹ phẩm, các chế phẩm điều chế theo công nghệ Liposome sẽ tăng hiệu quả tác dụng của hoạt chất lên gấp nhiều lần, do các hạt nano dễ dàng dẫn truyền vào sâu trong da và phóng thích hoạt chất.

Liposome được phát hiện vào năm 1961 bởi Tiến sĩ Alec D. Bangham, một bác sĩ người Anh, người chuyên điều trị các bệnh ảnh hưởng đến máu. Phát hiện này xảy ra khi Bangham thử nghiệm một kính hiển vi điện tử mới tại Viện Babraham ở Cambridge, Anh. Khi Bangham chuẩn bị mẫu để thử nghiệm, ông cho thêm một loại thuốc nhuộm đặc biệt vào mẫu, để nhìn rõ hơn dưới kính hiển vi.

Trước sự ngạc nhiên của Bangham, ông đã phát hiện ra rằng khi các phân tử phospholipid kết hợp với nước sẽ lập tức hình thành những quả cầu được cấu tạo bởi những màng kép do cấu trúc phân tử phospholipid với một đầu phân tử hoà tan được trong nước, trong khi đó đầu kia của phân tử không hoà tan trong nước. Bangham bắt đầu nghiên cứu các vật liệu trong mẫu, và năm 1964, ông công bố nghiên cứu đầu tiên về liposome.

*Các nguyên tắc dẫn đến việc tạo ra liposome đến từ cấu trúc các tế bào trong cơ thể con người. Mỗi tế bào được bao phủ bởi một màng tế bào. Màng tế bào chọn lọc và cho phép các vật liệu vào và ra khỏi tế bào, như các chất dinh dưỡng, protein, đường... Tương tự như vậy, liposome có thể chứa các hoạt chất và giải phóng chúng qua các màng.*

*Trong những thập kỷ tiếp theo, các nhà nghiên cứu đã tìm cách để sản xuất và ứng dụng các hạt liposome trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Với sự ra đời của công nghệ nano (tạo ra các phân tử có kích thước đặc biệt nhỏ) liposome giờ có đường kính nằm giữa 10.000 và 2.500 nanomet. Điều đó giúp chúng đi sâu hơn vào tế bào da và giúp các hoạt chất mà chúng vận chuyển có thể thâm nhập sâu hơn để đạt hiệu quả cao hơn.*

*Công nghệ Liposome rất thích hợp với những loại kem dưỡng cần có thời gian để thẩm thấu (như kem làm sáng da, kem chống oxy hóa hay kem chống lão hóa). Nghiên cứu cho thấy một số loại da như da khô, da lão hóa sẽ được cải thiện với lượng dưỡng chất nhỏ được thẩm thấu trong thời gian dài hơn là lượng dưỡng chất lớn trong thời gian ngắn. Do đó, nhiều công ty mỹ phẩm cho ra đời những hộp kem có thể giải phóng dưỡng chất chậm rãi trong 12-24 giờ mà chỉ cần thoa một hai lần trên da. Những hộp kem này sử dụng công nghệ liposome.*

## PHÂN BIỆT VỀ LIPOSOME

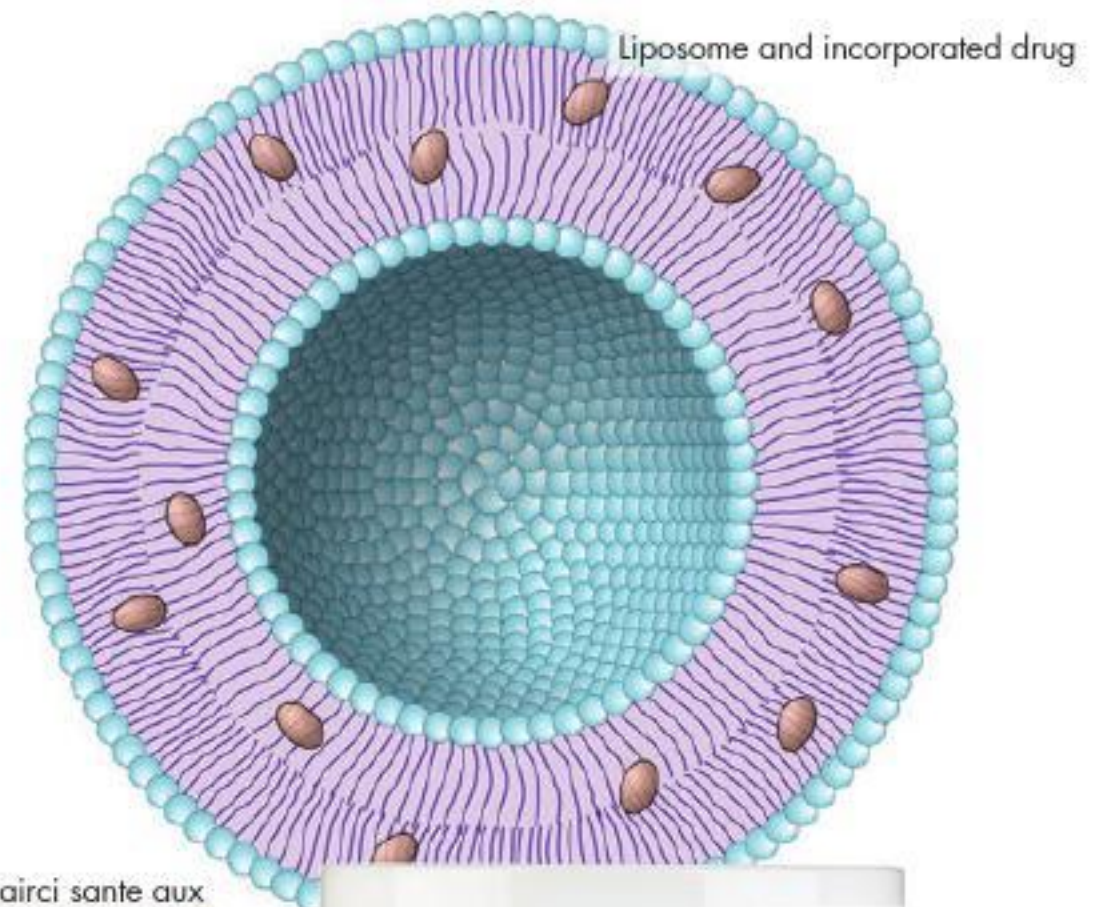
Các nhà khoa học từ lâu đã thảo luận về hiệu quả của hạt Liposome khi vận chuyển các hoạt chất vào cơ thể con người. Trong những năm qua, vấn đề này đã được nghiên cứu mạnh mẽ bởi nhiều nhóm nghiên cứu khác nhau.

Một số kết luận rằng Liposome có hiệu quả, trong khi số khác giữ ý kiến ngược lại. Tuy nhiên, những nghiên cứu này đều không đặc biệt đáng tin cho đến khi giáo sư Luis A. Bagatolli, Cục Hóa sinh và Sinh học phân tử tại Đại học Nam Đan Mạch công bố các thí nghiệm của mình.

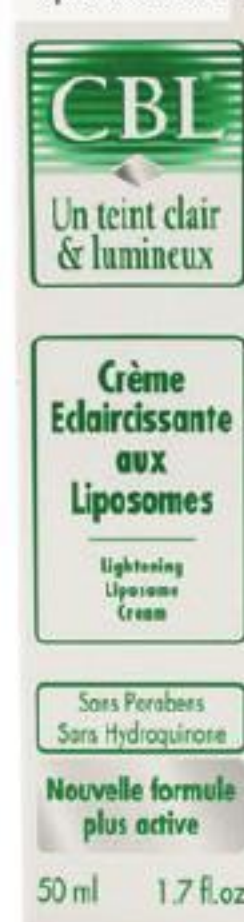
Ông nhuộm màu các hạt Liposome (bên ngoài màu xanh, bên trong màu đỏ) sau đó quan sát cách chúng di chuyển vào da. Giáo sư nhận thấy ngay khi tiếp xúc với bề mặt da, hai màu sắc này đi theo hướng trái ngược nhau, có nghĩa là chúng đã bị phá vỡ và phóng thích ngay các dưỡng chất chứ không vận chuyển vào sâu hơn như mong đợi. Chúng phá vỡ ở độ sâu bốn micromet bên dưới bề mặt của da.

Giáo sư Luis A. Bagatolli kết luận: “Lâu nay, chúng ta đều biết rằng vận chuyển dưỡng chất vào sâu bên dưới da bằng mỹ phẩm là hết sức khó khăn. Người ta tin rằng với Liposome, điều này sẽ trở nên dễ dàng hơn. Nhưng nghiên cứu của chúng tôi cho thấy điều ngược lại, Liposome không hoạt động như trong các quảng cáo dai dẳng mà nó đang được giới thiệu”.

Và như vậy, có lẽ chúng ta vẫn cần chờ đợi một “người vận chuyển” khác hữu hiệu hơn.



Creme eclairci sante aux liposomes boif



Q10 Night Cream



L'OCCITANE Almond Beautiful Shape.  
Giá: 1.050.000 VND



# FREESIA

## ĐÓA HOA THÂM LẶNG

Thành Hào



Loài hoa kỳ diệu này xuất hiện ở Châu Âu vào năm 1766, trong những khu vườn hoàng gia của Pháp và Ý. Nhưng mãi cho đến 1984, lan Nam Phi mới chính thức bước chân vào địa hạt của nước hoa nhờ perfumer Bernard Chant của International Flavors & Fragrances (IFF). Bernard Chant đã tạo ra Antonia's Flowers cho Antonia Bellanca-Mahoney - một nghệ nhân cắm hoa ở East Hampton, New York. Với sự giúp đỡ của công nghệ Headspace (giúp phân tích và đo đạc các mùi hương xuất hiện trong không khí và nhờ đó các perfumer có thể tái tạo lại bằng những hợp chất tương đồng), Antonia's Flowers đã diễn tả hầu như chính xác mùi hương của những đóa lan Nam phi vừa mới cắt. Antonia kiên quyết rằng mùi nước hoa không cần đến sự dũa gọt giả tạo và nó cần tươi mới như khi người ta bước vào cửa hàng hoa của cô.

Lan Nam Phi có sự pha trộn giữa hương hoa tươi ngọt ngào, hương gỗ thoảng qua với một chút cay tính tế - bạn chỉ nhận ra điều này nếu ghé sát vào bông hoa và hít hà phần nhụy của nó. Những bông hoa nhỏ đầy màu sắc này chứa hàm lượng linalool rất cao (từ 30-90% tùy chủng loại và có đến 16 loại lan Nam Phi khác nhau). Những bông hoa màu trắng sẽ cho hương cay đậm nét hơn, gần như mùi của gia vị, trong khi những màu sắc còn lại sẽ nghiêng về các note mùi hoa xanh lá, thơm mát nhẹ nhàng. Lan Nam Phi được sử dụng để diễn đạt khía cạnh "Fresh" (tươi mát) của nước hoa và do đó, nó đặc biệt được ưa chuộng trong các sản phẩm xà phòng, sữa tắm hay nước xịt phòng.

Thành công của Antonia's Flowers đã mở đường cho hàng loạt những mùi hương trong sạch và nữ tính sau đó của lan Nam Phi. Câu hỏi đặt ra là: điều gì khiến các perfumer phải đợi hơn 200 để sử dụng loài hoa nổi tiếng này trong các tác phẩm của họ?

Điều phức tạp nhất trong mùi hương của lan Nam Phi là sự vắng mặt của các mùi chính, những mùi đặc trưng khác biệt của riêng loài hoa đó. Ví dụ như hoa hồng có beta-Damascenone hay hoa nhài có Benzyl Acetate - nguồn gốc cho mùi hương đặc trưng mà chỉ cần thoảng qua, bạn có thể biết ngay đó là loài hoa gì. Trong khi đó, thành phần chính của lan Nam Phi lại là linalool - có mặt trong cả lan chuông, rau mùi, oải hương và nhiều loại hoa trắng khác. Linalool tỏa ra mùi hương tươi tắn, xanh mát nhưng không đặc biệt. Nó có thể kết hợp với các note mùi khác để tạo ra một bản hòa ca của sự thanh sạch nhưng bản thân nó không thể đảm nhận vai chính của mùi hương. Sau linalool, lan Nam Phi cũng chứa một số thành phần thơm khác khá thú vị nhưng tỷ lệ của chúng thường rất ít để có thể trích xuất: như 2-penylethyl acetate (mùi ngọt ngào giống như mật ong), rượu benzyl (mùi trái cây), limonene (mùi cam quýt tươi), ocimene (mùi xanh lá cây), và alpha-terpinolene (mùi hoa lilac tươi và dịu dàng).

Đó chính là lý do vì sao trong quá khứ, lan Nam Phi hầu như không được ưa chuộng như hoa hồng, hoa nhài, hoa huệ - những loài hoa có tinh dầu thơm mãnh liệt, đủ để hình thành ra một trường phái riêng. Nhưng ngày nay, khi các accord (\*) trở nên phổ biến, Lan Nam Phi không cần phải đứng riêng một mình. Nó sẽ được hòa trộn cùng anh thảo, mộc lan, lan chuông, mẫu đơn, thủy tiên... để tạo ra một accord thơm thanh mát, ngọt ngào và nữ tính.

Bạn có thể tìm thấy lan Nam Phi vui tươi trong Ofresia của Diptyque, rực rỡ và sống động trong Rush của Gucci, hay nhẹ nhàng mơ hồ như một ảo ảnh trong Les Exclusifs de Chanel (Jersey). Accord (\*): khi hai hoặc nhiều note mùi (thường có đặc trưng tương đồng) hòa trộn với nhau để tạo ra một mùi mới, nhấn mạnh nét mùi đặc trưng chung nhưng sẽ làm mờ đi nét mùi riêng của từng thành phần.



# NHỮNG MÙI HƯƠNG CỦA 2015

2015 ĐÃ ĐI QUA ĐƯỢC MỘT NỬA VÀ CHÚNG TÔI XIN ĐIỂM LẠI MỘT SỐ MÙI HƯƠNG MỚI ẤN TƯỢNG CỦA XUÂN HÈ NĂM NÀY.

## 1 HERMES ROSE AMAZONE (2015)

*Perfumer:* Jean-Claude Ellen

*Top note:* trái cây họ cam quýt, lá phúc bồn tử

*Middle note:* dầu tây, mâm xôi, hoa hồng, hương hoa

*Base note:* hổ phách, vanilla, hương gỗ

"Mùi hương không có gì gợi nhắc đến bán Amazone gốc của Hermes. Trong khi Amazone cổ điển có mùi hương đậm chất xanh lá với rêu sỏi, lá cây hoang dã và tâm tối thì Rose Amazone vui vẻ, tươi sáng và nữ tính hơn. Một mùi hương tràn trề hiện đại và cực kỳ thú vị. Hoa hồng hơi chua dịu dần xuống để thay thế bằng drydown ngọt ngào tinh tế của vanilla".

## 2 BOTTEGA VENETA POUR HOMME EXTRÊME (2015)

*Perfumer:* Daniela Andrier & Antoine Maisondieu

*Top note:* Cam bergamot, thông, quả bách xù

*Middle note:* Ớt ngọt, thông, hạt nhục đậu khấu

*Base note:* Da, Labdanum, hoắc hương

"Chắc chắn đây là phiên bản xứng đáng với khái niệm 'Extrême': giống như bản gốc nhưng mạnh mẽ hơn. Nước hoa này mở đầu với mùi hương của bách xù và violet đáng, vừa huyền bí vừa xa cách đúng như Bottega Veneta Pour Homme nhưng đầy mãnh liệt. Rồi lắng xuống với cảm giác rõ nét về musky và da thuộc. Mùi hương cực nam tính này khiến tôi nghĩ đến hình ảnh một quý ông ở Savile Row trong bộ suit made-to-measure màu tối hoàn hảo. Một kiểu sang trọng mà ta dường như chỉ bắt gặp trên tạp chí".

## 3 PENHALIGON'S OSTARA (2015)

*Perfumer:* Bertrand Duchaufour

*Top note:* cam bergamot, clementine, cây bách xù, dầu đỏ, bạc hà, nho, tinh chất lá violet, lá xanh, aldehydes.

*Middle note:* thủy tiên, lục bình, anh thảo, ylang ylang, táo gai, sáp ong.

*Base note:* nhựa bồ đề, vanilla, benzoin, xạ hương, hổ phách và gỗ vàng.

"Mùi hương vô cùng xinh đẹp, đáng yêu, với những note mùi của cam và hoa trắng ngay từ những giây đầu tiên. Phảng phất chút xanh lá dịu dàng. Drydown ngọt ngào như vanilla. Mùi hương có thể khiến tâm trạng bạn khá hơn nhiều trong một ngày ừ dốt. Sự tinh tế quen thuộc của Penhaligon's một lần nữa không khiến chúng ta phải thất vọng".

## 4 GUERLAIN LA PETITE ROBE NOIRE EAU FRAICHE (2015)

*Perfumer:* Thierry Wasser.

*Top note:* quýt, chanh, cam bergamot, hoa cam và cỏ từ Sicily

*Middle note:* hoa hồng Bulgaria và Thổ Nhĩ Kỳ, hoa hạnh nhân, lan Nam Phi và hoa nhài Sambac.

*Base note:* hổ trăn, hạnh nhân, đậu tonka, cây hoắc hương và xạ hương trắng.

"Hương thơm như một loại kẹo chanh, hoặc như một loại bột chanh nhân tạo này không khiến tôi thích thú lắm. Tôi thích kiểu mùi sâu lắng và có thể giữ hương thật lâu, trong khi La Petite Robe Noire Eau Fraiche gần như biến mất chỉ sau 2 tiếng. Tuy nhiên, nếu bạn đang tìm kiếm một nước hoa ngọt, mát mẻ, nữ tính với các note xanh tươi tắn, dễ sử dụng cho nhiều trường hợp thì đây chính là lựa chọn dành cho bạn".



# by Killian Rose Oud

*ROSE OUD là một sự giải thích nữ tính hơn của OUD, được hoàn thiện thông qua sự kết hợp của hai loại dầu hoa hồng từ Thô Nhĩ Kỳ và Grasse Pháp. Sự kết hợp bất ngờ này khi hoà trộn với Oud, cho ra đời một hương thơm bí ẩn, gợi cảm và mê hồn, nhưng vẫn có sự thoải mái quen thuộc.*

Rose Oud chỉ có bốn note là hoa hồng, trầm hương, nghệ tây và gỗ gaiac. Từ shot đầu tiên, mùi hoa hồng đã xuất hiện. Đó là mùi hoa hồng ngọt đậm đặc, cay nồng nàn và sắc nét bao phủ. Một đóa hồng đỏ bung nở. Mùi hương đậm theo cấu trúc tuyến tính vẫn vương trên cơ thể sau sáu tiếng. Dù vậy, bạn không nhận thấy sự xuất hiện mạnh mẽ của oud. Oud trong mùi hương này rõ ràng chỉ đóng vai một nhân vật phụ, một background giúp Rose nổi bật lên như một nữ hoàng quyền uy. Hãy nghĩ đến việc bạn pha một chút muối vào cốc đường – vị ngọt của đường sẽ trở nên sắc nét một cách bất thường. Oud ở đây cũng giống như vậy, nó dệt nên những sắc thái nào đó khiến mùi hoa hồng trở nên đẹp và bất thường với chút chua hơi nòn nao, và cảm giác say như khi hoa hồng được ngâm vào trong rượu. Pha lẫn với sự trần tục và ấm nóng của nghệ tây.

Mùi hương đơn giản, nhưng cùng lúc đó lại phức tạp và tuyệt đẹp. Đặc biệt nếu ai đó yêu một hương hoa hồng ngọt đậm sắc nét đẹp và hơi khác thường. Sau sáu tiếng, hoa hồng nhạt đi. Giờ chỉ còn là một mùi oud chua, mùi gỗ hơi cay và nghệ tây ngày càng đậm nét.



“Rose Oud” chỉ đơn giản là phong phú hơn so với bất kỳ hương hồng nào của Montale. Có lẽ Montale tương tự nhất có thể mang ra so sánh là “Aoud Damascus”. Với “Rose Oud”, hương hồng sâu sắc quả thật ấn tượng và hoàn hảo.”





*Các nghệ sỹ Táo là những người hiểu rõ hơn ai hết về việc chăm sóc da sau khi xăm. Hãy lắng nghe những chỉ dẫn của họ. Nhưng thường thì mỗi người sẽ sở hữu một cơ địa rất khác nhau, dẫn đến tốc độ lành sẹo và cảm giác khó chịu ở mỗi người là hoàn toàn khác nhau.*

**Khánh**

Và đây là những vấn đề lớn nhất sau khi xăm mà bạn phải biết:

## 1. CHẢY MÁU VÀ RỈ NƯỚC.

Một số người có cơ địa lành hoặc xăm nông sẽ cảm thấy da khô rất nhanh, chỉ một ngày sau khi xăm. Một số khác sở hữu hình xăm sâu hơn hoặc cơ địa kém hơn sẽ thấy vết xăm sưng tấy, chảy máu hoặc rỉ nước trong vài ngày tiếp theo.

Biện pháp: thấm nhẹ bằng gạc hay khăn giấy sạch không mùi (có thể thấm kèm nước muối sinh lý để giữ sạch sẽ, sát trùng) nhưng không nên băng kín mít lại mà nên để khô thoáng tự nhiên. Sử dụng các thuốc mỡ đặc biệt dành cho hình xăm (thường được tiệm tattoo bán kèm cho khách) để hình xăm chóng lành vảy. Tuy vậy, tùy cơ địa, đôi khi thuốc mỡ không được khuyên dùng nếu bạn chảy máu hoặc rỉ nước quá nhiều vì khí hậu nóng có thể thuốc mỡ hoà vào các dịch nhờn trên hình xăm và gây nhiễm trùng. Nên thoa thuốc mỡ khi hiện tượng rỉ nước hoặc chảy máu đã giảm và hình xăm tương đối khô ráo (trung bình là 3 ngày sau khi xăm). Các loại thuốc mỡ có thể là Benphanen, SkinBibi, Vaseline... Nếu sau 3-4 ngày, hình xăm vẫn tiếp tục chảy máu, hãy liên hệ với thợ xăm của bạn ngay bởi điều này khá là bất thường.

Tránh ánh nắng ở khu vực xăm trong giai đoạn này. Nếu buộc phải bước ra nắng, hãy băng hình xăm lại bằng gạc, nếu diện tích hình xăm quá rộng, sử dụng kem chống nắng ở mức bảo vệ cao nhất (SPF 50, PA+++). Đi biển, tắm nắng hay nhuộm da đều là những hoạt động cần loại bỏ trong ít nhất 2 tuần sau khi xăm.

## 2. NGỨA.

Cảm giác ngứa thường đến sau khi hình xăm đã khô và bắt đầu lên da non. Giai đoạn này, hình xăm thường đóng vảy cứng và sẽ tự bong dần sau vài ngày (khá giống với lột da khi bị cháy nắng). Không được gãi hay tự bóc vảy, nếu không hình xăm sẽ xấu đi.

Biện pháp: Dùng một túi chườm lạnh áp lên hình xăm để giảm sưng, bầm và ngứa (không chườm đá trực tiếp lên da bởi có thể làm tổn thương mô – luôn có một lớp vải giữa đá lạnh và da). Vẫn tiếp tục bôi thuốc mỡ như giai đoạn đầu. Nhưng không được lạm dụng thuốc mỡ. Một lớp mỏng từ 2-3 lần/một ngày là đủ. Thoa quá dày sẽ ngăn cản quá trình thở của hình xăm và làm chậm khả năng lành tự nhiên. Với một số hình xăm nhỏ, thậm chí thợ xăm sẽ khuyên bạn bỏ qua việc bôi thuốc. Vitamin A&D cũng được khá nhiều thợ xăm khuyên nên bôi lên da vào giai đoạn này, để đẩy nhanh tốc độ lành sẹo.

## 3. BẢO VỆ HÌNH XĂM KHỎI VẾT BẨN HOẶC MA SÁT.

Dùng băng hoặc gạc để băng tạm thời hình xăm nếu nó có nguy cơ bị bẩn, bị ma sát khi bạn hoạt động. Thoa một lớp thuốc mỡ kháng sinh như Polysporin hoặc Bacitracin lên băng để tránh băng bị dính. Thay băng một ngày/lần. Nếu da bị ngứa, bị phát ban khi thoa thuốc mỡ này, tức là bạn đã bị dị ứng, lau sạch hình xăm và ngừng sử dụng các loại thuốc này. Khi bạn ở nhà, nên tháo băng để da được thông thoáng.

## 4. ĐỐI XỬ VỚI HÌNH XĂM NHƯ MỘT VẾT THƯƠNG.

Điều đó có nghĩa là những lời khuyên nếu bạn có một vết thương đều có thể áp dụng cho hình xăm: tránh ăn các thức ăn có thể khiến lở loét như rau muống, đồ nếp, hải sản, tránh các thức uống gây kích thích như bia, rượu ít nhất bảy ngày sau khi xăm. 2-3 tuần là thời gian trung bình để hình xăm lành nhưng thời gian có thể lên tới một vài tháng nếu đó là một hình xăm phức tạp trên diện rộng.



# LET'S HAVE A LIFE

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





# 100

06 MẪU XE CHO NỘI THÀNH



# 104

ĐI NHÀ TRANG NÊN ĐI ĐẢO



# 110

FOODPORN:  
NGHỀ CHƠI CÙNG LẮM CÔNG PHU



“Trong cuộc sống,  
những người thắng  
cuộc thường không bao  
giờ bỏ cuộc còn những  
người bỏ cuộc sẽ không  
bao giờ thắng cuộc”

# 120

DÉCOR: PHƯƠNG ĐÔNG BÍ ẨN



# STYLE

[www.facebook.com/stylemagazine](http://www.facebook.com/stylemagazine)

Liên hệ quảng cáo: 04.3773.8005





1

### Nyrius aries home + wireless hdmi transmitter

Công nghệ truyền không dây HDMI Nyrius Aries Home+ là món đồ thú vị nhất mà tôi từng sở hữu. Aries Home+ hỗ trợ truyền tín hiệu từ bất kỳ thiết bị HDMI nào như Xbox One, PS4, Wii U, BluRay... tới một thiết bị thứ hai. Do đó, nếu con hay vợ bạn đang chiếm giữ TV phòng khách, bạn vẫn có thể chơi game hoặc xem chương trình truyền hình yêu thích trên một tivi khác và không cần rút các thiết bị từ TV phòng khách để chuyển qua. Đừng nghĩ rằng cái giá \$249.99 là cao bởi nó vẫn rẻ hơn nhiều so với việc mua thêm máy game thứ hai.

# 5 COOL GADGETS

NẾU CHƯA SỞ HỮU 05 MÓN ĐỒ CÔNG NGHỆ DƯỚI ĐÂY, BẠN SẼ CHƯA THỂ ĐƯỢC XEM LÀ MỘT TÍN ĐỒ CÔNG NGHỆ SÀNH ĐIỀU VÀ LUÔN THEO KỊP TRÀO LƯU!

Trịnh Đắc Tuấn



## 4 Divoom voombox

Này, bạn có biết là đang mùa hè không? Đây là thời gian chúng ta ra khỏi nhà, đi du lịch chẳng hạn. Và bạn có biết công nghệ nào phù hợp nhất cho việc ra ngoài không? Đó chính là loa không dây Divoom Voombox. Loa kết nối dễ dàng với các thiết bị khác thông qua Bluetooth, và chất lượng rất đáng kinh ngạc. Loa Voombox có thể đánh bại bất kỳ đối thủ không dây nào khác khi nói đến chất lượng âm thanh. Voombox có rất nhiều tiện ích đáng tự hào như có khả năng chống nước. Và là món đồ công nghệ đặc biệt cho những chuyến chơi hệ ngấu húng, những ngày trên bãi biển, những bữa tiệc trên tàu hay thậm chí cả khi bạn đang làm việc trong xe ở garage. Giá tham khảo: \$79.90.



## 2 Izon wi-fi video monitor

Camera theo dõi Izon Stem White Wi-Fi Video sẽ là một trong những món đồ công nghệ tuyệt vời nhất cho gia đình bạn. Nếu thường xuyên phải xa nhà và muốn kiểm tra xem những gì đang xảy ra, camera của Izon sẽ giúp bạn và tất cả những gì bạn cần chỉ là nhìn vào điện thoại cá nhân của mình. Bạn thậm chí sẽ không chỉ nhìn thấy những gì camera quay mà còn nghe được cả âm thanh phát ra trong và xung quanh ngôi nhà của mình. Camera có thể đặt ở bất cứ nơi nào được kết nối wi-fi. Nó thực sự hoàn hảo và giá chỉ có \$99.95.



## 3 Lightmate emergency led flash light

Chiếc đèn LightMate Emergency LED này (của hãng Staechli) không chỉ là một chiếc đèn pin thông thường. Món đồ công nghệ này có rất nhiều ứng dụng thực tế bên cạnh việc sử dụng như một thiết bị chiếu sáng. Đầu tiên, đây là một chiếc đèn pin LED siêu sáng và an toàn (bằng nhựa), rất bền và có thiết kế dễ nắm. Đèn có 05 chế độ chiếu sáng khác nhau, từ sáng quắc, sáng trung bình, mờ... Kể đến, với mức năng lượng điện dự trữ lên tới 2200mAh với cổng sạc USB và cáp, đây sẽ là giải pháp cứu cánh khi điện thoại của bạn hết pin mà bạn thì cần sạc khẩn cấp. Giá tham khảo: \$29.99.



## 5 Logitech harmony home control

Quan điểm của bản thân tôi là đã đến lúc bạn có thể cất những thiết bị điều khiển vào kho (để dự phòng). Bởi chẳng việc gì phải sử dụng những thiết bị điều khiển khi mà công nghệ Logitech Harmony Home cho phép bạn biến điện thoại của mình thành thiết bị điều khiển đa năng. Được biết, hãng phát triển công nghệ này đã hợp tác với các thương hiệu chuyên sản xuất các thiết bị tự động hóa như Philips Hue hoặc Nest Learning Thermostat để mang tới cho bạn quyền kiểm soát hơn 270.000 thiết bị bao gồm TV, hộp truyền hình vệ tinh và truyền hình cáp, đầu đĩa blu-ray, Apple TV, Roku, Xbox, Philips Hue và nhiều hơn nữa. Giá tham khảo: \$149.99.





# 07 SMARTPHONE ĐÁNG MONG ĐỢI CỦA 2015

BẠN CÓ BIẾT 07 MẪU SMARTPHONE NÀO ĐƯỢC GIỚI CÔNG NGHỆ MONG CHỜ NHẤT CHO 06 THÁNG CUỐI NĂM 2015?

Nguyễn Mạnh Đức



1

## 1. APPLE IPHONE 6S & 6S PLUS

Có thể nói, các dòng smartphone của Apple đã được liên tục nâng cấp trong năm 2015. iPhone 6, iPhone 6 plus, iPhone 6s, iPhone 6s Plus hay iPhone 7 hay bất cứ dòng nào mà Apple đặt tên để xuất xưởng trong năm nay đều sẽ có màn hình Force Touch, camera có độ phân giải cao hơn (10MP thậm chí 12MP) và có thêm màu vàng hồng mới để bạn chọn lựa. Thêm nữa, các dòng mới sẽ được nâng cấp bộ xử lý với Apple A9 và RAM với dung lượng tăng gấp đôi. Chúng ta sẽ đón chờ các mẫu mới của Apple vào cuối năm nhé.

## 2. SONY XPERIA Z5

Theo thông tin hành lang thì Sony đang chuẩn bị tung ra bộ ba gồm Xperia Z5, Z5 Compact, Z5 Ultra vào tháng 9 này. Nếu các dòng Xperia Z4 hay Z3 Plus chỉ là một sự nâng cấp của Z3 thì Z5 sẽ thực sự là một cuộc cách mạng. Mặc dù những thông tin về thiết kế hay màn hình chưa được tiết lộ nhưng Z5 sẽ là một 'quái vật' sở hữu bộ vi xử lý Snapdragon 820, RAM 4GB, cảm biến vân tay cùng pin dung lượng lên tới 4.500mAh. Đặc biệt, Z5 dự kiến sẽ dùng camera 21MP với cảm biến mới nhất Sony Exmor RS IMX230 CMOS, hỗ trợ quay video 4K, chế độ HDR... Hiện Sony vẫn chưa xác nhận các thông tin trên, vì thế fan hâm mộ dòng Xperia Z sẽ phải đợi thêm.



2



**3. SAMSUNG GALAXY NOTE 5**

Theo thông tin từ DigiTimes, Samsung Galaxy Note 5 sẽ chính thức được trình làng vào ngày 12/08 thay vì sẽ xuất hiện vào thời điểm sự kiện IFA tại Berlin, Đức vào tháng 9 như thông lệ. Samsung Galaxy Note 5 sẽ được trang bị RAM dung lượng lên tới 4GB. Ngoài ra, Note 5 còn được vận hành êm mượt bởi khối sức mạnh của chip xử lý 8 nhân Exynos 7422 cấu trúc 64 bit cùng màn hình 5,7 inch độ phân giải QHD Super AMOLED. Chưa hết, Note 5 có camera sau 16MP cùng bộ nhớ trong tối thiểu 32GB. Một số nguồn tin còn khẳng định Note 5 sẽ không có pin rời và khe cắm thẻ nhớ. Việc ra sớm hơn dự định có thể là bài toán an toàn của Samsung khi không còn muốn đụng hàng với iPhone 6S và tiện thể tranh sự chú ý của truyền thông.

**4. OPPO FIND 9**

Dòng chủ lực của OPPO, Find 9 được giới ưa công nghệ đồn đoán là sẽ dùng chip Snapdragon 810 với bộ RAM 4GB. Một điều mà bất kỳ dân ưa công nghệ nào cũng nhìn thấy từ những hình ảnh bị rò rỉ của Find 9 ngoài họa tiết da động vật chính là máy ảnh kép ở mặt sau. Việc thiết lập máy ảnh kỳ quái đã trở nên không quá xa lạ với OPPO. Chẳng hạn như hãng đã từng thể hiện máy ảnh xoay trên N3, nên việc máy ảnh kép không phải là vấn đề. Còn lợi ích của việc này, hãy chờ Find 9 và trải nghiệm nhé.

**5. HUAWEI MATE 8**

Giới công nghệ cho biết, Huawei Mate 8 sẽ được tung ra vào mùa thu này với mức giá khoảng 650USD. Kế thừa những ưu điểm của Mate 7, Mate 8 hứa hẹn là dòng điện thoại khá hấp dẫn. Màn hình 6-inch của Mate 8 có độ phân giải cực cool: 1440 x 2560. Huawei sử dụng CPU lõi octa 64-bit Kirin 930. Camera sau có độ phân giải 20,7MP, tích hợp cảm biến IMX220 của Sony. Chưa kể Mate 8 cũng ứng dụng công nghệ quét vân tay trên màn hình. Dòng máy này cũng hỗ trợ 4G LTE Cat.6 (300Mb). Với độ phân giải 2k điểm ảnh, chip Kirin 930, Mate 8 hứa hẹn sẽ là sản phẩm mang lại tên tuổi cho Huawei.

**6. MICROSOFT LUMIA 940 & 940XL**

Microsoft khẳng định sẽ tung ra đôi át chủ bài vào mùa thu này khi Windows 10 có thể đưa vào dùng cho điện thoại. Hãng tiết lộ sẽ tung ra hai mẫu đỉnh cao có mã Cityman và Talkman với màn hình 5,7 và 5,2 inch, màn hình Quad HD. Máy tính bảng, hay còn gọi là Lumia 940XL được trang bị bộ xử lý Snapdragon, Ram 3GB, và dung lượng lưu trữ bên trong 32GB với khe cắm thẻ MicroSD. Trong khi đó, cậu bạn song sinh Lumia 940 (Talkman) sẽ có bộ lõi hexa với bộ nhớ tương tự. Các điện thoại Lumia luôn bị đánh giá là hạn chế về phần chụp. Chính vì thế, chúng ta đang hy vọng hai dòng máy này sẽ khắc phục được những hạn chế trên. Hiện tại các fan công nghệ đang mong chờ hai dòng máy này sẽ có camera có độ phân giải trên 20MP. Cityman (Lumia 940XL) thậm chí còn được trang bị đèn LED bộ ba, giống như Lenovo VIBE Shot.

**7. XIAOMI MI5 & MI5 PLUS**

Bản chuẩn Xiaomi Mi5 sẽ dùng chip Snapdragon 810, ứng dụng công nghệ nhận dạng vân tay Qualcomm Snapcomm Sense ID 3D. Mi5 được trang bị màn hình hiển thị 5.2 inch LCD 2K, cảm biến 16MP phía sau cùng camera 13MP phía trước, chạy giao diện MIUI 7 dựa trên Android 5.1 Lollipop. Máy chạy pin 3000mAh, có thể tích tới 30% năng lượng chỉ trong năm phút. Bản mở rộng Mi5 Plus có màn hình hiển thị 5.7 inch độ phân giải 2K, công nghệ hiển thị Quantum Dot. Máy được trang bị camera 23MP với OIS phía sau, hỗ trợ lấy nét Laser Focus và camera trước 12MP. Dự kiến, Mi5 và Mi5 Plus sẽ ra mắt trong tháng 11 này với giá dự kiến lần lượt là 386 và 480 USD.



# 06

## MẪU XE CHO NỘI THÀNH

BẠN SỐNG Ở THÀNH PHỐ VÀ ĐANG CHUẨN BỊ MUA XE? HÃY CÙNG STYLE ĐIỂM DANH 06 MẪU CITY CAR TỐT NHẤT 2015 NHÉ.

Vương Ngọc Tùng





## KIA PICANTO

Với lưới tản nhiệt "mũi hổ" khác biệt và kiểu dáng ấn tượng, Kia Picanto thực sự là một lựa chọn hấp dẫn. Dòng xe năm cửa này gồm các mẫu 1, 1 Air, 2 và 3 Trims đều dùng cửa sổ điện, một máy tính hành trình và MP3 kết nối tiêu chuẩn. Nội thất bên trong cũng đẹp. Bộ điều khiển ánh sáng đáng tự hào và vòng xoay chặt cho phép bạn quay quanh bùng binh nhỏ mà không hề gặp rắc rối nào. Có hai lựa chọn đối với động cơ xăng, loại ba xi lanh 1.0l và bốn xi lanh 1,25l. Nếu bạn cảm thấy dòng Picanto trước đây không đủ mạnh thì phiên bản mới này đã được khắc phục, đủ mạnh để chạy đường cao tốc. Chi phí vận hành cũng không thành vấn đề. Mẫu Picanto 1, 1 Air, 2 và City đều có lượng khí thải 99g/km. Nhưng với khách hàng, điểm mạnh của Picanto chính là việc xe được bảo hành 07 năm. Picanto có giá cạnh tranh, mẫu ba cửa có giá sàn từ 405 triệu đồng.



## TOYOTA AYGO

Với kích thước nhỏ gọn, chi phí vận hành cực thấp và kiểu dáng táo bạo, Toyota Aygo được đánh giá là một trong những mẫu xe "hot" nhất của năm. Dựa trên nền tảng của phiên bản trước, Aygo mới cho phép cá nhân hóa ở mức độ cao hơn. Xe cũng được nâng đời với một hệ thống thông tin giải trí điện thoại thông minh tối ưu hóa có tên là x-touch, bên cạnh một loạt các gói cá nhân, nhắm tới đối tượng khách hàng trẻ - những người có thể muốn thay đổi màu sắc của lưới tản nhiệt, bánh xe, cản sau hoặc lựa chọn nội thất snap-in. Aygo có không gian nội thất khá rộng cho một chiếc xe thành phố. Khoang chứa rộng tới 168 lít - đủ cho hai chiếc vali nhỏ hoặc một bộ gậy golf. Xe sở hữu động cơ 03 xi lanh 1.0 l, 68bhp được tận dụng từ dòng tiền nhiệm. Giá tham khảo tại Anh: 8.900 bảng.





## HUYUNDAI i10

Kể từ khi ra mắt lần đầu vào năm 2008, i10 đã viết nên câu chuyện thành công cho Hyundai. Thay vì chạy theo xu hướng của dòng xe nội thành là thời trang và tùy chọn, i10 tập trung vào giá trị, giá cả và tính thực tế. Thế hệ thứ hai của i10 hiện tiếp tục đứng đầu phân khúc bằng việc áp dụng công thức trên. Mẫu mới nhất của dòng xe 05 của này được thiết kế cá tính hơn nhưng vẫn tuân thủ quy tắc thiết kế của gia đình Hyundai với động cơ xăng 04 xi lanh 1,2l và 03 xi lanh 1.0l. Dài hơn, rộng hơn và thấp hơn người anh em trước đó, i10 phiên bản mới giúp mang lại cho xe cảm giác lớn hơn nhưng gọn hơn. Dòng xe hiện tại bao gồm các dòng S, SE và Premium với trang thiết bị đi kèm như khóa trung tâm, kết nối USB và rất nhiều "option" để chọn. Giá khoảng 450 triệu đồng.



## CITROEN C1

Giống như mẫu Toyota Aygo, Citroen C1 có phong cách ấn tượng cho dòng xe thành phố. Với động cơ 03 xi lanh 1.0l, C1 cho cảm giác như ở nhà khi chạy trong thành phố. Dòng này cũng có phiên bản động cơ xăng 1,2l PSA của PureTech. Động cơ này giúp C1 có khả năng như lướt nhẹ như trên đường cao tốc nhưng vẫn an toàn. C1 có kiểu dáng đặc biệt, khá thời thượng. Giống các mẫu Citroen khác, C1 được trang bị tốt nhưng lại phải chịu chung số phận như Aygo khi chất lượng nội thất không phù hợp, không gian dành cho khoang chứa và ghế sau. Giá tại Anh từ 9.595 bảng.





## RENAULT TWINGO

Renault Twingo đã quay trở lại và làm rung chuyển thị trường xe chạy nội thành. Phiên bản mới nhất của dòng xe nhỏ nhất hãng Renault (không tính bản xe điện Twizy) có thiết kế động cơ và bánh lái phía sau. Điều đó có nghĩa là Twingo thực sự phù hợp cho việc chạy hoặc đỗ xe trong nội thành – nơi thường có diện tích không gian rất eo hẹp. Bạn có thể chọn động cơ xăng tăng áp 3 xi lanh, hay động cơ 1.0 lít hút tự nhiên, vì cả hai mẫu này đều tiết kiệm nhiên liệu tốt. Chúng khá linh hoạt khi ở trong thành phố, và cũng tạo cảm giác đỡ sợ khi chạy đường trường. Twingo dường như khá khôn ngoan trong việc tạo dựng phong cách. Dòng xe này nhìn khá bắt mắt, nhiều sự kết hợp giữa màu sắc và bánh xe, gói để can tự chọn và tăng khả năng cá nhân hóa chiếc xe. Đèn LED chạy phía trước và mặt mới nhất của Renault giúp cho Twingo có một lợi thế khác biệt khi so sánh với các xe khác cùng phân khúc. Giá tại Anh khoảng 12.500 bảng.



## VOLKSWAGEN UP

Năm 2013, Volkswagen Up được trao giải thưởng Dòng xe nội thành (City car) tốt nhất (do Auto Express bình chọn). Dòng Up cũng nhận được đánh giá 5 sao từ Euro NCAP cho việc phòng ngừa tai nạn, gồm 89% cho việc bảo vệ hành khách, và trở thành dòng xe an toàn nhất trong top 10 chiếc xe chạy nội thành tốt nhất. So với phiên bản cũ, phiên bản 2015 không có quá nhiều khác biệt, ngoài việc giá bán có điều chỉnh tăng lên. Ở Anh, phiên bản Take Up hiện có giá 8.185 bảng trong khi Rock Up thì có giá 12.980 bảng. Nhờ vào chiều dài cơ sở 2,4m, dòng Up có không gian nội thất khá rộng rãi. Xe đủ chỗ ngồi cho 04 người lớn và một khoang chứa đồ 251 lít. Hiện tại, Volkswagen Up có 02 bản chính là 03 và 05 cửa. Cho đến giờ, chúng tôi vẫn chưa mục sở thị phiên bản GT, tuy nhiên đã có phiên bản chạy điện cho những ai mong muốn thân thiện với môi trường.









# ĐI NHÀ TRẠNG NÊN ĐI ĐẢO

*Có lẽ “mùa hè đi du lịch” đã trở thành thói quen của mỗi người.  
Nhưng đi đâu nhỉ? Bạn có sẵn sàng đi đảo cùng Style?*

Nguyễn Xuân Hòa





## MÙA HÈ, ĐI BIỂN?

Là người thích đi và đi hầu hết các địa danh du lịch của Việt Nam, nên nếu ai đó rủ đi biển trong mùa hè này, tôi sẽ mừng rỡ ngay ra công thức “đi biển + ăn hải sản + nằm dài phơi nắng, hít gió biển + đi spa.” Chấm hết. Có lẽ do được trải nghiệm du lịch biển quá nhiều nên mỗi khi nhắc đến biển, trong đầu tôi lại bật ra công thức đó. Nhiều khi, ngôi nhà thì bí bách, stress vì công việc và gia đình, muốn đi cho thoải mái. Nhưng tới nơi, thấy nắng nóng khó chịu, nằm dài trong phòng thì thiếu tiện nghi giải trí, hoặc đến giờ phải dậy đi ăn hay tắm, cảm thấy mệt mỏi. Chưa kể, nếu có con cái đi theo và phải “take care” chúng thì còn mệt nữa, thậm chí mệt hơn đi làm. Lúc đó chỉ mong ở nhà đọc sách, xem một bộ phim hay trong khi con cái có bảo mẫu trông. Con người ta nhiều khi vẫn mâu thuẫn vậy. Ở nhà thì thích đi, đến nơi lại ước đang ở nhà !?!

Quay trở lại chủ đề đi biển trong mùa hè này. Nhắc đến biển, trong đầu chúng ta bật ra những địa danh nào? Bạn có nhớ đến những cái tên: Đà Nẵng, Nha Trang, Phú Quốc, Hạ Long, Cô Tô, Vũng Tàu, Phan Thiết, Cát Bà, Sầm Sơn, Lăng Cô, Ninh Thuận, Đồ Sơn...!? Tùy vào từng hoàn cảnh và điều kiện, mà chúng ta chọn những địa danh phù hợp với mình, trong khả năng của mình. Nhưng những cô gái của Style, chắc chắn ba cái tên Đà Nẵng, Nha Trang và Phú Quốc là lựa chọn sáng giá nhất.

Nói thật, tôi rất ngưỡng mộ các cô gái trẻ nhưng cá tính. Đặc biệt là những bạn gái thích khám phá, thích du lịch một cách khác người hay khác công thức của tôi và nhiều cô gái khác. Các bạn ấy từ chối tiện nghi, từ chối luôn cả dịch vụ 5 sao, cốt chỉ thỏa mãn niềm đam mê cá nhân. Nghĩa là, thay vì tiện nghi các bạn ấy sẽ chọn cảnh đẹp, mà để đến được những nơi đó thì giao thông, phương tiện hay dịch vụ không hề tốt tí nào. Các bạn đi Tây Bắc vào mùa hoa nở, vào mùa cánh đồng lúa vàng ruộm trên những ruộng bậc thang trải dài, hay chiều tà theo đàn trâu trở về trên bản làng, hay Sapa mùa tuyết rơi... Nói thật, tôi ngồi nhà lướt Facebook, nhìn thấy những cảnh đó chỉ muốn phi tới ngay, rồi lại ước gì mình được tận mắt chiêm ngưỡng chúng.

Còn đi biển, các bạn ấy chọn những nơi hoang vắng, thanh bình, rất tự nhiên, và đặc biệt là tránh xa vụ ồn ào của khách du lịch. Có nghĩa là, các cô chọn đi đảo. Mà nói thật, trong tất cả các hoạt động đi biển của dân Việt, tôi thấy hiếm khi các bạn trẻ chọn môn thể thao lặn biển!? Các bạn nữ lại càng không. Sao thế nhỉ? Trong khi đó tôi thấy rất nhiều bạn trẻ ngoại quốc, cả nam lẫn nữ, đều thích khám phá cuộc sống của các sinh vật dưới đáy biển. Nhiều khi, họ chọn Nha Trang không phải vì cảnh đẹp hay biển xinh, đơn giản chỉ vì ở đó họ có thể lặn biển an toàn, mà không sợ sóng ngầm hay biển động. Trong khi đó, văn minh lắm thì người Việt chúng ta mới tập chơi lướt ván diều, chạy cano, hay lướt sóng. Nói thật, tôi cũng thích lặn biển, cũng đã thử đi một lần, nhưng chưa được xuống nước thì đã bị say sóng. Từ đó, tôi cất niềm đam mê trong ký ức và chỉ thấy thèm thuồng khi nhìn thấy các bạn trẻ ngoại quốc chuẩn bị đồ nghề lặn.

Thôi, quay trở lại với việc đi đảo của các bạn trẻ. Đảo thì tôi đã ra nhiều, nhưng vẫn là những khu nghỉ cao cấp với những tiện nghi và dịch vụ tốt nhất như Ninh Vân Bay, Hòn Tằm, Côn Đảo... Nhưng lần này, tôi theo chân các bạn trẻ đi đảo Bình Ba.



## TẠI SAO KHÔNG ĐI ĐẢO BÌNH BA?

Hai, ba năm trước, tôi đã thấy các bạn tôi “share” hình đi đảo Bình Ba trên mạng. Lúc đó tôi không nghĩ nó gần Cam Ranh và thấy còn hoang vu nên tôi chưa dám thử. Bây giờ, tôi lại thích đảo Bình Ba vì nơi đây đang thu hút khá nhiều khách du lịch trẻ, và đặc biệt, người ta gọi nó là “đảo tôm hùm.”

Tôi lên mạng xem cách đi hoặc đi tour thì thấy giá tour khá rẻ: chỉ một triệu đồng cho 02 ngày 02 đêm đi tại Tp.HCM. Không suy nghĩ nhiều, tôi cùng cô bạn rủ nhau “chia tay” gia đình và lên đường. Đảo Bình Ba nằm cách cảng Cam Ranh khoảng 15 km, mất khoảng một giờ trên biển từ cảng Đá Bạc. Mỗi ngày có hai chuyến phà từ Cam Ranh sang Bình Ba: 10.00am và 04.00pm, và chuyến từ Bình Ba về Cam Ranh: 05.00am và 12.30am. Giá tàu cực rẻ, chỉ 20.000 đồng cho mỗi khách. Nếu bạn đi theo nhóm, bạn cũng có thể thuê tàu riêng và đỡ phải đợi.

Đảo Bình Ba còn nguyên vẻ hoang sơ với nhiều bãi biển đẹp, cát sỏi trắng, nước trong vắt phản chiếu cả bầu trời. Thật may vì vùng biển này chưa bị dịch vụ du lịch khai thác nên mọi thứ đều nguyên sơ, bình yên, thư thả, vô cùng thích hợp để nghỉ ngơi. May mắn hơn, người dân ở đây rất có ý thức bảo vệ môi trường sống, các bãi biển, cầu cảng đều rất sạch và hiếm thấy rác. Trên đảo chỉ có khoảng 700 hộ dân với 5.000 người sinh sống. Rất nhiều người trong số họ làm dịch vụ phục vụ khách du lịch, từ cho thuê nhà ngủ lại, đến cho thuê tàu đánh cá chở vòng quanh các đảo, tham quan bè nuôi tôm hùm, hải sản, hướng dẫn lặn biển...

Tôi đã khám phá cả ba bãi biển nổi tiếng của Bình Ba là Bãi Chướng, Bãi Nồm và Bãi Nhà Cũ với vẻ đẹp riêng. Tôi thích ngắm bình minh của Bãi Chướng, thưởng thức cảnh hoàng hôn ở Bãi Nồm hay ngắm cảnh đẹp thơ mộng của Bãi Nhà Cũ. Nếu can đảm hơn, có thể tôi cũng lặn biển ngắm san hô, bắt hải sản ở Bãi Nhà Cũ như các du khách trẻ khác.

Vì không tự tay bắt được hải sản, nên tôi chọn cách sáng sớm đi chợ của dân chài để mua đồ hải sản tươi ngon về nhờ người dân chế biến thành món ăn theo ý mình. Nhiều lúc, tôi tự chui vào bếp luộc. Mực lá ở đây dày và ngọt, nhum thì nhiều vô kể, sò huyết, cá đủ loại ngọt thịt... Thật là tuyệt. Tuy nhiên, đã tới đây rồi thì bạn không nên bỏ qua món “đặc sản Bình Ba.” Với hàng trăm bè tôm hùm khắp đảo, cũng là phương tiện sinh sống chính của nhiều hộ gia đình, giá tôm hùm ở Bình Ba được xem là “giá gốc”, với nhiều cách chế biến đúng chất dân chài, giữ độ ngon, dai, ngọt đáng giá của tôm hùm. Nhắc đến, tôi vẫn còn ngáy ngất với món tôm hùm nướng trong ký ức.



Điều thú vị cuối cùng với Bình Ba là tôi đã từng thưởng thức một bữa tối lênh đênh trên biển. Chúng tôi mỗi người được phát một chiếc áo phao, khoác vào người và phi xuống biển. Chúng tôi cứ lênh đênh như vậy uống vang và ăn tối. May mà nước biển vừa đủ ấm và trong veo khiến trải nghiệm ăn tối này trở thành kỷ niệm khó quên của tôi.

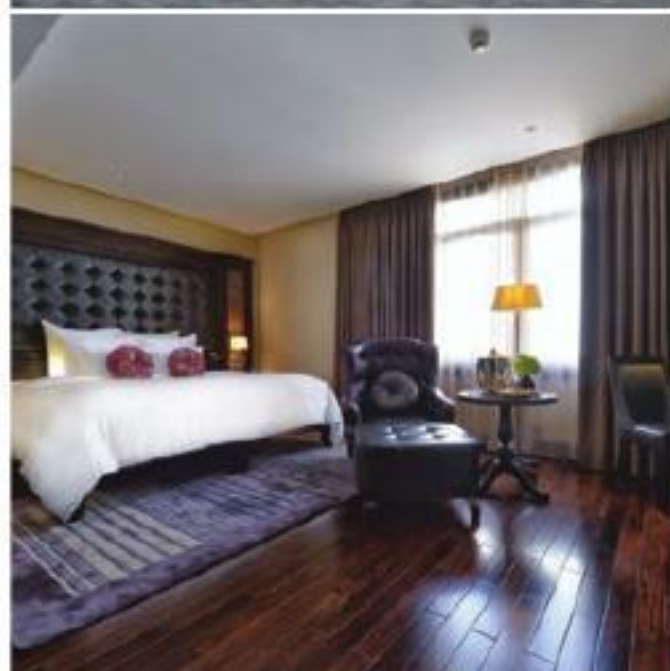




**“***Và tôi đã có một chuyến đi “không tiện nghi” nhưng cực kỳ thú vị với đảo Bình Ba. Bạn nào chưa đi, hãy thử nhé.***”**



## 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 NGỌAN 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 GIÃN 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



# Nghề chơi cũng lắm công phu

*Ẩm thực đầu chỉ là chuyện miếng ăn, nước uống đại khái, giải tỏa những nhu cầu căn bản của con người. Có những món ăn đòi hỏi những nguyên liệu quý hiếm và kỹ thuật nấu nướng thượng thừa để cho ra những sản phẩm tuyệt hảo. Style tháng 7 giới thiệu đến bạn đọc những món ăn nổi tiếng về sự cầu kì và thường được đem ra làm “đề bài” cho những siêu đầu bếp tranh tài cao thấp.*

Tân Tấn











## # PAELLA



Bên cạnh rượu Sangria, món cơm chiên Paella được coi là đỉnh cao của ẩm thực Tây Ban Nha. Để thưởng thức món Paella đúng điệu không có cách nào khác ngoài việc bạn phải tìm đường sang xứ sở của những chú bò tót. Paella thực chất không khác gì các loại cơm rang trộn trên thế giới với tính chất linh hoạt trong nguyên liệu và hàng trăm loại công thức khác nhau. Tuy vậy, Paella lại yêu cầu kỹ thuật nấu nướng cực kì điêu luyện khi tất cả các nguyên liệu tươi sống phải được làm chín đều trên một mặt chảo. Gạo được rang trực tiếp không qua chế biến phải giòn, khô và tách hạt. Nước sốt đậm vị được tạo ra từ các nguyên liệu như cà chua, hành tây, tỏi, ớt cựa gà,... Thịt và hải sản nguyên vỏ phải chín tới, giòn, ngọt. “Linh hồn” của món Paella chính là nguyên liệu tạo màu từ nhụy hoa nghệ tây – một trong những loại gia vị đắt đỏ nhất thế giới. Tất cả được chế biến trên một loại chảo đặc biệt, có bán kính lớn, lòng nông, không có nắp đậy. Món Paella đúng điệu phải được thưởng thức ngay tại chảo. Món Paella được coi là “bảo tàng sống” về văn hóa ẩm thực của Tây Ban Nha.





Menu các món ở Ming Dynasty rất phong phú và chất lượng. Há cảo và xiu mại khô kích cỡ khá to, đặc biệt là há cảo ăn thấy rõ phần nhân tôm chứ không quá nhiều mỡ.

Món xiu mại nước được chia làm 2 loại riêng biệt là xiu mại thịt và xiu mại cua. Tuy chia như vậy nhưng “cua” hay “thịt” là để chỉ phần nhân ở nằm ở phía trên viên xiu mại. Món này ăn ngon nhất nếu có thêm chút trứng cá hồi đen rắc lên trên.

Bánh nếp cũng là một món ngon mà thực khách nên thử. Bánh được gói trong lá sen, khi mở ra có một mùi thơm dịu đặc trưng thường thấy ở các loại bánh gói của người Hoa. Phần nhân rất hấp dẫn với thịt và hạt vừng muối, ngon và nhẹ nhàng hơn nhân của bánh bao nhiều.

Vì đâu các món ăn nhẹ này lại gắn liền với trà nóng? Nhiều tài liệu cho rằng cách ăn điểm tâm này xuất phát từ thói quen dừng chân dùng trà cho lại sức dọc theo con đường Tơ lụa (Silk Road). Từ nhu cầu đó các trà quán mọc lên như những trạm dừng lý tưởng. Thoạt đầu các trà quán chỉ phục vụ trà mà không có thức ăn bởi ngày đó người ta vẫn tin rằng dùng trà chung với thức ăn rất dễ gây tăng cân. Nhưng từ khi phát hiện ra tác dụng giảm cân của trà, các món ăn nhẹ bắt đầu được bán tại các trà quán này. Và cũng từ đó các món điểm tâm (đọc chệch ra từ phát âm gốc “Dim sum”) bắt đầu được phát triển và trở nên đa dạng như ngày nay.

Ở Hồng Kông cũng như các thành phố thuộc Quảng Đông, các món Dim sum được chuẩn bị từ rất sớm, thường là từ 5 giờ sáng. Đa phần thực khách thưởng thức Dim sum thường là những người lớn tuổi sau giờ tập thể dục buổi sáng. Ngoài ra, các trà quán phục vụ món Dim sum cũng được xem như địa điểm ăn sáng lý tưởng cho cả gia đình vào những ngày cuối tuần. Các trà quán truyền thống đa phần phục vụ đến giữa trưa là đóng cửa. Điều này cũng tương đồng với các trà quán của người Quảng trong Chợ Lớn, chỉ bán đến gần giờ trưa mà thôi.

Tôi đã từng đến nhiều khu phố Hoa của các nước trong khu vực, nhưng chưa thấy nơi nào còn lưu giữ bản sắc Trung Hoa đầy đủ như Ming Dynasty. Đây là một địa chỉ rất đáng lưu tâm với những người yêu thích ẩm thực Trung Hoa.

## *Thưởng thức dim sum tại* **MING DYNASTY**

*Thưởng thức Dim Sum đúng kiểu Quảng Đông ở Ming Dynasty là phải thưởng thức chung với trà nóng, “dạo” một vòng các món ăn chơi như há cảo, xiu mại... rồi mới đến món chính là cá bóng mú hấp kiểu Hồng Kông, tôm sú rang trà xanh hoặc cơm chiên sốt cải bẹ xanh.*







## # BEEF WELLINGTON



Beef Wellington được mệnh danh là “Vua” của các bàn tiệc lễ hội tại các nước châu Âu. Được coi là một trong những món ăn khó thực hiện thành công nhất trên thế giới, Beef Wellington đòi hỏi sự cẩn thận tỉ mỉ từng li từng tí trong cách chế biến. Món bít tết này gồm phần thịt bò được bọc trong các lớp nấm, thịt chân giò heo muối, bột pastry cán mỏng rồi phủ trứng gà vàng óng ngoài cùng và dứt lò. Người đầu bếp phải canh nhiệt độ hết sức khéo léo, bởi bít tết chín quá, sẽ bị khô, giảm độ ngọt. Bít tết sống quá, tiết ra nhiều nước có thể làm nhũn vỏ bánh. Bí quyết là sử dụng một loại nhiệt kế đặc biệt để đo nhiệt độ bên trong thịt. Để có món bít tết hoàn hảo, với độ tái vừa phải, khi cắt ra có một chút máu tươi, nhiệt kế phải chỉ chính xác 85 độ F (29 độ C). Món ăn được thưởng thức trộn vụn với rau củ luộc, khoai tây nghiền và sốt Martini. Vì tính chất phức tạp của món ăn, Beef Wellington thường là “đề bài” trong những cuộc thi masterchef tại Mỹ.





2015

# Bánh Trung Thu

Mid Autumn Festival

## KHÁCH SẠN HÀ NỘI

Lịch Sử - Sang Trọng - Chất Lượng

*Gửi trao thành ý thật chặt tâm giao  
Món quà tri ân ngọt ngào mùa trăng*



**MỌI CHI TIẾT XIN LIÊN HỆ: NHÀ HÀNG KIM LONG HOẶC BỘ PHẬN KINH DOANH**

D8 Giang Vo, Ba Dinh District, Hanoi, Vietnam

T: (84-4) 3845 2270 F: (84-4) 3845 9209 | E: [sales@hanoihotel.com.vn](mailto:sales@hanoihotel.com.vn) | W: [www.hanoihotel.com.vn](http://www.hanoihotel.com.vn)





## BRASSERIE WESTLAKE ĐIỂM HẸN LÝ TƯỞNG

Nằm trên con đường Thanh Niên rợp bóng cây bên hồ Tây và hồ Trúc Bạch thanh bình, nhà hàng Brasserie Westlake (nằm trong khuôn viên khách sạn Sofitel) là điểm hẹn lý tưởng cho những bữa trưa cùng đối tác, những buổi gặp mặt cùng bạn bè, hay bữa tối ấm cúng bên người thân.

Hội tụ nhiều hương vị đặc sắc từ các vùng miền trên thế giới, buffet hào hạng và thực đơn tự chọn phong phú của nhà hàng hoàn toàn có thể làm hài lòng những người sành ăn nhất. Thực khách có thể tự thiết kế cho mình một bữa ăn ngon miệng với quẩy thịt và hải sản tươi ngon và quẩy sushi độc đáo. Đặc biệt, đã tới Brasserie Westlake, thực khách không thể bỏ qua quẩy nướng tự chọn nơi ngọn lửa bập bùng và kỹ thuật điêu nghệ của người đầu bếp khiến những tôm hùm, mực, thăn bò, sườn cừu... thêm phần hấp dẫn.

## BÁNH BAO KIM SA TRỨNG MUỐI NHÀ HÀNG LONG ĐÌNH



Mùa hè năm nay, bánh bao kim sa trứng muối trở thành một trong những món ăn vặt được giới trẻ săn đón nhất. Khác với bánh bao nhân mặn quen thuộc, bánh bao kim sa hấp dẫn thực khách bằng vị thơm ngon béo ngậy của bột đã được chế biến khéo. Bề đôi chiếc bánh, phần nhân trứng chảy thành dòng mịn mượt, đẹp đẽ. Phần vỏ bánh ấm nóng, mềm mại, căng phồng. Phần nhân có màu vàng sáng đẹp, ngọt đậm, ngậy nhưng không ngấy. Món ăn thường được thưởng thức lúc cuối bữa khi đã dùng xong món mặn. Cần một miếng bánh bao mềm mại, cảm nhận vị ngọt ngào tan chảy trong miệng, chiêu thêm một ngụm trà hoa cúc thơm nồng, bạn sẽ cảm nhận được trọn vẹn tinh túy của ẩm thực Trung Hoa. Để thưởng thức món bánh bao kim sa chuẩn chỉ, đúng vị, hãy đến với nhà hàng Long Đình - 64B, Quán Sứ. Bếp trưởng Hong-kong Lim Eng Cheong sẽ tự tay thực hiện món ăn này phục vụ bạn. Giá: 76.000 VND/thầu gồm 3 chiếc.

## CƠM SUSHI CUỐN LƯƠN NHẬT VÀ QUẢ BƠ NHÀ HÀNG TRIỀU NHẬT ASASHI SUSHI



Ngày hè nóng nực, hãy đến với nhà hàng Triều Nhật, 76 Triệu Việt Vương để thưởng thức món Sushi cuốn Lươn Nhật và Quả Bơ. Người Nhật tin rằng, lươn có tác dụng giải nhiệt và đem lại sức khỏe dồi dào, sức sống căng tràn cho những người thưởng thức. Lươn được sơ chế, tẩm ướp gia vị, nướng qua một lượt trên than hoa nóng rực, rồi được cho vào nồi hấp để loại bỏ hết chất béo. Sau đó, lươn được nướng lại trên than hoa một lần nữa cho cháy xém, thơm lừng. Kết hợp với gạo Nhật dẻo dẻo, chua ngọt, quả bơ ngậy ngậy, trứng cua đỏ nõn lép lép trong miệng, món sushi này thanh mát, thơm lừng và rất dễ ăn. Bếp trưởng Yoshikawa cho biết nên dùng món sushi này với sake nóng, súp Akadashi đậu đỏ hoặc súp Kimosui, chế biến từ gan lươn. Một khẩu phần gồm 8 miếng sushi, đủ cho 2 người ăn no, có giá chỉ 388.000 VND.





# 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  
AsahiSushi.vn / Hotline: 0902 286 286

Nhà hàng Asahi Sushi 2  
76 Triệu Việt Vương-Hà Nội  
AsahiSushi.vn / Hotline: 0902 286 286





## THƯỜNG THỨC ẨM THỰC Ý Ở MILAN

Tọa lạc trên mặt nước Hồ Tây thanh bình, Milan (trong khách sạn InterContinental Hanoi Westlake Hotel) gây ấn tượng mạnh với tôi bằng tông màu cam ấm áp và thân thiện. Món khai vị tôi chọn cho bữa tối là bò sống thái lát Carpaccio di Manzo. Những lát bò tươi hảo hạng được thái mỏng và phủ một lớp dầu nấm truffle thơm phảng phất trông thật hấp dẫn. Điểm nhấn của bữa ăn là món súp Cacciucco được chế biến từ nhiều loại hải sản cùng các nguyên liệu hảo hạng như nấm porcini của Ý và nhụy hoa nghệ tây saffron – loại gia vị đắt đỏ nhất thế giới. Nước dùng của món súp được nấu từ hải sản cùng chút vang trắng mang lại mùi thơm nức mũi với vị ngọt hơi cay cay. Món tiếp theo tôi chọn là cơm Ý Risotto Al Frutti Di Mare. Món cơm Ý hải sản này được nấu bằng nước dùng tôm hùm ăn kèm cà chua sấy. Hạt cơm Risotto dẻo, có vị ngọt của kem và bơ, kèm với vị ngọt của nước dùng tôm hùm nấu cùng vang trắng. Cơm được chế biến với 6 loại hải sản, bao gồm cua, sò điệp, tôm, mực, vẹm xanh và ngao. Nhâm mắt thưởng thức từng miếng cơm tan ra trong miệng, lúc đấy tôi mới thực sự hiểu vì sao Risotto lại được người yêu ẩm thực Ý ưa chuộng đến vậy.

Đối với tôi một bữa ăn sẽ không thể trọn vẹn nếu thiếu đi món tráng miệng. Tôi chọn một món tráng miệng rất đời quen thuộc: món bánh Tiramisu. Món Tiramisu của Milan được làm theo cách truyền thống với lớp cốt bánh gateaux được thay bằng bánh lady finger (hay còn được gọi là bánh sampa). Chính vì thế mà khi ăn, bánh sẽ có vị ngọt của kem mascarpone, xen lẫn chút hơi đắng của cà phê với ca cao, cùng vị thơm nồng.

## ĐI BAR THE LONG

*Nếu bạn đang tìm kiếm một trải nghiệm mới, hãy đến The Long Bar.*

Thời đại mạng xã hội phát triển, thông tin được cập nhập thường xuyên nên cái tên The Long Bar không hẳn là địa chỉ mới vì nó xuất hiện khá thường xuyên trên “newfeeds” trong Facebook của tôi. Tuy cũng không hoàn toàn bị hấp dẫn bởi những thông tin và hình ảnh đó nhưng vì tò mò trước những hình ảnh mà bạn bè thường xuyên cập nhật và check-in, tôi cũng tới để trải nghiệm. Nhưng The Long Bar đã không làm tôi thất vọng.

Có thiết kế kiến trúc mang hơi hướng châu Âu cổ điển, The Long Bar hay The Long @ Times Square không chỉ là một quán cà phê đường phố thông thường. Thay vào đó, đây giống như một đoạn nối, một giao điểm giữa đường Đồng Khởi với đại lộ Nguyễn Huệ. Nằm nép mình xinh xắn trên con đường nhỏ, ngay bên hông của một tòa nhà cao tầng, dưới vòm kính trong, The Long không chỉ mang lại cảm giác tiện nghi trong nhà và sự thoáng đãng ngoài trời. Dãy bàn bar bằng đá cẩm thạch mềm mại chia thành 06 quầy dài 48m nối dài tới hai đầu phố. Thú vị hơn khi nhìn vào thực đơn, tôi tưởng tượng mình đang ngồi chọn món ở một nhà hàng Ý với những hương vị quen thuộc đậm bản sắc Ý.

Chưa hết, bạn còn có nhiều lựa chọn khác với hương vị cả Á và Âu, từ gỏi tôm đu đủ với các loại rau thơm thuần Việt đến những miếng sườn heo nướng hay những chiếc bánh burger bò dát vàng độc đáo. Đặc biệt, tủ kem với 32 hương vị tự làm cũng khiến cho tôi mất khá nhiều thời gian để chọn được cho mình những mùi ưa thích như kem mãng cầu, kem nếp cẩm, kem caramen hay đào lộn hột. Ngoài những nguyên liệu bản địa này, các loại trái cây để làm kem đều được nhập từ Pháp, Ý, chocolate thì lấy từ Bỉ và sữa từ Đức.

Trong khi tôi đã thưởng thức đủ cho một bữa trưa với ly bia tươi mát lạnh, thì cô bạn tôi còn ghé qua quầy món khai vị và ăn nhẹ (tapas) để thưởng thức vài loại xúc xích, phô mai Burrata và nhiều loại sốt đặc chế với các thành phần nguyên liệu đều được nhập từ Ý. Và cô ấy rất mãn nguyện với lựa chọn của mình.

Đến bây giờ, tôi vẫn còn nhớ như in hương vị món pizza “thần thánh” của The Long.





# THẺ ƯU ĐÃI VÀNG

Ưu đãi lớn nhất trong năm

Đăng ký ngay qua Hotline 0902 286 286



• Thẻ **20.000.000** vnd <sup>Ưu đãi</sup> **20%**

• Thẻ **10.000.000** vnd <sup>Ưu đãi</sup> **15%**

• Thẻ **3.000.000** vnd <sup>Ưu đãi</sup> **10%**

Web : [www.giavien.vn](http://www.giavien.vn) / Facebook: [www.facebook.com/nhahanggiavien](http://www.facebook.com/nhahanggiavien)

Nhà hàng Cơm Việt Nam Gia Viên / Địa chỉ : 228 Bà Triệu Hà Nội





# PHƯƠNG ĐÔNG bí ẩn

TRONG TÂM THỨC CỦA NGƯỜI PHƯƠNG TÂY, NGHỆ THUẬT TRANG TRÍ PHƯƠNG ĐÔNG LUÔN LUÔN GẮN LIỀN VỚI SỰ XA HOA, BÍ ẨN. TRANG TRÍ THEO PHONG CÁCH PHƯƠNG ĐÔNG ĐÃ ĐỊNH HÌNH RIÊNG CHO MÌNH MỘT TRƯỜNG PHÁI, MÀ Ở ĐÓ, SỰ KẾT HỢP GIỮA CÁC CHI TIẾT CỦA NHẬT, TRUNG, ẤN ĐÃ ĐẠT ĐẾN SỰ HOÀ HỢP NHẤT ĐỊNH ĐỂ THỂ HIỆN MỘT TINH THẦN VIỄN ĐÔNG RỰC RỠ VÀ HUYỀN HOẠC.



Cốt lõi của phong cách décor này là tái hiện lại hồn vía của một Viễn Đông xa xôi từng chinh phục phương Tây nhiều thế kỷ trước. Căn phòng riêng của Coco Chanel trong ngôi nhà số 31 Rue Cambon có thể là một ví dụ sắc nét với tường phủ sơn vàng, bình phong sơn mài xa hoa, chiếc gương sang trọng có phần khung dát vàng tinh xảo, và sứ tử có cánh – vị thánh bảo hộ của thành Venice.

Lẽ dĩ nhiên, trang trí kiểu Đông phương ngày nay không còn giống như cách nó đã từng trong những năm 20 của Chanel. Nó cần được chắt lọc để trở nên phù hợp hơn với sự hiện đại và tinh tế của ngày nay.



### 1. MỘT BACKDROP HOÀN HẢO

Chọn phong cách Orient, bạn có thể sẽ phải trang trí căn phòng với những bức tranh rực rỡ, những bức tượng cổ độc đáo hay những bình phong lớn và phức tạp. Tốt nhất hãy sử dụng các gam màu trung tính cho sàn và tường để những vật dụng kia có được một backdrop hoàn hảo. Điều đó không có nghĩa màu trắng là lựa chọn duy nhất của bạn. Màu kem, màu pastel hoặc thậm chí màu xám thanh lịch đều là lựa chọn tốt, miễn là chúng tạo ra một không khí thoải mái và tinh tế.

### 2. NHỮNG MÀU SỐNG ĐỘNG

Một quan niệm sai lầm phổ biến là những màu sắc sống động của phong cách phương Đông đang không còn được ưa chuộng. Người ta dè dặt khi phải sử dụng các màu hồng anh đào, màu đỏ, màu tía vì chúng dường như lỗi thời, nhưng đừng quên rằng chính những màu sắc này mới tạo ra một cảm giác phương Đông sôi động và ấm áp (đặc biệt là khi những chi tiết décor đến từ Trung Quốc).

Với những người yêu thích sự huyền bí thì màu đen là một lựa chọn lý tưởng, trong khi, màu vàng kim lại thể hiện sự xa hoa. Dĩ nhiên, cả hai màu sắc này chỉ nên được thể hiện một cách tiết chế để đảm bảo sự sắc nét và nổi bật của chúng.





### 3. KẾT CẤU VÀ CHẤT LIỆU

Khi chọn chất liệu chính, luôn luôn nghĩ đến các chất liệu tự nhiên trước. Nếu không gian mà bạn muốn trang trí đang chỉ là một khối bê tông, hãy suy nghĩ về việc bổ sung các đồ trang trí bằng đá tự nhiên, sàn gỗ, bình phong gỗ, màn tre và các kết cấu hữu cơ ngay lập tức. Tuy nhiên, hãy giữ cho tất cả những chất liệu này được cân bằng. Trừ khi bạn có mục đích rõ ràng, nếu không, sự áp đảo của một chất liệu có thể sẽ phá vỡ đặc trưng của décor phương Đông.



### 4. SỰ XUẤT HIỆN CỦA NƯỚC

Hãy dành chỗ để nước có thể xuất hiện trong không gian sống của bạn bởi đây là cách tái hiện lại không gian phương Đông đơn giản và hiệu quả nhất. Âm thanh róc rách của nước chảy được xem là một yếu tố quan trọng trong phong thủy, tại Trung Quốc, Nhật Bản hoặc Đông Nam Á. Nếu diện tích ngôi nhà đủ lớn, hãy thiết kế một hồ cá ngầm ở phòng khách hay sân vườn hoặc tiền sảnh, sau đó trang trí theo ý bạn. Nếu bạn không thích kiểu mặt nước tĩnh lặng thì một bình phong bằng nước phun trào hay một đàn đàn nước róc rách sẽ là lựa chọn tốt. Nếu tận dụng tốt, những vòi phun thậm chí sẽ trở thành những tác phẩm điêu khắc tuyệt đẹp để bổ sung cho không gian sống.



### 5. PHONG CÁCH ĐẾN TỪ ĐÂU?

Điều khó khăn khi thiết kế theo chủ đề Đông phương là bạn cần hợp nhất các phong cách khác nhau từ các quốc gia châu Á khác nhau. Điều này hoàn toàn không dễ dàng bởi bạn cần am hiểu đặc trưng của từng phong cách và các yếu tố riêng biệt của nó trước khi chọn lọc và tích hợp vào ngôi nhà của mình. Décor kiểu Nhật Bản có thiên hướng nhỏ gọn, thoáng đãng, nhiều màu sắc nhẹ nhàng, kết cấu gắn gũi với thiên nhiên và rất thích hợp nếu bạn ưa thích sự tĩnh lặng, cân bằng của Thiền. Décor của Trung Quốc, ngược lại, thường thích những hình khối lớn, mạnh mẽ vương giả, những màu sắc ấn tượng như tía, đỏ, vàng kim. Phong cách Ấn Độ đặc biệt chú trọng các họa tiết truyền thống và các biểu tượng văn hoá. Để kết hợp cả ba phong cách này, bạn có thể lựa chọn phong cách Nhật Bản làm tiêu điểm cho các không gian công cộng (như sân vườn, phòng khách) để tạo ra cảm giác thoáng đãng và dễ chịu. Các thiết kế từ Trung Quốc có thể được đặt trong phòng ngủ cho một không gian xa hoa nhưng riêng tư. Phong cách Ấn Độ tốt nhất nên được gợi nhắc qua các chi tiết (chứ không phải tổng thể): như thảm trải sàn, rèm, màn hay các điêu khắc nhỏ - chúng chỉ nên được bổ sung vào không gian sống một cách vừa đủ và khéo léo.





## 6. ÁNH SÁNG VÀ ĐIỀU KHẮC

Ánh sáng có thể làm nổi bật hoặc phá vỡ giao diện nội thất của bạn, bất kể là chủ đề gì. Trong phong cách phương Đông, kiểu ánh sáng cường độ mạnh như đèn LED không được khuyến khích. Ánh sáng cần dịu dàng, trung hoà và tạo ra cảm giác thư thái dễ chịu. Đừng quên rằng những chiếc đèn bản thân nó cũng đã tạo ra một ấn tượng phương Đông rất sâu sắc: từ đèn chùm, đèn bàn cho đến đèn tường đều là cơ hội để bạn thể hiện điều này. Nếu bạn đang tìm kiếm sự kết hợp giữa phương Đông và phương Tây, bộ sưu tập đèn Akari của nghệ nhân Nhật Bản Isamu Noguchi chắc chắn phải là điểm tham khảo đầu tiên.



## 7. THIẾT KẾ BỀN VỮNG

Chất liệu hữu cơ và các thiết kế bền vững là một khía cạnh của decor phương Đông – nếu bạn rất quan tâm đến sinh thái thì đây hẳn là lựa chọn không tồi. Những thảm dệt tatami hay màn tre của Nhật, sân vườn rải sỏi và đá cuội, các chậu cây và bụi cây nhỏ xuất hiện khắp nơi mang đến một không gian tràn ngập hơi thở tự nhiên. Những đồ nội thất từ gốm hoặc gỗ sẽ cần được ưu tiên bên cạnh các chất liệu không hữu cơ khác.

## 8. HƯƠNG THƠM

Mùi hương được ưa chuộng trong các không gian phương Đông thường ít ngọt ngào hay sắc nét mà thường mang tính chất an ủi, thiền định, thư giãn nội tại và giảm stress. Các mùi hương gỗ, hương trầm, mùi chanh sả thường được cân nhắc bởi lẽ đó. Nếu mùi hương đến từ các nguồn tự nhiên thì không còn gì tốt hơn (như hoa và cây trong nhà), nhưng nếu không, bạn có thể đặt các loại nến thơm hay tinh dầu chất lượng tốt. Tuyệt đối không sử dụng các loại xịt phòng rẻ tiền vì mùi thơm nhân tạo của chúng sẽ làm giảm đi sự hấp dẫn và sang trọng của một căn phòng phương Đông.

## 9. CHI TIẾT HẤP DẪN

Những chi tiết nhỏ nhưng thu hút mắt nhìn, khiến khách khứa không thể không ngắm nghía là nét đặc sắc của phong cách phương Đông. Nếu bạn đã có một không gian sống ổn định và không thể phá vỡ các kết cấu quan trọng, bạn có thể bổ sung vào không gian đó những chi tiết phương Đông nhỏ bé nhưng hấp dẫn.

Tượng Phật, quạt trang trí kiểu Trung – Nhật, tranh thủy mặc Châu Á, một vài bức tượng bằng ngọc bích, gối ôm hoạ tiết Ấn Độ, thảm trải sàn Ấn Độ, mặt nạ trang trí dân gian từ Đông Nam Á ... Tất cả những chi tiết này nếu sắp đặt đúng chỗ sẽ ngay lập tức thổi hồn vào căn phòng và mang đến một cảm giác Á Đông hoàn hảo.



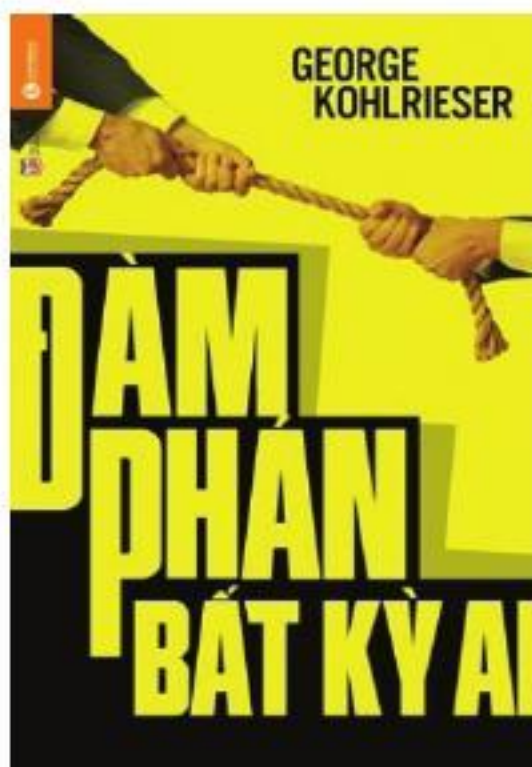


## ĐÀM PHÁN BẤT KỲ AI

Tác giả: GEORGE KOHLRIESER

Xung đột, mâu thuẫn xuất phát từ những cảm xúc trái ngược nhau của con người. Thường thì tất cả chúng ta đều tin rằng cần phải tránh xung đột để không làm tổn hại đến tài chính. Vì thế xu hướng kim nèn xung đột có thể nảy sinh những cảm xúc tiêu cực và khiến các nhà quản lý, lãnh đạo hay tổ chức đi lệch hướng.

"Đàm phán bất kỳ ai" đẩy áp những câu chuyện ẩn tượng, sâu sắc về các tình huống "bất cóc" có thật. Cuốn sách chỉ ra cho chúng ta cách phân tích tình huống để giải quyết xung đột; tạo mối quan hệ, thậm chí là với cả kẻ thù; biết tận dụng sức mạnh của đối ngoại và thương thảo; xây dựng sự hợp tác, thiết lập sự tin tưởng và làm chủ cảm xúc của mình.

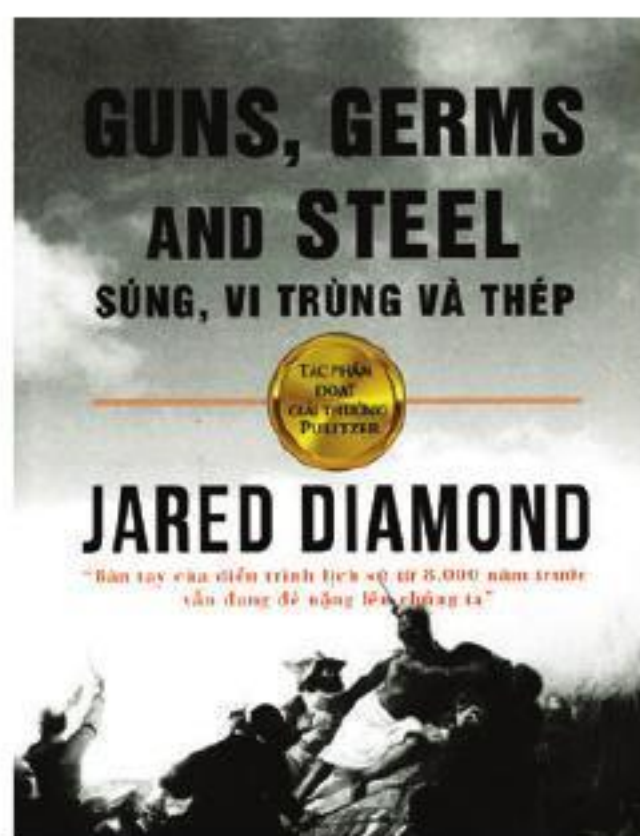


## SÚNG, VI TRÙNG VÀ THÉP

Tác giả: JARED DIAMOND

Cuốn sách là nỗ lực của Jared Diamond để giải thích vì sao các nền văn minh Á - Âu (bao gồm cả Bắc Phi) lại tồn tại được cũng như đã chinh phục các nền văn minh khác. Cùng lúc Jared Diamond cũng bác bỏ các lý thuyết về sự thống trị của các nền văn minh Á - Âu dựa trên trí tuệ, đạo đức hay ưu thế di truyền.

Diamond đã viết nên một tác phẩm với tầm tri thức đặc biệt xuất sắc. Đây là một trong những công trình quan trọng nhất và đáng đọc nhất về loài người.



## Ý TRUNG NHÂN TÌNH CỜ

Tác giả: KRISTAN HIGGINS

Buổi sáng, biết tin Mark, người trong mộng suốt 15 năm, chính thức có người yêu mới.

Buổi tối, đón sinh nhật lần thứ 30 cùng cả nhà... tại nhà tang lễ, chắc hẳn không phải những điều Callie mong muốn.

Nhưng biết làm sao được, "đời không như là mơ"! Đi nữa hay quay về - tìm cách giành lại Mark hay quên đi để bước tiếp? Với một cô gái lãng mạn, tình cảm, thì con đường mà nàng chọn cũng không khó đoán. Chỉ có điều, con đường ấy, với những lắt léo, gập ghềnh, với những nụ cười nước mắt, có thực sự dẫn Callie đến với những điều mà nàng mong mỏi?



## NGƯỜI KIẾN - ANT-MAN

Đạo diễn: PEYTON REED  
Khởi chiếu: 24/07/2015

Ant-man là một bộ quần áo đặc biệt có thể biến người bình thường trở thành bé nhỏ như kiến, nhưng bù lại sẽ có sức mạnh phi thường. Do sự ưu việt của phát minh và sự nhòm ngó của kẻ xấu, tiến sĩ Hank Pym (Michael Douglas) đã phải nhờ đến siêu trộm Scott Lang (Paul Rudd) để bảo vệ công nghệ này.

Người cha Scott Lang vì muốn có tiền chữa bệnh cho con gái đã phải thực hiện những vụ siêu trộm, và rồi trở thành siêu anh hùng cứu thế giới thoát khỏi những hiểm họa khôn lường.



## ĐẠI CHIẾN TITAN - ATTACK ON TITAN

Đạo diễn: SHINJI HIGUCHI  
Khởi chiếu: 07/08/2015

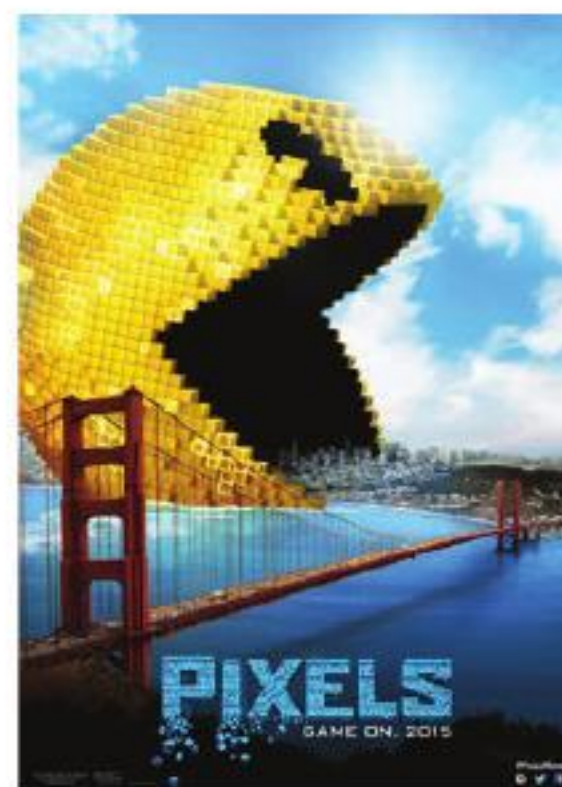
Câu chuyện bắt đầu khi cuộc sống của con người trên Trái Đất bị đe dọa bởi những sinh vật khổng lồ hình thù giống con người được gọi là Titan. Liên tiếp các thành phố bị phá hoại thành đồng hoang tàn và con người lần lượt bị chúng ăn thịt. Cuối cùng những người sống sót đã tập trung về một thành trì kiên cố để sinh tồn. Eren một cậu bé bất hạnh khi chứng kiến mẹ mình bị bọn titan ăn thịt, mang trong lòng nỗi hận thù tột độ Eren không biết rằng trong cơ thể mình đang chứa đựng một nguồn sức mạnh của Titan và có thể biến thành chúng bất cứ lúc nào...



## ĐẠI CHIẾN PIXELS

Đạo diễn: CHRIS COLUMBUS  
Khởi chiếu: 14/08/2015

Câu chuyện của Pixels được khởi đầu từ một phi thuyền thời gian chứa thông điệp hòa bình, gồm các ví dụ về cuộc sống và văn hóa của loài người được NASA gửi đi năm 1982 với hi vọng tìm kiếm các thực thể sống khác. Tuy nhiên, phi thuyền này lại được gửi đi không đúng cách, khiến cho những người ngoài hành tinh dịch sai thành thông điệp đe dọa, và tiến hành đổ bộ xâm chiếm trái đất. Chúng sử dụng các trò chơi điện tử cổ điển của trái đất để xây dựng mô hình cho các cuộc tấn công.





**KHU VƯỜN BÍ MẬT (SÁCH TÔ MÀU CHO NGƯỜI LỚN)**

Tác giả: JOHANNA BASFORD

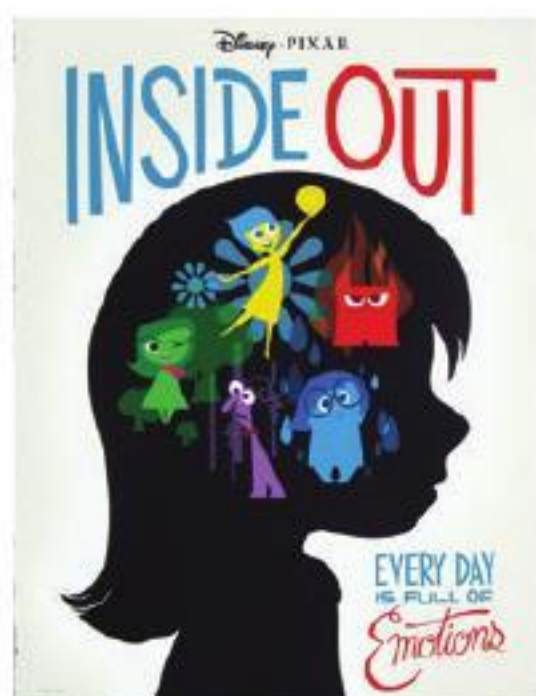
Thay bằng việc dành thời gian cho việc sử dụng mạng xã hội, nhiều người đã tìm đến sách tô màu để giải trí và thư giãn đầu óc. Hình thức giải trí này được phát triển mạnh mẽ chính nhờ sự đóng góp của Johanna Basford, một họa sĩ vẽ minh họa. Năm 2013, cô gái đến từ đất nước Anh này bắt đầu tìm đến việc vẽ minh họa bằng tay để thư giãn. Cuốn sách tô màu đầu tiên của Johanna mang tên Secret Garden (Khu vườn bí mật) được đông đảo mọi người đón nhận, có sức lan truyền mạnh mẽ và được dịch ra 14 thứ tiếng. Đặc biệt, nó vượt qua những cuốn sách dạy nấu ăn để trở thành tác phẩm bán chạy nhất tại Paris.

Secret Garden là tập hợp những bức vẽ tay cầu kỳ, nhiều chi tiết để người lớn có thể tô màu theo ý thích. Tác giả quan niệm rằng vẽ và tô màu bằng tay sẽ thể hiện rõ nét cảm xúc và cá tính của từng người hơn những đồ họa máy tính khác.

**NHỮNG MẢNH GHÉP CẢM XÚC - INSIDE OUT**

Đạo diễn: PETE DOCTER  
Khởi chiếu: 19/08/2015

Cũng như tất cả chúng ta, Riley chịu sự điều khiển của cảm xúc bên trong tâm trí mình, và với INSIDE OUT, những cảm xúc đó đã được nhân cách hóa thành những nhân vật trên màn ảnh, đó là: Joy (Vui vẻ), Fear (Sợ sệt), Anger (Giận dữ), Sadness (Buồn bã) và Disgust (Chán ghét). Nhưng rồi thay, việc phải làm quen với môi trường của một thành phố mới, từ ngôi nhà cho đến trường lớp đã khiến sự hỗn loạn bắt đầu nảy sinh trong nội bộ của các cảm xúc này. Và giờ đây, hy vọng duy nhất được đặt hết vào Joy, cảm xúc quan trọng nhất của Riley, để có thể giữ cho cô bé lạc quan và vượt qua giai đoạn khó khăn này.

**TRIỂN LÃM CUỐN SỐ PHẬN VŨ TRỤ CỦA TRỊNH XUÂN THUẬN**

Thời gian: từ 10/8 đến 30/8/2015  
Địa điểm: SÂN TRIỂN LÃM L'ESPACE, HN.

Trình Xuân Thuận sinh tại Hà Nội. Ông là giáo sư thiên văn học tại Đại học Virginia và nhà nghiên cứu tại Viện thiên văn Paris. Là một nhà vật lý thiên văn, ông viết nhiều sách về sự hình thành và tiến hóa của những thiên hà. Ông là tác giả của nhiều cuốn sách phổ biến thiên văn học nổi tiếng đã được dịch ra tiếng Việt: Giai điệu bí ẩn. Và con người tạo nên vũ trụ, Hỗn độn và hài hòa, Cái vỏ hạn trong lòng bàn tay, Từ điển yêu thích bầu trời và các vì sao.

**MICHAEL LEARNS TO ROCK**

Thời gian: Từ 19:00 đến 22:00 Ngày 26/07/2015  
Địa điểm: TRUNG TÂM HỘI NGHỊ QUỐC GIA VIỆT NAM, ĐƯỜNG PHẠM HÙNG, MỀ TRÌ, TỪ LIÊM, HN.

Band nhạc MLTR trở lại Việt Nam khi sự nghiệp ca hát họ đã gặt hái rất nhiều thành công, nhưng họ vẫn tiếp tục ra album mới, luyện tập và cống hiến cho khán giả ở Việt Nam nói riêng và trên thế giới nói chung những đêm nhạc đầy ắp những hoài niệm, ngập tràn xúc cảm với góc nhìn MLTR mới lạ qua những ca khúc mới sáng tác của họ.

**CA SĨ THU PHƯƠNG: "VỀ VÉ TUỔI THƠ"**

Thời gian: Từ 21:00 đến 23:00 Ngày 07/08/2015  
Địa điểm: PHÒNG TRÀ ĐỒNG DAO, 164 PASTEUR, QUẬN 1, TP.HỒ CHÍ MINH

Thu Phương và các ca sĩ của The Voice sẽ cùng góp mặt trong một đêm nhạc sôi động với những ca khúc tuổi thơ đầy mong nhớ. Đêm nhạc sẽ đưa khán giả về với những năm tháng hồn nhiên và hoa mộng.

**ĐÊM NHẠC BÙI ANH TUẤN - HƯƠNG TRÀM**

Thời gian: Từ 20:30 đến 23:00 Ngày 23/07/2015  
Địa điểm: PHÒNG TRÀ ĐỒNG DAO, 164 PASTEUR, QUẬN 1, HCM.

Bùi Anh Tuấn và Hương Tràm sẽ mang lại cho bạn những giây phút thưởng thức âm nhạc, xưa tan đi căng thẳng cuộc sống bằng chất giọng truyền cảm và phong cách điệu nghệ trên sân khấu.

**ĐÊM NHẠC Ý LAN**

Thời gian: Từ 20:30 đến 23:00 Ngày 24/07/2015  
Địa điểm: PHÒNG TRÀ ĐỒNG DAO, 164 PASTEUR, QUẬN 1, HCM

Đêm nhạc với chủ đề Mưa ngẫu sẽ khiến bạn thả hồn trong những giai điệu trữ tình sâu lắng của ca sỹ hải ngoại nổi tiếng Ý Lan, với những ca khúc đã trở thành thương hiệu của cô.

**ĐÊM NHẠC DANH CA LÊ UYÊN PHƯƠNG & QUANG THÀNH**

Thời gian: Từ 20:30 - 31/07/2015 đến 23:00 - 01/08/2015  
Địa điểm: PHÒNG TRÀ TIẾNG XƯA, 79 TRẦN HƯNG ĐẠO, QUẬN 1, TP.HỒ CHÍ MINH

Hai đêm độc quyền của Lê Uyên Phương & Quang Thành trước khi Lê Uyên Phương trở về Hoa Kỳ và Quang Thành lưu diễn cùng Khánh Ly trên khắp nẻo đường đất nước





# STYLE TALKS

FEATURES - OPINIONS - PILLOW TALKS



Áo: **Phylosophy**  
Hoa tai: **Dior**



# 130

AMY WINEHOUSE:  
VIÊN NGỌC NGỒ NGƯỢC



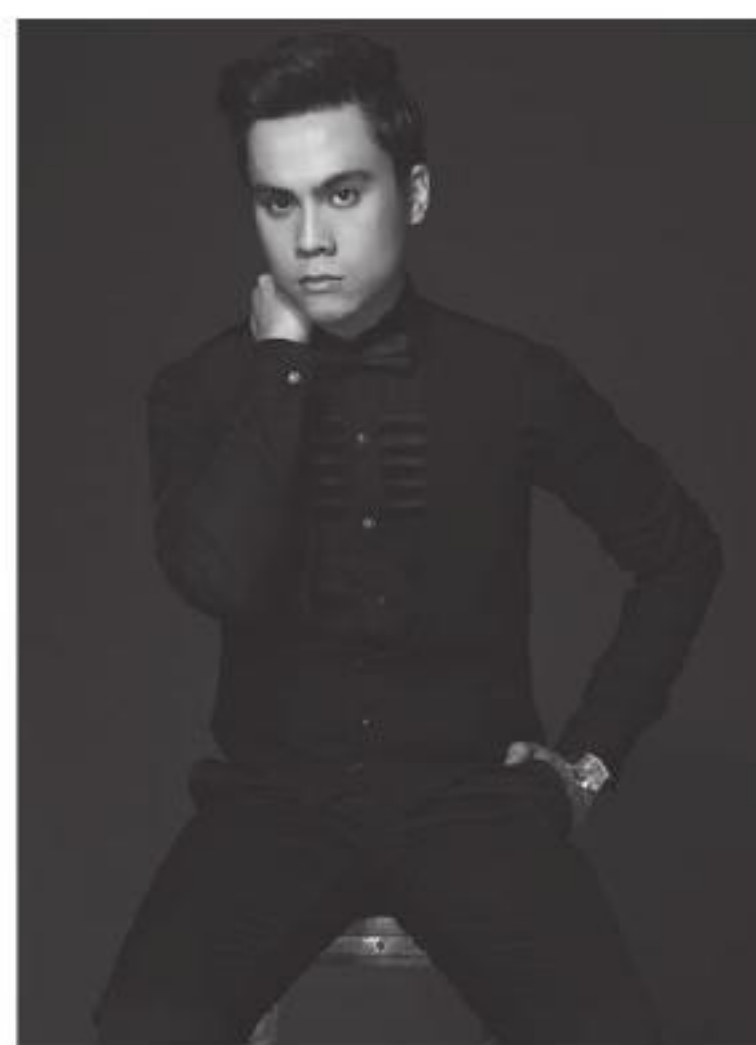
# 136

HOA HẬU NGỌC HÂN:  
"TÔI SẼ TỰ LÀM MÌNH GIÀU"



# 142

MC THÁI DŨNG:  
"TÔI BIẾT MÌNH LÀ AI, ĐÚNG Ở ĐÂU"



# 148

Ừ...GIẢI TÁN...THÌ ĐÃ SAO



## STYLE

[www.facebook.com/stylemagazine](http://www.facebook.com/stylemagazine)

Liên hệ quảng cáo: 04.3773.8005



# AMY WINEHOUSE

## VIÊN NGỌC NGỔ NGƯỢC

THÁNG 7 NÀY, NGƯỜI HÂM MỘ NHỚ ĐẾN AMY WINEHOUSE, MỘT NGÔI SAO BĂNG VỤT SÁNG TRÊN BẦU TRỜI ÂM NHẠC ĐỂ RỒI VĨNH VIỄN LỤI TẮT VÀO MỘT MÙA HÈ CỦA 4 NĂM VỀ TRƯỚC.

Anh Trâm



**USE**







“Tôi tự lừa dối chính mình/Tôi đã biết trước rằng sẽ như vậy/ Tôi đã bảo các người rằng tôi chỉ là rác rưởi/ Các người cũng biết rằng tôi chẳng tốt đẹp gì”

### NỮ HOÀNG U TỐI

“Tôi tự lừa dối chính mình/Tôi đã biết trước rằng sẽ như vậy/ Tôi đã bảo các người rằng tôi chỉ là rác rưởi/ Các người cũng biết rằng tôi chẳng tốt đẹp gì”. Vào lúc làng nhạc quốc tế đang đầy rẫy những ca khúc thị trường với những ca từ sáo rỗng, Amy Winehouse xuất hiện với *Back to Black* như một sự chạy trốn những hào nhoáng bên ngoài và đối diện với phần tăm tối bên trong. Trong khi Beyoncé mãi nhiệt mót người yêu trong *Irreplaceable*, Justin Timberlake nói kháy tình cũ trong *What Goes Around..., Come Around...*, những sáng tác của Amy là tự sự của một tâm hồn cô độc và trượt dốc. Âm nhạc của cô dành cho những kẻ thất bại và lạc loài, không nơi bầu vùi.

Tình yêu không thể cứu rỗi vì *Love is A Losing Game*, thức dậy trong đơn độc (*Wake UP Alone*), nước mắt sẽ tự hong khô (*Tears Dry On Their Own*). Amy cũng chối từ một cách mãnh liệt mọi sự giúp đỡ: “Họ tìm cách đưa tôi vào trại cai nghiện/Tôi nói: Không, không, không” (*Rehab*). Cô nhấn chìm nỗi buồn, sự bất lực vào trong men rượu. Những ca từ luôn phảng phất men say, trong trạng thái ngật ngưỡng nửa mê, nửa tỉnh.

Amy Winehouse khác tất cả mọi người. Giọng hát không ngọt ngào, cao vút kiểu diva, cũng không bắt tai, vui nhộn, lạm dụng autotone như những ngôi sao thị trường. Lắng nghe giọng hát trầm khàn, hơi đùng đục của Amy, khán giả cảm nhận được một sự tàn lụi không thể ngăn chặn, một sự rửa nát từ bên trong, một sự bướng bỉnh bất cần đến cô độc.

Amy chưa bao giờ đẹp. Người cô gầy tong teo, xương xẩu nhô lên khỏi lớp quần áo. Mái tóc rối bù, búi lên như tổ chim, mắt kẻ đậm như Cleopatra, trên vai đầy hình xăm như lũ du thủ du thực. Cô vừa biểu diễn, vừa uống rượu, chửi khán giả như ranh, chân nam đá chân chiêu trên sân khấu. Gu thời trang của cô dị hợm, những chiếc váy cô mặc trông cũ nát và bèo nhèo như thế vừa được lôi ra ở một xó nhà nào đó.

Tất cả sự “chẳng giống ai” ấy phần nào đã mang lại danh tiếng cho Amy Winehouse. Cô là một “ca lạ” giữa giới showbiz hào nhoáng và chín chu. Nhưng lý do quan trọng nhất, Amy Winehouse thực sự tài năng. Trước khi Adele khuynh đảo mọi bảng xếp hạng, trước khi Lady Gaga chinh phục thế giới với gu thời trang kỳ quái và lối biểu diễn lập dị của mình, thì đã có Amy Winehouse. Nếu không có sự mở đường của cô, những hậu bối như Adele, Duffy hay Lady Gaga sẽ phải chật vật hơn rất nhiều để vươn tới thành công hiện tại.



**ĐƯỜNG ĐẾN VINH QUANG**

Amy Winehouse sinh ngày 14/9/1983 tại London. Gia đình cô có nguồn gốc Do Thái. Cha là tài xế xe tải, mẹ là dược sĩ, tuy nhiên, các cậu của cô lại là những nghệ sĩ nhạc jazz chuyên nghiệp. Bà nội của cô cũng là ca sĩ và hồi trẻ đã từng hẹn hò với huyền thoại nhạc jazz Ronnie Scott. Chính bà cũng là người động viên Amy đi học tại Susi Earnshaw Theatre School để luyện giọng.

Năm 2003, Amy Winehouse phát hành album đầu tiên mang tên *Frank*. Mang ảnh hưởng mạnh mẽ của nhạc jazz, hầu hết các ca khúc trong album được Amy đồng sáng tác. *Frank* nhận được những đánh giá tích cực từ giới phê bình. Ca khúc *Stronger Than Me* đem lại cho cô một giải Ivor Novello Award, một trong những giải thưởng danh giá nhất dành riêng cho giới nhạc sĩ. Album bán được hơn 1 triệu bản tại Anh quốc và được chứng nhận 3 lần Bạch kim. Tuy vậy, Amy vẫn không hài lòng. Cô cảm thấy bất mãn vì sản phẩm âm nhạc của mình đã bị các nhà sản xuất nhào nặn, bóp méo đến không nhận ra, chỉ để phù hợp hơn với thị trường.

Album thứ hai, *Back to Black*, được Amy sát sao, triệt để hơn. Nỗi buồn vì chuyện tan vỡ tình cảm với người chồng Blake, chứng trầm cảm kinh niên, những cơn nghiện rượu vật vã đã khiến album, đúng như tên gọi, nhuộm một màu sắc tăm tối. *Back to Black* thắng 5 giải Grammy, bao gồm Thu âm của năm, Bài hát của năm, Trình diễn nhạc Pop nữ xuất sắc, Album nhạc Pop xuất sắc, Nghệ sĩ mới xuất sắc. Ở Anh, album tẩu tán được 3,5 triệu bản. Trên toàn thế giới, tổng số tiêu thụ của album là trên 20 triệu bản.

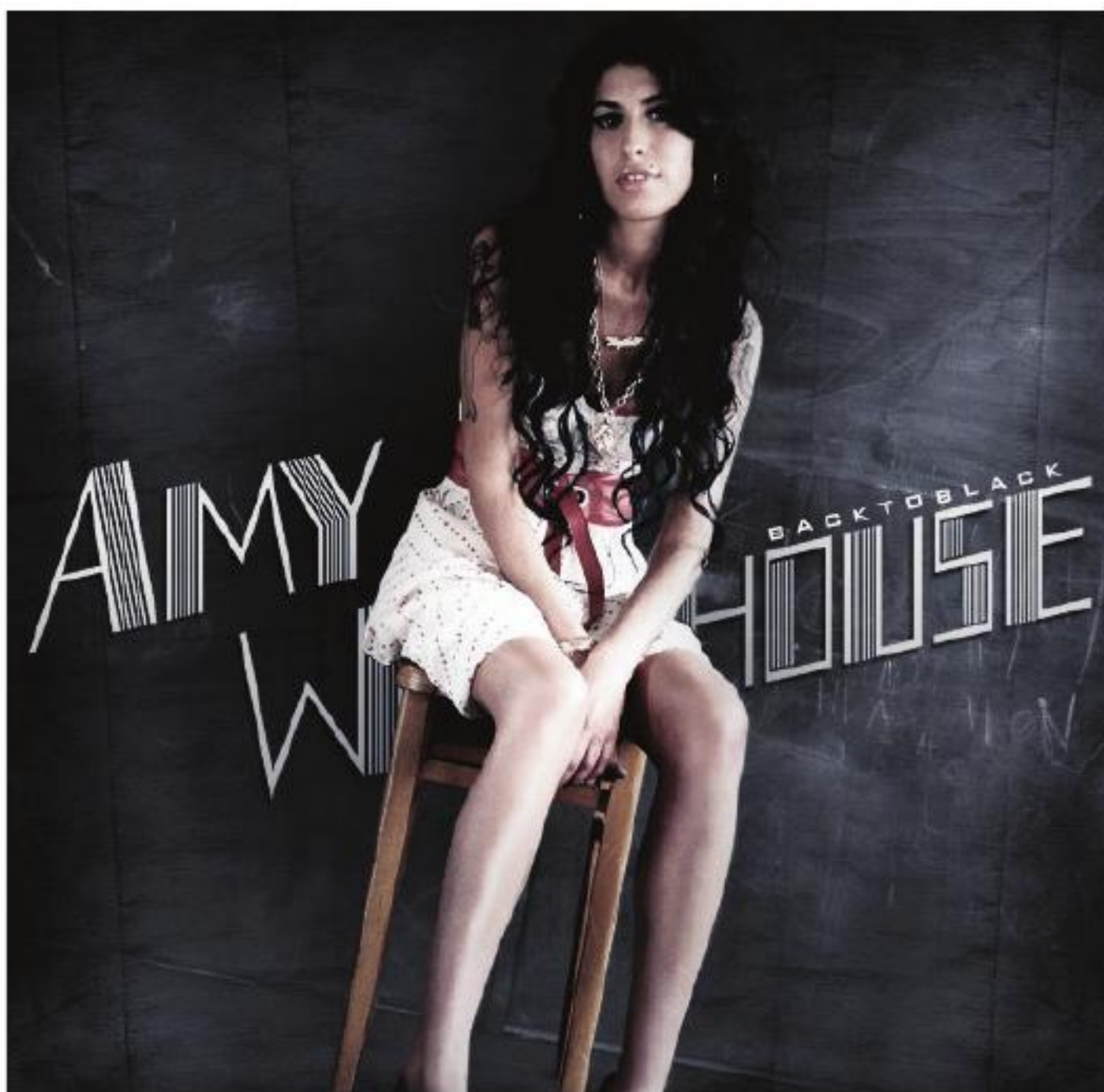
Sau những năm 2006, 2007 đỉnh cao, Amy Winehouse ngày càng trượt dài. Sự nổi tiếng chưa bao giờ phù hợp với một người tâm lý không vững như cô. Amy luôn xuất hiện trên báo với hình ảnh bê bối nghiện ngập. Và ngay khi Amy định đứng dậy làm lại từ đầu, bắt tay vào làm album mới thì cô đột tử tại nhà riêng vào ngày 23/7/2011. Album thứ 3 vĩnh viễn không được hoàn thành.

**THIÊN THẦN SA NGÃ**

Ngay từ hồi bé, Amy đã có những dấu hiệu bất ổn tâm lý. Cha mẹ cô sớm đường ai nấy đi. Gia đình ly tán, cha có bạn gái mới, mẹ phải vất vả nuôi con. Tất cả điều đó đã ảnh hưởng sâu sắc đến tính cách của cô. Cô ngày càng trở nên bất cần, hỗn xược, nổi loạn. Ở tuổi 14, 15, Amy đã quyết định bỏ học, xăm mình, bấm khuyên môi. Cô thường tự lấy dao cắt vào da thịt mình và tìm nhiều cách để hành hạ bản thân.

Là người sống bản năng, lại thiếu ý chí, Amy trượt dài theo những cơn say. Cô nghiện ngập không thiếu một thứ gì: từ rượu, thuốc lá, chất gây nghiện, đến xăm mình. Không có một ai đủ sức mạnh để kéo cô dậy khỏi vũng bùn. Amy nhiều lần bày tỏ trên báo chí, cô cũng cảm thấy chán ghét chính mình, muốn sống khác đi. Cô liên tục cố gắng thay đổi bản thân và thất bại. Album *Back to Black* như một tuyên ngôn rất nhiều ngậm ngùi của Amy. Có những kiểu người sinh ra là để tàn lụi và để tự hủy hoại. Sự cô độc đã ngấm vào trong máu. Họ luôn chệch nhịp, không thể hòa điệu với thế giới xung quanh. Người ta có thể thích hay không thích Amy, nhưng cô không thể thay đổi bản chất của mình được.

Amy đã ra đi trong một đêm trút buồn vào rượu. Nhưng âm nhạc của cô vẫn còn ở lại, an ủi, vỗ về cho những tâm trạng ủ ê "khi tình rượu lúc tàn canh".





# HÀNH TRÌNH CỦA NGỌC THÔ

VINH QUANG KHÔNG TỰ NHIÊN RƠI XUỐNG MÀ CHỈ CÓ THỂ ĐẠT ĐƯỢC QUA NHỮNG NỖ LỰC QUÊN MÌNH. "BỞI TẤT CẢ NHỮNG GÌ TỐT ĐẸP NHẤT CHỈ CÓ THỂ CÓ ĐƯỢC KHI TA CHỊU TRẢ GIÁ BẰNG NỖ ĐAU KHỔ VĨ ĐẠI...ÍT RA THÌ TRUYỀN THUYẾT NÓI NHƯ VẬY". STYLE SỐ NÀY MUỐN GIỚI THIỆU VỚI ĐỘC GIẢ NHỮNG BỘ PHIM VÀ NHỮNG NHÂN VẬT ĐÃ CỐ GẮNG VƯỢT BẬC, PHÁ VỠ MỌI GIỚI HẠN CỦA BẢN THÂN ĐỂ VƯƠN TỚI SỰ HOÀN HẢO.

Anh Trâm



## THE KING'S SPEECH

Trong mắt dân chúng, nhà vua là người có quyền uy tối thượng, nắm quyền sinh, quyền sát trong tay. Ông buộc phải mạnh mẽ, cứng rắn, hoàn hảo, không có điểm yếu. Vua George VI của Anh lại có một cố tật rất "mất mặt" là nói lắp. Ông phải mất 01 phút để diễn đạt một câu hoàn chỉnh. Ngay từ nhỏ, George VI đã là trò cười của triều đình, thậm chí là nỗi xấu hổ của vua cha. Là con trai thứ, theo lẽ thường, George VI sẽ không được lên làm vua nhưng số phận đã chọn ông khi người anh là vua Edward VIII đã quyết định từ bỏ ngai vàng để cưới người phụ nữ mình yêu.

The King's Speech kể về giây phút lịch sử khi vua George VI đọc diễn văn trên đài phát thanh sau khi nước Anh tuyên bố chiến tranh với phát xít Đức. Bộ phim tập trung vào cách nhà vua đối diện với nỗi sợ hãi, tìm cách chiến thắng chính mình để có bài phát biểu thật thuyết phục trước dân chúng. The King's Speech do Colin Firth thủ vai chính đã giành được 4 giải Oscar: Phim hay nhất, Đạo diễn xuất sắc, Nam diễn viên chính xuất sắc và Kịch bản gốc xuất sắc.





## THE PURSUIT OF HAPPYNESS

Bộ phim dựa trên cuộc đời thực của Chris Gardner, người từ tay trắng đã vươn lên trở thành triệu phú chứng khoán. Nhân vật Chris do Will Smith thủ vai liên tiếp gặp vận rủi và những "cú đánh" chí mạng từ số phận. Anh bị vợ bỏ, phải sống lang thang trên đường với đứa con trai mới chỉ 5 tuổi. Nhưng bất kể gặp phải những khó khăn, bất hạnh nào, Chris cũng không bao giờ ngã lòng. Anh luôn tìm cách đứng dậy, vươn tới một cuộc sống tốt đẹp hơn cho mình và con trai.

Bộ phim đã đem lại đề cử Oscar và Quả cầu vàng cho nam chính Will Smith. Luôn có mặt trong danh sách những bộ phim truyền cảm hứng nhất, The Pursuit of Happyness là lời cổ vũ, động viên mỗi khi bạn cảm thấy nản chí, muốn buông xuôi. Bất chấp hoàn cảnh thực tại có bi đát như thế nào, những khó khăn trước mắt có đáng sợ đến đâu, đừng bao giờ đầu hàng. Hãy chiến đấu vì danh dự và tình yêu thương với những người thân thiết quanh ta, thành công sẽ đến như một món quà.



6

5

4



## WHIPLASH

Đây là bộ phim dành riêng cho những người giàu lý tưởng, đam mê, luôn khao khát sự vĩ đại và tôn thờ sự tuyệt bích. Andrew vốn là một tay chơi trống tài năng nhưng không quá xuất chúng. Tuy nhiên, anh mang trong mình tham vọng lớn lao, muốn trở thành một huyền thoại âm nhạc được thế giới mãi mãi nhớ tên. Để đạt được mục tiêu, anh sẵn sàng đánh đổi tất cả: tình yêu, sức khỏe, thậm chí cả mạng sống. "Không thấy đổ mày làm nên", Andrew may mắn được lọt vào mắt xanh của thầy dạy nhạc "khét tiếng" Terrence Fletcher. Kể từ đó hai thầy trò bước vào những cuộc hành xác liên miên. Andrew liên tục bị tra tấn cả về tinh thần và thể xác để có những màn trình diễn hoàn hảo hơn, phiêu diêu hơn. Thầy Terrence đã dùng mọi cách để đẩy học trò của mình phá vỡ mọi giới hạn của bản thân để vươn tới những cảnh giới cao hơn của nghệ thuật. Bởi trong nghệ thuật không có sự hài lòng, thỏa hiệp, không chấp nhận những lời khen đai bôi kiểu "good job" (làm tốt lắm). Nó đòi hỏi sự hy sinh của người nghệ sĩ để đạt tới sự hoàn mỹ.





## BLACK SWAN

5

Nina là một cô gái hiền lành, nhút nhát và ngây thơ. Cô không có bạn bè, kinh nghiệm sống ít ỏi, luôn tránh va chạm, xung đột. Cả cuộc đời Nina chỉ có mục tiêu duy nhất là trở thành một vũ công ballet thật giỏi và được múa vai Nữ hoàng Thiên nga trong vở Hồ thiên nga. Đây là một vai thực sự phức tạp, đòi hỏi người vũ công phải đồng thời thể hiện được sự cao quý, thánh thiện của Thiên nga trắng lẫn sự xấu xa đầy nhục dục của Thiên nga đen. Vai Thiên nga trắng không quá khó khăn với Nina bởi cô sở hữu kĩ thuật múa điêu luyện và nội tâm trong sáng. Nhưng vai Thiên nga đen thực sự là một thử thách bởi lần đầu tiên Nina phải diễn một thứ tính cách, cảm xúc chưa từng tồn tại trong mình.

Để có thể trở thành một Nữ hoàng Thiên nga hoàn hảo nhất, Nina buộc phải đào sâu, khơi dậy sự đen tối vẫn ngủ say trong tâm hồn. Không những tập luyện đến kiệt sức, đổ máu trên sàn diễn, Nina thậm chí đã phải băng qua những giới hạn đạo đức, giết chết phần Thiện của chính mình để có thể chạm tới sự hoàn mỹ trong nghệ thuật. Bộ phim đem lại cho Natalie Portman một tượng vàng Oscar cho Nữ diễn viên chính xuất sắc.



## THE FIGHTER

Micky Ward là một võ sĩ quyền anh lớn lên dưới cái bóng quá lớn của người anh trai cùng mẹ khác cha Dicky Eklund. Dicky từng là niềm tự hào của gia đình vì vậy khi anh sa ngã, mọi hy vọng của gia đình cũng tắt theo. Trong mắt mọi người, Micky chỉ là một đấu sĩ hạng xoàng, luôn bị coi là bước đệm để các đấu sĩ khác luyện tập và thăng cấp. Mọi chuyện chỉ thay đổi khi Micky gặp được Charlene, cô sinh viên bỏ học, làm nghề pha chế đồ uống. Chính Charlene đã cổ vũ và khuyến khích Micky tách khỏi sự kìm kẹp của gia đình để theo đuổi sự nghiệp riêng.

The Fighter là một bộ phim tiểu sử về cuộc đời của nhà vô địch quyền anh thế giới Micky Ward. Bộ phim truyền đi thông điệp: Đừng để những định kiến của người khác đóng khung chúng ta vào một khái niệm. Hãy không ngừng vươn lên và vinh quang sẽ dành cho những người xứng đáng.





Váy: **Moschino**  
Kính: **Phillip Lim**



Hoa Hậu  
NGỌC HÂN

# Tôi sẽ tự làm mình giàu

*Ngọc Hân có thể không phải là một viên ngọc hoàn mỹ, không tì vết như những gì người ta thường trông đợi ở một Hoa Hậu, nhưng không vì thế mà cô kém phần lấp lánh.*

Anh Trâm

Điêu khó nhất của việc trở thành một Hoa Hậu theo chúng tôi không phải là: Giữ lấy vương miện đó. Theo chính Ngọc Hân, trở thành Hoa Hậu và bạn sẽ mãi là Hoa Hậu. Tuy nhiên, điều khó khăn là Giữ vương miện Hoa Hậu đó theo cách nào. Chọn cách trở thành Hoa Hậu của Nhân dân hay chọn cách trở thành một Hoa Hậu của Giới Thượng lưu? Trở thành một Hoa hậu của Nhân dân không khó, những cái khó là không trở nên sưng sã. Trở thành Hoa hậu của Giới Thượng Lưu cũng vậy, thách thức là không trở nên sang chảnh, bị gán mác kiêu căng, ngạo mạn. Việc trở thành Hoa hậu, theo một nghĩa nào đó, giống như một cái nghề mà để đi được xa tới đâu, và lâu tới đâu với cái nghề đó một người cần đủ thông minh để làm chủ trò chơi này. Ngọc Hân có ý thức được điều này không? Tôi cho rằng, sau 05 năm với đủ những dập vùi của truyền thông, của đấu đá, của thị phi, của bắt chẹt, và của những cò kè mặc cả với các thương hiệu cần hình ảnh quảng cáo, Ngọc Hân hiểu rõ mình đang ở đâu và muốn “chơi” tiếp mình cần phải “cứng” thế nào và cũng cần phải “mềm” ra sao. Hân đã không sai khi nói Hoa hậu chính là một cái trường đại học mà ở đó Hân học được nhiều hơn bất kỳ đâu. Cô tự nhận mình là “con cóc bỏ đĩa, kiểu gì cũng quay về với chất thật” nhưng lại khéo léo nhắc tới những cái tên đủ lớn, nhắc tới những cuốn sách đủ thú vị. Cô có những cử chỉ thoải mái không kịch đủ để chúng tôi tin vào sự chân thành nhưng lại cũng ý thức rất rõ tầm quan trọng của các lễ nghi, khánh tiết. Tất cả những điều này khiến tôi tin rằng, Ngọc Hân sẽ còn đi rất xa trên con đường trải hoa hồng và trải cả gai hoa hồng này.



## MỘT HOA HẬU “ BÌNH DÂN ”

Gặp Ngọc Hân trực tiếp để phỏng vấn, tôi mới biết cô không hề “ăn ảnh” như lời đồn. Ngọc Hân ngoài đời trẻ, đẹp, năng động hơn nhiều so với nhìn trong ảnh hoặc xem trên TV. Da Hân không trắng nõn, nhưng căng mịn, ít khuyết điểm. Mắt nhỏ nhưng linh hoạt, không bị nặng nề bởi lông mi giả hay mascara. Khuôn mặt nhẹ nhõm, mát mẻ thanh xuân chứ không bị “cứng” như khi được son phấn kĩ càng. Khác với hình ảnh hơi mô phạm trong tà áo dài hoặc đầm bó ngọt ngào, Ngọc Hân vận một chiếc sơ mi trắng dáng rộng oversized, quần jeans bạc màu, tạo ấn tượng trẻ trung, khỏe khoắn. Cô nói nhanh và nói nhiều, thậm chí có phần hơi thô ráp nhưng thật trong cách trả lời. Cô chẳng tránh né các câu hỏi, cũng chẳng hồi lại để xác nhận kỹ câu hỏi được hỏi. Cô cũng không chọn cách trả lời một câu hỏi bằng lối hỏi ngược để gợi mở câu trả lời cho người phỏng vấn. Ấn tượng của tôi là Ngọc Hân thẳng tính và thật tới mức ...mỗi khi bối rối lại lấy tay gãi đầu hoặc chun nhẹ môi. Mọi biểu hiện dễ thương, căng tràn sức sống.

Trò chuyện với Ngọc Hân, thỉnh thoảng tôi quên mất rằng cô là Hoa Hậu. Hân không yếu điệu thực nữ, nói năng nhỏ nhẹ, ăn uống e lệ. Cô ào ào như cơn gió, làm gì cũng nhanh và dứt khoát. Thắc mắc với Hân, cô đáp lại bằng một lời tự giễu hóm hỉnh: *“Chị có nghe câu bắt cóc bỏ đĩa bao giờ chưa? Kiểu gì con cóc cũng nhảy ra. Tôi cũng giống con cóc bỏ đĩa ấy, kiểu gì cũng trở về đúng bản chất của mình”*.

Ngọc Hân tự nhận mình chỉ là một cô gái bình thường, sau một đêm ngủ dậy bỗng thấy vương miện trên đầu. Cuộc thi HHVN năm ấy, cô cùng người bạn thân tham gia chỉ cho vui chứ không đặt nhiều kỳ vọng. *“Tôi đã nhận mặt trong những cuộc thi sắc đẹp trước đó rồi, đời nào người ta chọn tôi. Công chúng thích những gương mặt mới hơn”*. Có lẽ thái độ vô tư hòa đồng cùng phần thi ứng xử xuất sắc đã giúp Ngọc Hân đăng quang. Luôn ý thức được sự may mắn của mình, Ngọc Hân rất chăm tham gia các hoạt động từ thiện. Cô quan niệm *“Khi mình làm Hoa Hậu, mình đã lấy đi cơ hội của người khác và đã nhận được rất nhiều ưu ái, mình phải làm điều gì đó để trả lại cho xã hội”*.

## “TÔI LUÔN NGHĨ VỀ NHỮNG CÁI LỚN HƠN”

Những người đẹp khác rất chăm lên báo, nay khoe túi ngàn đô, mai khoe eo thon, dáng xinh trong những bộ cánh hở táo bạo. Ngọc Hân mà lên báo chỉ có hai trường hợp: hoặc là cô tham gia những chương trình thiện nguyện hoặc là cô vừa ra bộ sưu tập mới, một cửa hàng mới. Ngọc Hân tâm sự: Cô lớn lên trong môi trường của những người dân lao động và chưa bao giờ hợp với hình ảnh sang chảnh. Những tính từ gắn với Ngọc Hân từ khi cô đăng quang tới giờ vẫn là “bình dân”, “giản dị”, “thân thiện”.

Người ta bảo chỉ cần có nhan sắc là có thể “ngồi mát ăn bát vàng”. Điều đó có vẻ không đúng với Ngọc Hân. Là Hoa Hậu mà cô làm việc quần quật. Ấn tượng đầu tiên của tôi về Ngọc Hân là hình ảnh

một cô gái chạy vội đến phỏng vấn, trán mồ hôi nhễ nhại, má đỏ bừng vì nóng. Chỉ trong 3 tháng trở lại đây, cô khai trương 2 cửa hàng thời trang và một công ty in vải. Hân lại là người tham việc, hay vợ việc vào người, không tự tay làm thì không yên tâm. Suốt 3 tiếng của buổi phỏng vấn, Hân thích nói chuyện kinh doanh, chuyện

nghề hơn là chuyện về Hoa Hậu, làm đẹp hay giữ gìn hình ảnh. Cô khẳng định mình không phải là con người của showbiz. *“Nếu cho tôi cuộc sống sáng sủa cả phê, chiều đi shopping, tối trang điểm hàng tiếng đồng hồ đi dự sự kiện, tôi cũng không thấy hạnh phúc”*. Cô bảo, nhiều lúc nhìn sang những người đẹp khác, cô không khỏi thắc mắc: *“Giỏi thật, sao họ có thể cứ sống như thế trong vài năm liền!”*

Cô tự nhận mình là kiểu người thực tế, thích làm giàu. Trước khi bắt đầu việc kinh doanh, cô đã tính toán, cân nhắc kĩ: *“Tôi không phải đại gia, tiền của tôi không phải vô hạn để bung ra cho tôi thử nghiệm. Đã làm, xác định là phải thành công, không có chỗ cho thất bại. Thất bại là mất tiền, hết đường lùi”*. Thay vì tụ tập buôn chuyện showbiz, cô thích gặp gỡ những doanh nhân thành đạt, học hỏi từ họ. Luôn đối xử với người khác bằng thái độ chân thành và cầu thị, cô bảo từ khi rời xa showbiz, bắt đầu việc kinh doanh, cô thấy mình trưởng thành lên từng ngày.

*“Chị có nghe câu bắt cóc bỏ đĩa bao giờ chưa? Kiểu gì con cóc cũng nhảy ra. Tôi cũng giống con cóc bỏ đĩa ấy, kiểu gì cũng trở về đúng bản chất của mình”*





Áo: **Phylosophy**  
Quần: **Valentino**





Kính: **Barton Perreira**  
Áo: **Dsquared2**  
Quần: **Valentino**



**“TÔI...GIÀ, NHƯNG TÔI CÓ GIÁ TRỊ CỦA TÔI”**

Mấy năm trở lại đây, Việt Nam bùng phát những cuộc thi sắc đẹp. Ra ngõ là gặp Hoa Hậu, Á Hậu. Tôi hỏi: *Hân có bao giờ bị áp lực không, khi ngày càng có những mặt mới hơn, trẻ hơn, đẹp hơn xuất hiện?* Hân cười vô tư, cô đâu sống nhờ nhan sắc mà cảm thấy bị đe dọa. Cô tin vào giá trị bản thân mình: *“Kể cả không làm Hoa Hậu đi nữa, tôi vẫn sẽ trở thành một cô gái giỏi giang, thành đạt”*.

Hân tâm sự: Mọi người đừng thần thánh danh hiệu Hoa Hậu quá. Dù sao đó cũng chỉ là sự công nhận của một cuộc thi theo kiểu “so bó đũa chọn cột cờ”. Điều quan trọng là, phải sống sao để được công chúng và những người xung quanh ghi nhận. *“Và lại, tôi luôn tin rằng mình sẽ làm điều gì đó lớn hơn”* – Ngọc Hân khẳng định.

Có những điều Ngọc Hân chia sẻ tôi thấy giật mình, vì tư duy và cách nhìn rất...chững, rất xa. Ngay như chuyện kinh doanh, Hân nhận xét: *“Ở Việt*

*Nam, thiên về kinh tế dịch vụ quá. Người này lấy tiền của người*

*kia mà không tạo ra giá trị mới nào. Việc sản xuất chưa được chú trọng”*.

Hiện tại, Ngọc Hân đang bỏ rất nhiều tâm huyết vào công ty in vải. Cô muốn một ngày, Việt Nam không còn phải phụ thuộc quá nhiều vào việc nhập vải từ Trung Quốc, Hàn Quốc nữa. Người trong nước cũng có thể tự sản xuất được. *“Làm sản xuất kiếm tiền hơi lâu, khởi đầu khó khăn hơn nhưng đó mới là con đường dài”*.

Ngọc Hân không phải kiểu người phù phiếm. Cô biết mình là ai, thế mạnh của mình ở đâu. Cô giữ tinh thần cầu tiến và ham học hỏi từ thế giới xung quanh. Cách nói chuyện vô tư, chân chất của Hân dễ cảm hóa người đối diện. Sau 3 tiếng trò chuyện, tôi không nghĩ mình đang phỏng vấn một biểu tượng nhan sắc của quốc gia nữa. Trước mặt tôi là một cô gái trẻ - rất trẻ, thực tế, tham vọng và chưa bao giờ thôi khao khát.

**“Kể cả không làm Hoa Hậu đi nữa, tôi vẫn sẽ trở thành một cô gái giỏi giang, thành đạt”**



CONCEPT & CREATIVE: **SAMUEL HOANG**

PHOTOGRAPHER: **MANH BI**

MODEL: **HOA HẬU NGỌC HÂN**

STYLIST: **HOÀNG KU, LUSIA LAN ANH**

MAKEUP & HAIR: **MAI PHAN**

PRODUCER: **NGOC AN**

ASSISTANT: **KHẮC ĐỨC**

FASHION: **LINDA FARROW, BARTON PERREIRA, PHILLIP LIM: MILUXE**

**TẦNG 2 TRĂNG TIẾN PLAZA - HK - HN**

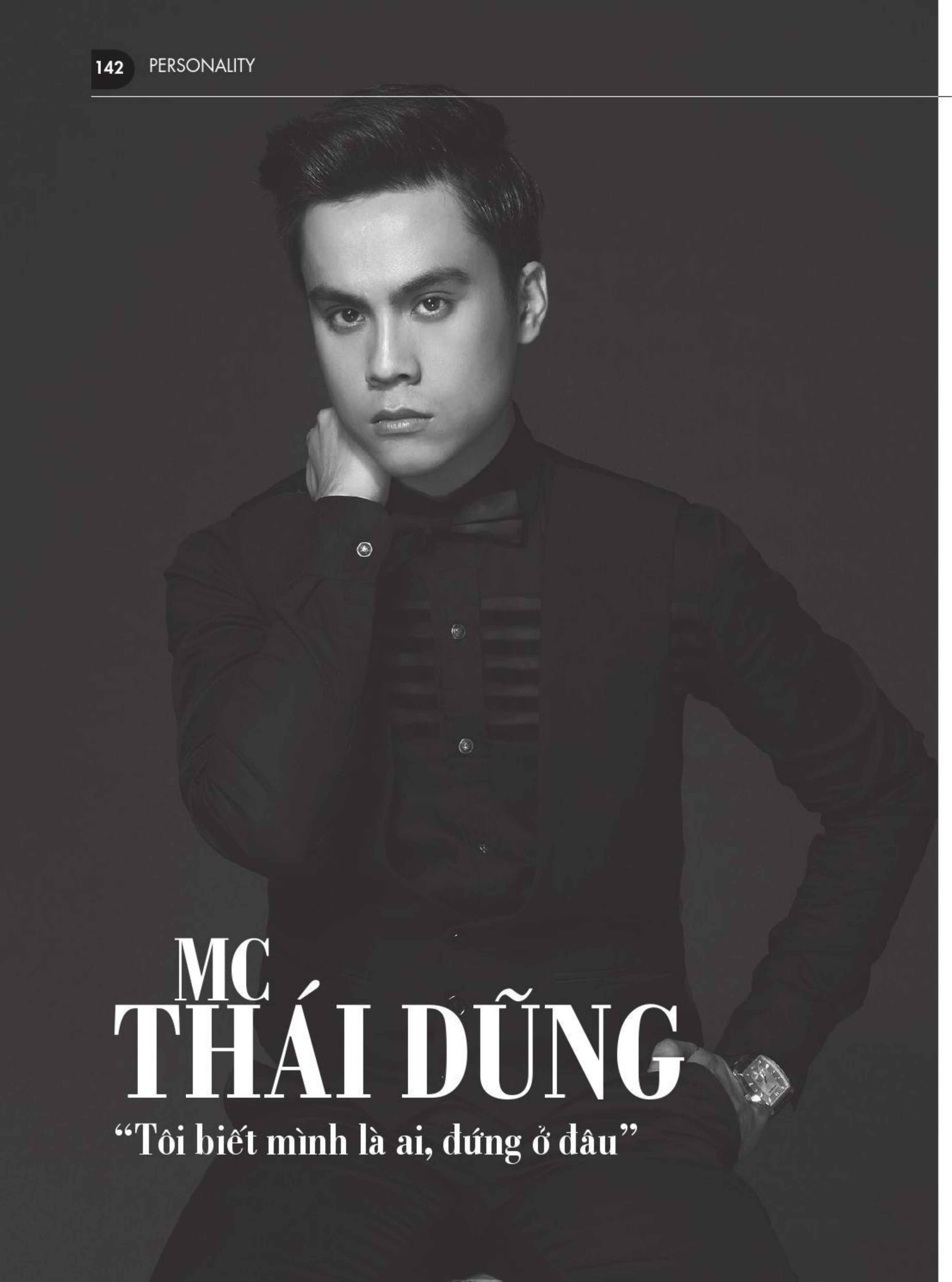
**RED VALENTINO - 59 LÝ THÁI TỔ - HK - HN**

**MOSCHINO - 03 HAI BÀ TRUNG - HK - HN**

**PHILOSOPHY - 30 HÀNG CÂN - HK - HN**

**ETRO - LUALA MILANO 61 LÝ THÁI TỔ - HK - HN**



A black and white portrait of a young man, MC Thái Dũng, looking directly at the camera. He is wearing a dark, long-sleeved shirt with a bow tie and a watch on his left wrist. His right hand is resting on his chin, and his left hand is on his hip. The background is a solid dark color.

# MC THÁI DŨNG

“Tôi biết mình là ai, đứng ở đâu”



**“BIẾT NGƯỜI, BIẾT TA, TRĂM TRẦN TRĂM THẮNG” LÀ CÂU CHÂM NGÔN ƯA THÍCH CỦA THÁI DŨNG. ANH ĐI TỚI THÀNH CÔNG BẰNG SỰ CHĂM CHỈ, CẦU THỊ VÀ KHIÊM TỐN CỦA MÌNH.**

Anh Trâm

### SỰ UYỂN CHUYỂN CỦA LOÀI MÈO

Thái Dũng tới trẻ trong buổi phỏng vấn. Anh mặc quần trắng, đi giày thể thao, áo phông kẻ ngang màu xanh nhạt, đội mũ lưỡi trai – một hình ảnh năng động, phóng khoáng hơn nhiều so với những gì thường thể hiện trên màn ảnh nhỏ. Anh có đôi mắt to với hàng mi dài cong vút, tạo một ấn tượng đa sầu, đa cảm. Một ấn tượng khác: đôi bàn tay quá mềm mại ngay cả khi so với một bàn tay phụ nữ. Giọng Thái Dũng trầm ấm và nhỏ nhẹ. Dù câu hỏi khiêu khích hoặc bắt bẻ tới đâu, Dũng cũng không to tiếng, không bao giờ hấp tấp. Anh luôn từ tốn và điềm đạm trả lời.

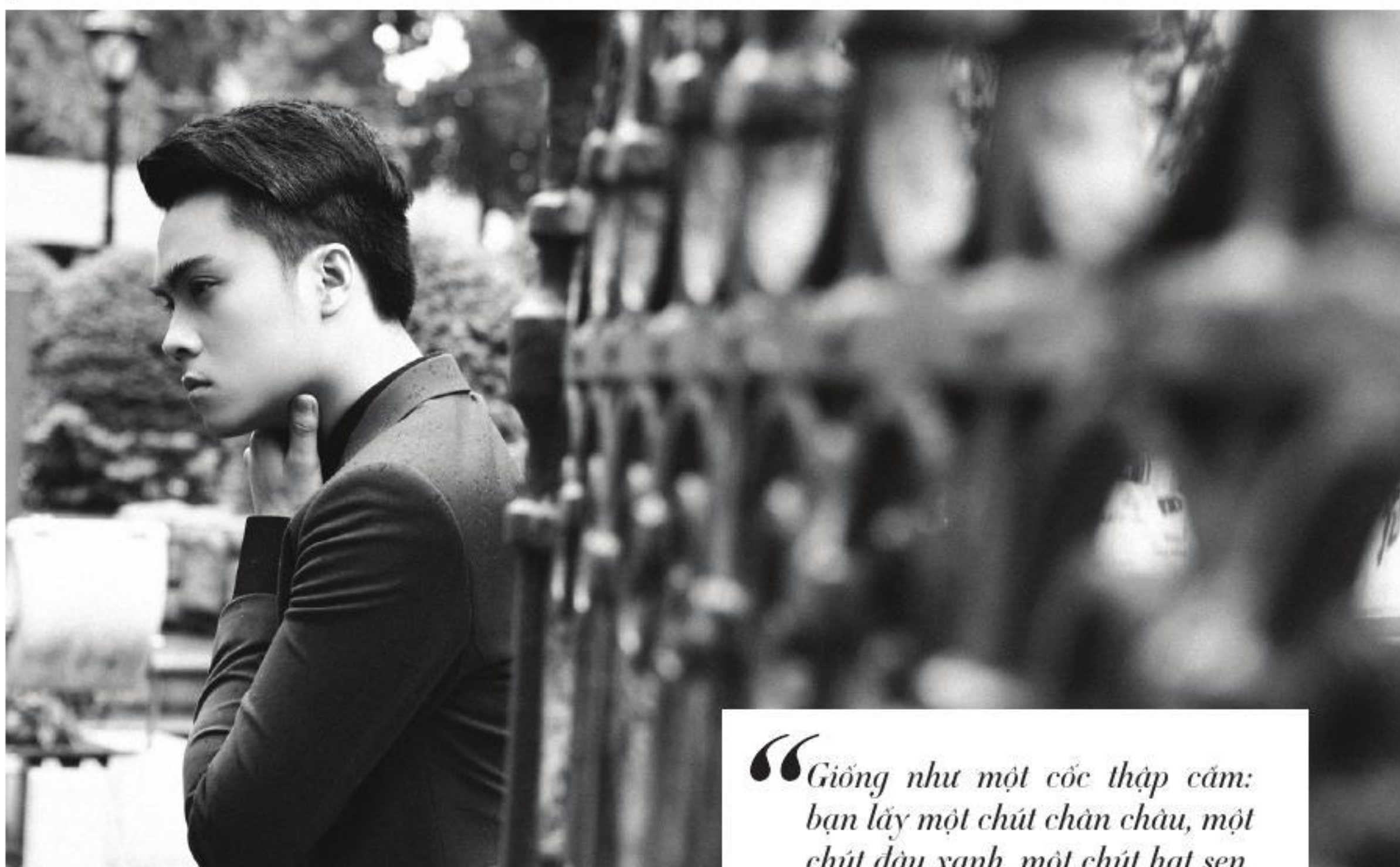
Thái Dũng bảo tôi đoán tuổi. Tôi đoán anh sinh năm 1987. Anh tỏ ra bất ngờ vì tôi đoán đúng. Trên các phương tiện truyền thông đại chúng và cả trên facebook, anh vẫn để năm sinh là 1989. Lý do khiến tôi nhận ra có lẽ vì ở anh toát lên phong thái uyển chuyển, mềm mại của loài mèo.

Thái Dũng bén duyên với nghề MC từ năm 2010 khi anh 23 tuổi. Câu “nghề chọn người” có vẻ đúng với anh, vì trước đó chuyên ngành của anh là đạo diễn hình tại Cao đẳng truyền hình. Lăn nọ, trường anh tổ chức một cuộc thi văn nghệ, MC bị ốm và Thái Dũng được chọn làm người thay thế. Thấy công việc của một MC thú vị, anh quyết định theo đuổi. Năm 2012, anh bắt đầu xuất hiện trên TV Shopping. Dần dà, công chúng bắt đầu quen thuộc hơn với chàng trai Hà thành có vẻ ngoài bảnh bao, giọng nói ấm áp và phong thái lịch lãm.

Thái Dũng không hài hước như Trấn Thành, không biến hóa như Thanh Bạch. Ở anh lúc nào cũng toát lên sự chín chu, đỉnh đạc, chắc chắn. Chưa bao giờ khán giả thấy tên anh trong các thảm họa về MC nhưng cũng chưa bao giờ vươn lên vị trí dẫn đầu nổi bật. Anh chọn một con đường bằng phẳng để đi, không chiêu trò, không scandal, tiến đến đích thành công bằng sự nhẫn nại của mình.







### CỐC THẬP CẨM ĐỦ VỊ

"An toàn" là từ mọi người dùng để nhận xét về Thái Dũng – Đó không phải lúc nào cũng là một lời khen. Anh kể, Trần Thành đã từng bảo với anh rằng: "Mày quá an toàn. Mày phải phá bức tường ấy đi nếu muốn thành công hơn nữa!". Thái Dũng tâm sự, anh cũng nhận ra điều ấy nhưng chưa thể thay đổi được. Luôn có một cái gì đó giữ anh lại.

"Có người xui tôi cứ làm đại đi, người ta nói qua nói lại, một thời gian rồi sẽ lại thôi. Nhưng tôi suy đi tính lại: Mình phải cố gắng 3 năm mới xây dựng được thương hiệu Thái Dũng như ngày hôm nay. Mạo hiểm tất cả có nên không?".

Có rất nhiều điều anh muốn làm nhưng đã không làm. Anh luôn phải cân nhắc, đấu tranh với chính mình mỗi khi đưa ra một quyết định, dù là nhỏ nhất. Ngay như chuyện trang phục, hôm rồi dẫn dạ tiệc Tropical Glam của tạp chí Style, Thái Dũng đã chọn cho mình một bộ rất đẹp từ thương hiệu Moschino. Nhưng đến sát giờ đi anh đổi ý. "Tôi nghĩ: Mình có phải người mẫu đâu, mặc đẹp vậy liệu có sao không? Liệu có giống con vẹt đứng nói trên sân khấu hay không? Mình thể nọ, mình thể kia... Cuối cùng, tôi chỉ dám chọn một chiếc quần màu đỏ cho có một chút màu sắc gọi là".

Anh mơ ước được dẫn chương trình thực tế, sống sã và phóng khoáng theo kiểu Mỹ. Không có "Quý vị và các bạn", chỉ có "Tôi là ai, Tôi đang ở đâu, Hôm nay chúng ta sẽ làm gì". Thoải mái, cởi mở như một cuộc đi chơi với bạn bè. Muốn vậy nhưng những quy định của nhà đài, sự khắt khe của công chúng và trên hết là nỗi lo mất hình tượng đã khiến anh không thực sự "phiêu" để được là mình.

Tôi nhận xét: ở anh, cái gì cũng có một chút: một hài hước, một chút lịch lãm, một chút chững chạc. Thái Dũng nhẹ nhàng đáp lại: "Tất cả sự vừa đủ cộng lại có thành sự no đủ không? Giống như một cốc thập cẩm: bạn lấy một chút chân châu, một chút đậu xanh, một chút hạt sen, lại thêm chút nước cốt dừa. Bạn sẽ có một cốc chè rất ngon". Sự hài hòa, vừa đủ là những gì đã làm nên thương hiệu Thái Dũng.

*"Giống như một cốc thập cẩm: bạn lấy một chút chân châu, một chút đậu xanh, một chút hạt sen, lại thêm chút nước cốt dừa. Bạn sẽ có một cốc chè rất ngon"*

### MỘT TÂM HỒN NHẠY CẢM

Thái Dũng không phải là kiểu người yên phận, không có ý chỉ phần đầu. Ở anh, tôi nhận thấy tham vọng được khẳng định bản thân, tìm chỗ đứng vững chắc cho chính mình. Mục tiêu của anh là nằm trong Top 10 MC trước năm 30 tuổi. Thái Dũng không nói suông. Anh thực sự nỗ lực để biến khao khát đó thành hiện thực. Anh đọc rất nhiều sách, đặc biệt là những sách về nhân trắc học, tâm lý con người. Anh tâm niệm: phải hiểu khán giả, biết được cảm xúc vui, buồn của họ mới thực sự là chủ xị của chương trình, giống như ý nghĩa nguyên bản của từ MC (Master of Ceremonies).

Xa ánh đèn sân khấu hay máy quay truyền hình, Thái Dũng là một người đàn ông ấm áp nhẹ nhàng. Anh kể anh rất thích nấu nướng, dọn dẹp và mua hoa về cắm trong nhà. Loài hoa yêu thích nhất của anh là lan tường, tuy bị chê là "hữu sắc vô hương" nhưng có vẻ ngoài rực rỡ, xinh đẹp, thật khó chối từ.

Thái Dũng đã từng có thời gian trầm cảm, không muốn đi đâu, tiếp xúc với ai. Xong việc, anh chỉ muốn trở về nhà, nghe những bản nhạc không lời, uống một vài ly rượu vang một mình, rồi đi ngủ. Quãng thời gian ấy, anh bị áp lực từ nhiều phía: Công việc, tình cảm, sức khỏe đều không tốt. Anh lại mắc bệnh dễ buồn và suy nghĩ quá nhiều.

Trò chuyện với tôi, anh thỉnh thoảng húng hắng ho. Anh đang có chút vấn đề về sức khỏe ảnh hưởng đến giọng nói. Thái Dũng rất nóng ruột để sớm được trở lại với nghề. Anh thật sự yêu công việc của mình. Mục tiêu trở thành một trong 10 MC hàng đầu của Việt Nam trước năm 30 tuổi vẫn còn đó và anh chỉ còn 2 năm nữa để thực hiện.







# Ừ...GIẢI TÁN... THÌ ĐÃ SAO

*Rất nhiều phụ nữ cứ kiên trì mãi mê, cứ vật vã đi tìm lấy  
người yêu đích thực của đời mình.*

Nhung KiKo











*“Nàng chia tay chàng thứ nhất, chạy tới khóc lóc dù thứ với tôi. Cảm giác bầu khí quyển trái đất vừa thùng một lỗ thật lớn, to bằng những 02 cái phi thuyền NASA gửi vào vũ trụ năm nào, nhưng có hình trái tim nàng thì phải!?”*





**C**ô bạn tôi xinh xắn, đáng yêu. Học thức đầy mình, cũng nhà cửa đàng hoàng. Ý là nhà riêng, đất nền giữa cái đất Hà Nội vừa đông, vừa chật; giá nhà thì chỉ có lên chẳng hề có xuống này. Nàng chia tay chàng thứ nhất, chạy tới khóc lóc đủ thứ với tôi. Cảm giác bầu khí quyển trái đất vừa thủng một lỗ thật lớn, to bằng những 02 cái phi thuyền NASA gửi vào vũ trụ năm nào, nhưng có hình trái tim nàng thì phải!?

Chia tay chàng thứ 02, nàng cũng lại chạy tới nhà tôi, khóc lóc đủ thứ, thậm chí ăn dấm ở để tới mức bạn trai tôi khi đó ...phát ghen. Lần này, bầu khí quyển của trái đất lại thủng một lỗ thật lớn hình trái tim. Vượt qua đau đớn, nàng làm lại cuộc đời với một chàng thứ 03. Lần này không chỉ dừng lại ở chuyện tình yêu nữa. Nàng cũng có một đám cưới. Rồi đánh đùng cái, nàng lại chia tay với anh thứ 03 (mặc dù chưa kịp làm giấy đăng ký kết hôn) do anh chống mất việc và bỏ vào Nam tìm cơ hội mới, rồi không chịu trở ra. Nàng thì lại chẳng chịu trở vào. Lần này, lại tới nhà tôi, lại khóc lóc, lại ăn dấm ở để. Thậm chí bằng đi vài tháng sau khi nói chia tay với anh chống cũ, nàng thỉnh thoảng còn hỏi tôi, "Nó bỏ tao thật hả mày?" Ờ, thế chẳng bỏ thật thì bỏ giả à. Giờ, may sao nàng tìm được người mới, tôi không còn những tối nằm tâm sự với nàng rĩ rĩ, rĩ rĩ tới 02-03 giờ sáng. Hôm sau cả hai "đeo kính râm" đi làm.

Chàng lần này của nàng là một người tinh tế - theo nàng là ít nhất thì cũng gần được bằng Hà Dĩ Thâm của Bên Nhau Trộn Đời. (Khổ, ai chả biết lúc mới yêu thì lúc nào cũng đẹp - nên bạn đọc đừng vì thế mà tưởng thật.) Chàng biết nhân tin nhắc nàng ăn tối, nhắc nàng ăn sáng và thậm chí là nhắc cả ăn điểm tâm mỗi chiều. Chàng đưa nàng đi chơi loanh quanh phố này, phố nọ với lý do thật tuyệt khiến nói thực nhiều lúc tôi cũng muốn vứt quách cái "chăn rách" đang nằm cạnh mình mỗi tối và học nàng chạy ra ngoài kia quơ đại một anh nào đó. "Anh muốn được ở gần bên em lâu hơn và nhiều hơn." Chàng đưa nàng đi giới thiệu với mọi người, đưa nàng đi ăn ở các nhà hàng sang trọng, tới những bữa tiệc quan trọng khiến nàng có cảm giác chàng thiếu điều muốn đứng trên Cầu Long Biên mà bắc loa hét to rằng Chàng yêu Nàng.

Thú thực, ban đầu thì tôi cũng phát mừng vì nàng đã tìm được Hà Dĩ Thâm của đời mình. Nhưng đang mừng vì những tưởng thoát được "thiếu nữ đau khổ". Ai ngờ vừa tránh được những trận bão lụt nước mắt ngang với trận giông Hà Nội cuối tháng 06 vừa rồi, lại gặp ngay "bà già hồi teen" "say nắng trưa hè". Chuyện tình cảm của nàng mà nàng ngày nào cũng đem tôi ra hỏi trong khi tôi còn bận đủ thứ từ việc sếp giao, tới việc nhà với bốn phen đầu đảm. Cái thân phận quân sư bất đắc dĩ của tôi lại vẫn phải tiếp tục. Mà hỏi thì toàn chỉ những chuyện kiểu rất diễm tình, hoặc như mới yêu lần đầu. Nào là "anh ý tình cảm lắm, ăn cơm biết lau dĩa cho tao." "Nào là tuần nào cũng hoa hồng, cũng đi xem phim." Ờ, thế yêu nhau thì không làm những điều đó à!? Cứ từ từ yêu nhau, lấy nhau vào rồi xem. Khổ lắm, mà những câu chuyện này nàng đã kể từ thiên tình sử tập 01 của nàng, tới giờ là thiên tình sử tập 03, tập 04 cốt chuyện vẫn cứ rập khuôn và bền lòng như phim Hàn Quốc - bộ nào cũng một motif mà làm mãi không biết chán. Nói thực, ai thích phim Hàn thì thích, tôi thì không, thế nên người kể không chán nhưng người nghe thì đã phát ngán với các câu chuyện từ "sweetbox" tới bánh bèo hay bán xèo của nàng.

Nhưng không thể phủ nhận, nàng đã dạy được cho tôi, thậm chí cả lũ bạn trai và bạn gái của tôi nữa một bài học lớn. Đó chính là việc lần nào nàng cũng có thể yêu như mới yêu lần đầu. Bắt đầu với một chàng trai mới là nàng có thể lập tức quên phết đi cái anh chàng cũ đã làm nàng ngày quên ăn, đêm quên ngủ và chat skype với tôi mỗi khi bỏ rơi. Bắt đầu với một chàng mới là nàng lại có thể thốn thớt, có thể lãng mạn, rồi lại hỏi han tôi kiểu như "Anh ấy làm thế là có ý gì với tao hả mày?" Đôi khi tôi nghe chuyện của nàng mà cũng phát bật cười. Trộm nghĩ nàng yêu tới lần thứ mấy rồi hả nàng? Rồi Hà Nội thì bé, chỗ chơi thì ít: "Ờ, thế đi đi, đi lại mãi những chỗ đó, khác mỗi người đi cùng mà không chán à?" Nghĩ thế, nhưng tôi tuyệt đối không dám nói thế với nàng. Đôi lần tôi cũng định đánh liều hỏi, thế còn anh này hay anh kia trước đây bây giờ thì thế nào rồi những nghĩ đi nghĩ lại, tôi lại sợ.

Nhưng nói thật cũng có phần nào đó tôi phục nàng. Nàng kiên trì tin tưởng đàn ông tới mù quáng, kiểu "luôn có ai đó hoàn mỹ như Brad Pitt hay Hà Dĩ Thâm vẫn chờ đợi tôi ngoài kia, phía cuối đường". Nàng cứ nghĩ mặc nhiên quăng lưới và kéo lưới là sẽ có "cá". Mặc dù "cá" thì đã hoặc "tuyệt chủng" (chuyển đổi từ thẳng sang cong) hoặc bị "vợt" hết từ trước đó. Và con "cá" nào mới vào lưới nàng đều là "cá to", cá xịn.

Cuối cùng, thì thôi, nàng có cuộc sống riêng của nàng, có lối sống riêng của nàng. Nhưng tôi cứ trộm nghĩ, cũng là "kiên trì giăng lưới rồi kéo lưới", giá nàng bớt thời gian đau khổ và vật vờ, cứ coi như Đời Nhẹ Khôn Kham thì cả tôi và nàng đều lâu lâu bớt phải "đeo kính râm" buổi sáng mỗi khi đi làm.



## 1- LONGCHAMP

Trong tháng 8 này, Longchamp sẽ ra mắt những mẫu túi mới nhất của BST Thu Đông 2015. Được lấy cảm hứng từ những dải màu sắc rực rỡ, bắt mắt và những họa tiết hình khối độc đáo, BST Thu Đông 2015 sẽ là sự "lột xác" táo bạo của thương hiệu thời trang này. Những tín đồ thời trang yêu thích túi xách Longchamp với vẻ ngoài thanh lịch mà sang trọng với chất lượng da cao cấp tuyệt hảo có thể ghé thăm cửa hàng Longchamp boutique tại: Số 6 – Phan Chu Trinh – Hà Nội. (04.39388432)

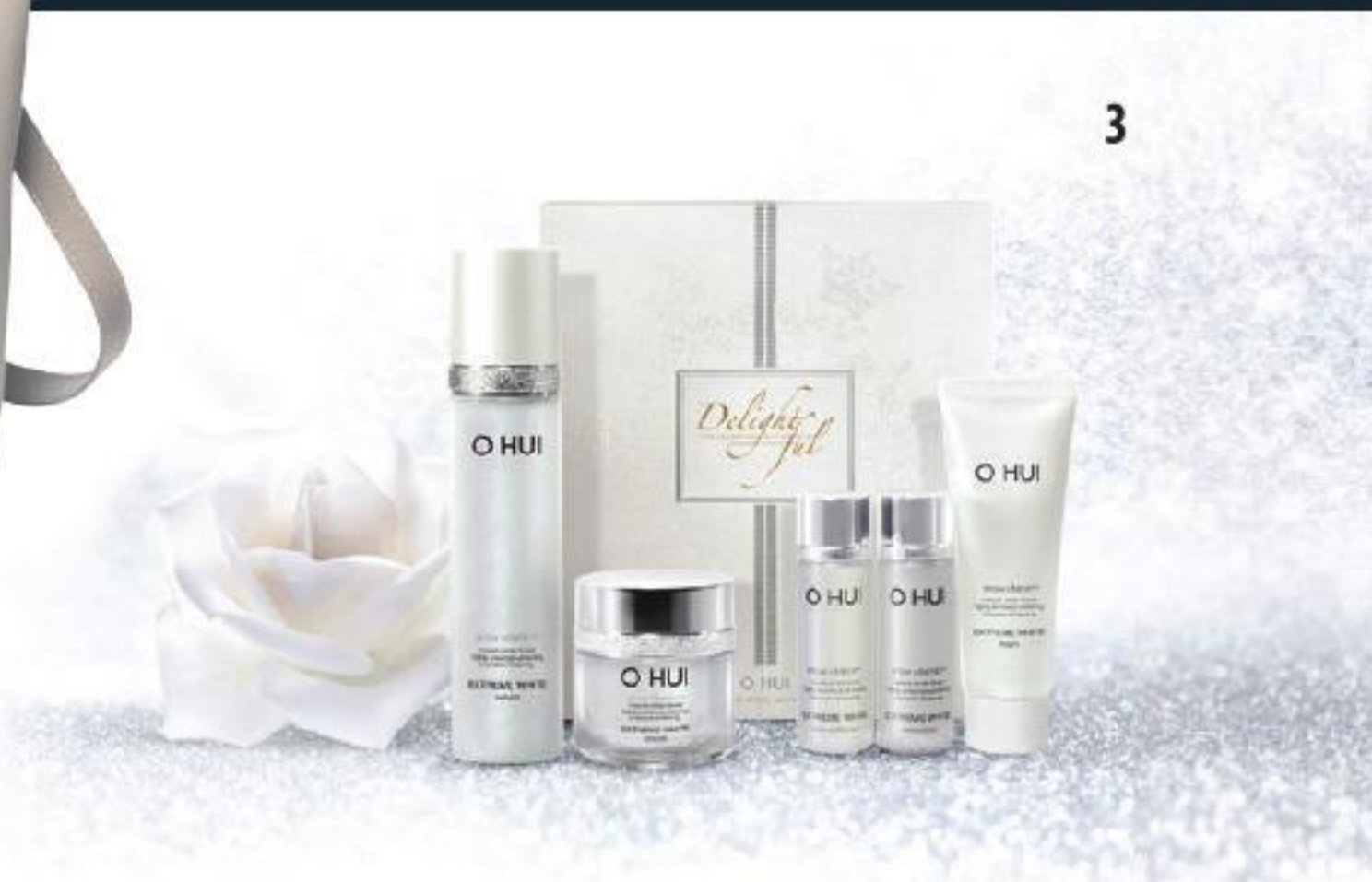


## 2- MORGAN HANDBAGS

Tháng 8 này, Morgan Handbags sẽ ra mắt phái đẹp những dòng túi mới nhất của BST Thu Đông 2015. Những sắc màu ấn tượng cực hot mùa này, kết hợp với những thiết kế "đậm chất" thời trang mang tính đột phá sẽ giúp bạn luôn nổi bật. Ghé thăm gian hàng Morgan Handbags tại Lotte Department Store – 54, Liễu Giai, Hà Nội (04. 3267 6005) và TTMS Robins - Crescent Mall – HCM (08. 6685 5551) ngay hôm nay để được nhận những ưu đãi hấp dẫn bạn nhé!

## 3- OHUI

O HUI vừa chính thức ra mắt dòng sản phẩm mới Extreme White nhằm giúp phái đẹp nuôi dưỡng, tái tạo vẻ tươi sáng cho làn da. O HUI Extreme White là thành quả nghiên cứu của viên nghiên cứu LG Household & Healthcare, dành riêng cho làn da châu Á: vốn có hàng rào chắn mỏng nên dễ bị kích ứng, dễ bị tối màu và chứa lượng sắc tố da nhiều hơn. Với Extreme White, O HUI đã mang đến giải pháp dưỡng trắng rạng ngời hoàn hảo, độc quyền cho phụ nữ châu Á: Tối đa hóa hiệu quả – Tối thiểu hóa kích ứng.



## 4 - GUY LAROCHE

Tháng 8 này, Guy Laroche sẽ ra mắt những dòng túi xách mới vô cùng độc đáo của bộ sưu tập Thu Đông 2015. Với chất lượng da thật 100%, những sản phẩm của mùa này sẽ được thuộc bằng công nghệ tiên tiến và ứng dụng những mẫu thiết kế thanh lịch, sắc màu trẻ trung và kiểu dáng. Hãy chọn cho mình một chiếc túi xách Guy Laroche để luôn dẫn đầu xu hướng! Địa chỉ: Lotte Department Store – 54, Liễu Giai, Hà Nội (04. 3267 6005)/ Diamond Plaza, HCM (08. 2212 2947)/ TTMS Robins - Royal city - HN (04. 6686 2415) và TTMS Robins - Crescent Mall – TP.HCM.

## 5 - KOHLER

Kohler vừa khai trương Trung tâm trưng bày sản phẩm Kohler (Kohler Design Center) lớn nhất tại thành phố Hồ Chí Minh. Nằm bên trong trung tâm nội thất N.1 Homepro, tọa lạc tại 640A đường số 3, phường An Phú, quận 2, TP.HCM, Kohler Design Center có diện tích ấn tượng 1.600 m2, trưng bày các dòng sản phẩm phòng tắm và bếp mới nhất, hoàn hảo từ ý tưởng thiết kế đến công nghệ sẽ khiến người tiêu dùng và khách tham quan mãn nhãn. Nhân dịp này, Kohler đồng thời giới thiệu toilet thông minh Veil, phiên bản đặt sàn đến người tiêu dùng Việt Nam.







## 6 - SHISEIDO

Shiseido vừa giới thiệu cửa hàng Shiseido Flagship đầu tiên Đông Nam. Cửa hàng Flagship được tọa lạc tại TTTM Diamond Plaza giữa lòng Sài Gòn hoa lệ, hứa hẹn sẽ mang đến cho khách hàng nhiều trải nghiệm hoàn toàn mới. Để chào mừng sự kiện này, cửa hàng Shiseido Diamond Plaza tổ chức nhiều hoạt động makeup, chăm sóc da và chương trình quà tặng hấp dẫn khi khách hàng tham gia mua sắm: Tặng Voucher thời trang hoặc Cleansing Massage Brush cho 30 khách hàng đầu tiên có hoá đơn trị giá 2.500.000VND/Tặng Voucher passport cao cấp được đặc biệt khắc tên cho mỗi hoá đơn trị giá 4.000.000VND/Tặng Set nước hoa Narciso cho mỗi hoá đơn trị giá 8.000.000VND.

## 7 - BEST PRODUCTS

Nhãn hàng bán lẻ Best Products (thuộc tập đoàn quốc tế Bluefox) vừa tổ chức trao giải thưởng cho những khách hàng đã trúng thưởng khi mua các sản phẩm Best Products trong chiến dịch khuyến mại lần thứ ba (từ 1/4 đến 30/6/2015). Tổng giá trị giải thưởng đợt ba trị giá 1,427 tỷ đồng. Trong đợt này, Best Products đã trao 1,3 tỷ đồng cho các khách hàng may mắn trúng thưởng. Giải Nhất trị giá 1 tỷ đồng đã được trao cho khách hàng Nguyễn Thị Thanh Bình (Quận Bình Tân, TP HCM).

## 8 - D' LE ROI SOLEIL

D' Le Roi Soleil – Quảng An là tổ hợp công trình dịch vụ công cộng, thương mại, nhà trẻ quốc tế và căn hộ chung cư mang phong cách kiến trúc Châu Âu Tân Cổ Điển được xây dựng với chiều cao 25 tầng nổi, 6 tầng hầm, 2 tòa tháp căn hộ và 1 tòa tháp dịch vụ 8 tầng. D' Le Roi Soleil có tới 498 căn hộ và là dự án nhà ở cao tầng duy nhất trên bán đảo Quảng An được phép xây nhà ở để bán có sổ đỏ vĩnh viễn. Tập đoàn Tân Hoàng Minh nhận đăng ký căn hộ D' Le Roi Soleil – Quảng An từ 4/7/2015 và dự kiến sẽ hoàn thiện, bàn giao vào cuối năm 2017.



## 9 - GIVENCHY

Đại dương kỳ thú là nguồn cảm hứng của nhà thiết kế (NTK) người Ý Riccardo Tisci cho bộ sưu tập (BST) Xuân/Hè 2012 của Givenchy. Những thiết kế mềm mại và chất liệu tương phản đã góp vào bảng màu của NTK một nguồn sáng lấp lánh đầy mê hoặc. BST này cũng đánh dấu sự ra đời của the Shark motif (môtip Cá Mập), thể hiện qua chiếc răng cá mập được đeo như dây chuyền ngoại cỡ hoặc khóa cài dây cá tính và sang trọng. Sinh vật bí ẩn chính là hiện thân của hai phẩm chất đã tạo nên phong cách khác biệt của Givenchy: vẻ đẹp và sự nguy hiểm hòa trộn vào nhau.



## 10 - ROLLS-ROYCE

Lễ hội Goodwood Festival of Speed diễn ra vào ngày 30 tháng 6 vừa qua đã thành công hơn cả mong đợi. Các dòng xe của Rolls-Royce đã tạo những dấu ấn mạnh mẽ tại lễ hội. Wraith đã dễ dàng chinh phục ngọn đồi Goodwood Hillclimb nổi tiếng trong cuộc đua Supercar Run với tốc độ kỷ lục 106 dặm/giờ khi chạm đích đến, phá vỡ kỷ lục của chính hãng Rolls-Royce tạo nên tại đồi Goodwood vào năm 2014. Chiếc xe dẫn đoàn đua của năm nay chính là Rolls-Royce Ghost Series II, được tô điểm với đèn LED và đề-can phong cách thể thao.



1



2



3



## 1- BRILLOZ

Vào ngày 25/07/2015, Trang sức Brilloz chính thức khai trương showroom thứ 2 tại địa chỉ 302 Bà Triệu – Hai Bà Trưng – Hà Nội. Vẫn với mục đích hướng tới sự thanh lịch và sang trọng trong không gian, showroom thứ 2 sẽ trưng thành với 2 gam màu đen – trắng để tôn lên các sản phẩm đặc trưng của trang sức Brilloz, vừa hiện đại cá tính vừa mang nét tâm linh huyền bí. Bạc nguyên chất vẫn là nguyên liệu chủ đạo được sử dụng trong các thiết kế vòng cổ vòng tay, cùng sự kết hợp uyển chuyển giữa các loại đá phong thủy may mắn tạo nên những thiết kế vòng thật sự cá tính và độc đáo.

## 2 - HAVAIANAS

Chiếc dép thời trang Havaianas chưa bao giờ nóng hơn thế trong mùa hè năm nay. Tự hào là sự lựa chọn sành điệu và phong phú bậc nhất của các bạn trẻ, Havaianas mang đến BST mới trong tháng 8 với hàng trăm thiết kế trẻ trung và sôi động. Được lấy cảm hứng từ những xu hướng mới nhất trong làng thời trang thế giới, Bộ sưu tập mùa Hè của Havaianas lồng ghép những sắc màu pastel tinh nghịch và âm hưởng đại dương xanh thẳm cùng những họa tiết monogram tinh tế. Địa chỉ: Vincom Center Đồng Khởi (TPHCM), Vincom Center Bà Triệu (Hà Nội), Crescent Mall, Vivo City, Union Square (TPHCM) và Lamson Square (Vũng Tàu).

4



## 3 - BONIA

BONIA đã thay thế sự nhàm chán của guồng máy cuộc sống với những thiết kế mới mẻ và sắc nét. Lấy cảm hứng từ nền văn hóa Aztec, mỗi chiếc áo sơ mi được thêu tinh xảo với những họa tiết nghệ thuật đầy huyền bí. Những chiếc cúc kim loại trên áo cũng được đầu tư hợp lý mang lại cho quý ông một diện mạo cổ điển. Sự lịch lãm và phong cách của nam giới thể hiện rõ nét nhất tại nơi làm việc, và NUOVO, bộ sưu tập mới nhất của BONIA hoàn toàn đủ khả năng mang lại sự tươi mới cho những bộ quần áo trang trọng tưởng chừng cứng nhắc đó.

## 4 - CARLO RINO

Một xu hướng không bao giờ nằm ngoài dòng chảy thời trang là màu sắc. Sự tươi trẻ trong các khối màu tone nóng mô phỏng màu sắc rực rỡ của cảnh mặt trời mọc và lặn được kết hợp hoàn hảo với các viên sỏi màu trong những thiết kế túi xách hay cả những chiếc ví nhỏ cầm tay. BST Sunrise Surprise của Carlo Rino phản ánh tâm trạng qua sự chuyển giao giữa các tone màu.

## 5 - ACCESSORIZE

Bộ sưu tập Occasionwear từ Monsoon Children – Accessorize mang đến nét dễ thương, trong sáng nhưng không kém phần thanh lịch và nổi bật dành cho các bé gái trong những dịp đặc biệt của mùa Xuân Hè 2015. Màu nắng hè điểm xuyết chi tiết thêu ánh vàng đồng và xanh trời cùng họa tiết in hoa anh đào phản chiếu chủ đề nhiệt đới nổi bật. Bên cạnh đó, chất liệu lụa cao cấp mang đến cho bé nét sang trọng và phong cách ngộ nghĩnh. Các bé gái sẽ thật xinh xắn và nổi bật trong mùa hè này với Bộ Sưu Tập đặc biệt từ Monsoon Children – Accessorize.

5





6

**6 - MOVENPICK HOTEL HANOI**

Hãy đến với không gian thư giãn tạo cảm hứng tại Lounge 83 để thưởng thức những món đồ uống trong thực đơn phong phú như rượu, bia và nước ngọt. Với mỗi đồ uống được đặt, quý khách sẽ được tặng theo một đồ uống miễn phí bất kì từ thực đơn. Chương trình ưu đãi được áp dụng kể từ tháng 8 vào 5 giờ chiều hàng ngày. Để biết thêm chi tiết vui lòng liên hệ bộ phận nhà hàng tại số điện thoại +844 38222800.

**7 - HELENE HOAI**

Tháng 7 vừa qua, thương hiệu thời trang cao cấp Helene Hoai tổ chức show diễn ra mắt bộ sưu tập dạ tiệc "Amour à Paris", chào mừng sự kiện khai trương showroom mới tại 21 Thái Hà, Hà Nội. Gần 60 trang phục trong bộ sưu tập được nhà thiết kế Helene Hoai thể hiện một cách ấn tượng và để lại dấu ấn khó phai trong lòng người tham dự và giới mộ điệu thời trang. Lấy đường cong cơ thể của phái đẹp và sự lãng mạn của xứ Paris hoa lệ làm nguồn cảm hứng sáng tạo, Bộ sưu tập tôn nên vẻ đẹp gợi cảm quý phái bằng những chất liệu sang trọng.



7

**8 - NHÀ XINH**

Nội thất Nhà Xinh, thương hiệu nội thất hàng đầu Việt Nam, mừng sinh nhật lần thứ 16 với chương trình ưu đãi cực lớn, giảm giá đến 50% trên hàng nghìn sản phẩm từ phòng khách, phòng ăn, tủ bếp, phòng ngủ đến các mặt hàng trang trí. Chương trình diễn ra từ 01/8 – 20/8/2015 tại hệ thống Nhà Xinh trên toàn quốc. Ngoài ra, khách hàng khi mua hàng trong thời gian trên, sẽ được tham gia chương trình bốc thăm trúng thưởng là các sản phẩm hấp dẫn của Nhà Xinh, với tổng giá trị đến 100 triệu đồng.

**9 - INTERCONTINENTAL ASIANA SAIGON**

Như một món quà dành tặng các cặp đôi trong Mùa Cưới 2015, những tiệc cưới được đặt và diễn ra từ nay đến hết ngày 30/11/2015 tại khách sạn InterContinental Asiana Saigon sẽ được hưởng những ưu đãi sau: Giảm 15% cho tiệc trưa (áp dụng cho giá trước VAT)/Giảm 10% cho tiệc tối (áp dụng cho giá trước VAT)/Một đêm tân hôn tại phòng Deluxe của khách sạn InterContinental Asiana Saigon với không gian lãng mạn và ẩm cúng đặc biệt thiết kế riêng cho hai bạn/Voucher dùng buffet tối dành riêng cho cô dâu và chú rể/Ban nhạc trình diễn suốt thời gian đón khách.

**10 - CHULA**

Tháng 6 vừa qua, nhận lời mời của Đại sứ quán Việt Nam tại Ý, thương hiệu Chula đến từ Việt Nam đã giới thiệu BST Xuân – Hè trong khuôn khổ Ngày hội văn hoá Việt Nam tại Rome. Chula đem đến chương trình những mẫu thiết kế sử dụng gam màu tươi sáng, kết hợp với kỹ thuật cắt may và thêu thủ công trên nền vải lụa, taffeta. Bên cạnh những người mẫu đến từ Ý, góp mặt trên sàn catwalk còn có sự xuất hiện của HHVN 2008 Thủy Dung và người mẫu Kha Mỹ Vân.

8



9



10





## 1 - SHERATON NHA TRANG

Hòa nhịp chung trong không khí chào đón mùa lễ Trung Thu vào ngày 27/9 năm nay, khách sạn Sheraton Nha Trang mang đến cho khách hàng sản phẩm bánh Trung Thu cao cấp với thiết kế mẫu hộp bánh thanh lịch, tinh tế và sang trọng. Trong mỗi hộp bánh Trung Thu cao cấp với giá VND 619,000+++ là sự kết hợp tinh tế 4 hương vị bánh truyền thống đầy hấp dẫn: Trà xanh hạt sen trứng muối/Đậu xanh lá dứa trứng muối/Jambon bắt bửu trứng muối/Gà quay jambon trứng muối. Ưu đãi đặc biệt giảm giá đến 20% cho những đơn hàng sớm và trên 200 hộp từ bây giờ cho đến hết ngày 30/8/2015.



**Blossom MoonCake**  
Enjoy Mid Autumn with Sheraton Signature Mooncakes

**Mừng Tết Trung Thu**  
Hãy để bánh trung thu Sheraton Nha Trang là món quà hoàn hảo để đón Tết Trung Thu cùng gia đình và bạn bè

**FULL MOON**  
VND 619,000<sup>nett</sup>  
box/hộp | 4 cakes/bánh

**CRESCENT MOON**  
VND 99,000<sup>nett</sup>  
1 cake/bánh

\*Price includes 15 service charge and 10% VAT  
Giá đã bao gồm 15% phí phục vụ và 10% VAT

20% discount for 100 private bookings, over 200 rooms and early bird purchase until 30/8/2015  
20% giảm giá cho 100 đặt phòng riêng, quá 200 phòng sớm hoặc đặt sớm trước 30/8/2015

Tư vấn đặt phòng | Để đặt bánh và tặng kèm bộ  
T: +84 56 366 0000 E: dining.shatzang@sheraton.com

Shangri-La Hotels & Resorts | Sheraton Nha Trang Hotel & Spa | 123 Đường Trần Hưng Đạo, Nha Trang, Khánh Hòa

## 2 - BANYAN TREE LĂNG CÔ

Bao quanh bởi khung cảnh tuyệt đẹp của Biển Đông và sự hùng vĩ của dãy núi Trường Sơn, khu nghỉ dưỡng Banyan Tree Lăng Cô với thiết kế độc đáo mang đến sự yên tĩnh và riêng tư cho du khách là một điểm nghỉ dưỡng lý tưởng cùng người thân yêu. Từ nay đến 19/12/2015, đặt ưu đãi Stay 3 Pay 2 và tận hưởng đêm thứ ba miễn phí với giá từ 7,700,000VND một đêm. Ưu đãi chỉ có hiệu lực cho kỳ nghỉ từ 3 đêm và lưu trú từ nay đến 22/12/2015, bao gồm bữa sáng cho 2 người.

## 3 - LA VERANDA RESORT PHÚ QUỐC

Chương trình ưu đãi đặc biệt "Red Hot Room" lên đến 24% giá phòng, dành riêng cho các thành viên của Accor Plus & Le Club. Để nhận được ưu đãi chỉ từ 2.770.000 VND, quý khách vui lòng đặt và sử dụng dịch vụ khu nghỉ dưỡng La Veranda từ nay đến 25/8/2015 (vào các ngày trong tuần). Để đặt phòng hoặc biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ Accor Plus Team tại +84(0)3931000 hoặc Bộ phận đặt phòng của La Veranda Resort tại +84(0)773392988, email [contact@laverandaresorts.com](mailto:contact@laverandaresorts.com)



## 4 - OKTOBERFEST 2015

Đây là lần thứ hai Hiệp Hội Các Doanh Nghiệp Đức tại Việt Nam (GBA) phối hợp với khách sạn JW Marriott Hanoi đồng tổ chức Lễ hội Oktoberfest lần thứ 6 tại Hà Nội. Năm nay lễ hội Bia Đức được tổ chức vào 3 tối từ 22/10 tới 24/10 từ 6h chiều đến 12h đêm. Vé sẽ bắt đầu được bán từ tháng 7 tại ba địa điểm chính: khách sạn JW Marriott Hanoi, Hiệp Hội Các Doanh Nghiệp Đức Tại Việt Nam (GBA) và Văn Phòng Đại Diện Hiệp Hội Các Phòng Thương Mại và Công Nghiệp Đức tại Việt Nam (GIC/AHK Vietnam).

## 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.







## 6 - PALM GARDEN HỘI AN

Với mong muốn giới thiệu những tinh túy của ẩm thực Quảng Nam đến với du khách, khu nghỉ dưỡng Palm Garden Hội An đã đưa vào phục vụ những bữa cơm gia đình mang đậm đà chất quê xứ Quảng như thịt heo cuốn bánh tráng, rau sống Trà Quế, ram tôm Quảng Nam, mì Quảng, canh cá bả trầu nấu khế, cá nục kho xì dầu... do chính các đầu bếp địa phương chuyên nghiệp của khu nghỉ dưỡng thực hiện với giá 300.000++ VNĐ / người.

## 7 - INTERCONTINENTAL HANOI WESTLAKE

Lấy ý tưởng từ thế giới thời trang đầy màu sắc và độc đáo, khách sạn InterContinental Hanoi Westlake mang đến cho khách hàng một trải nghiệm thú vị với sự kết hợp giữa trà chiều cổ điển và thời trang hiện đại. Hãy để khách sạn InterContinental Hanoi cùng hãng thời trang Chula và Metiseko mang đến cho bạn một buổi trình diễn thời trang đặc sắc cùng những món bánh được chế biến với tạo hình thời trang và những loại trà hảo hạng nhất. Giá: VND 350,000++/ Người lớn. Giờ mở cửa: 15.00 – 17.00 (Thứ 7, ngày 29/8/2015).



## 8 - EASTIN GRAND HOTEL SAIGON

Khách sạn Eastin Grand Hotel Saigon trân trọng giới thiệu chương trình ưu đãi ẩm thực tốt nhất Sài Gòn trong thời gian từ tháng 7 đến hết tháng 8 năm 2015. Với chương trình này; nhóm khách từ 4 người trở lên, miễn phí 2 khách, nhóm khách từ 8 khách trở lên, miễn phí 4 khách, nhóm khách từ 12 người trở lên, miễn phí 6... Chương trình Ưu đãi ẩm thực tốt nhất Sài Gòn áp dụng chung cho tiệc tự chọn buffet hải sản tại nhà hàng Café Saigon và "Thưởng thức thoải thích" không giới hạn Sushi, Sashimi & Dimsum tại hai nhà hàng Iki & Lotus Court.

## 9 - AMIGO

Tháng 7 và tháng 8 này, nhà hàng nướng Amigo giới thiệu bộ sưu tập những hương vị đặc sắc thế giới chế biến từ thịt bò Mỹ cao cấp nhập khẩu. Thực khách có nhiều lựa chọn cho cả các món khai vị, món chính và tráng miệng với súp gân bò, bánh tacos kiểu Mexico với thịt bò Mỹ, bẻ Wellington, thăn bò nướng hay thăn nội bò cuộn ba rọi xông khói. Các phần ăn có giá từ 680.000VNĐ++ bao gồm bánh mì và bơ, khai vị, salad tự chọn, món chính và tráng miệng. Địa chỉ: 55-57 Nguyễn Huệ, Q.1, TP HCM. Điện thoại: (84-8)38241248

## 10 - ĐỨC BẢO

Nếu bạn yêu thích xúc xích và tự tin về khả năng của mình, hãy tham gia "Thử thách cùng xúc xích" cuộc thi vui được tổ chức tại nhà hàng Đức Bảo vào các ngày Thứ Bảy và Chủ nhật, từ 18:00 – 20:00 giờ. Theo đó, bạn sẽ được miễn phí ngay nếu ăn hết 1.5kg xúc xích Đức trong vòng một giờ. Nếu không hết, bạn cũng chỉ phải trả 720.000++ cho toàn bộ bữa ăn vui vẻ này. Địa chỉ: số 34 Đồng Khởi, Quận 1, TP.HCM. Điện thoại: (84-8) 38223623



# ĐỊA CHỈ MUA SẴM

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

**Axara**  
▪ Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM.  
▪ Vincom Center, 191 Bà Triệu, HN  
▪ 21 Nguyễn Trãi, Q1, Tp.HCM.  
▪ Sentinel Place, 41A Lý Thái Tổ, Hà Nội.

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

**Bally**  
▪ Tràng Tiền Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội  
▪ Rex Hotel 141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q1, Tp.HCM.

**Banana Republic**  
▪ Eden Mall, 71 Đồng Khởi, Q1, Tp. HCM

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

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

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

**Bốn Mùa Boutique**  
▪ 30 Hàng Cẩn, Hà Nội  
▪ Vincom Center B

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

**Bvlgari**  
▪ Parkson Viet Tower  
▪ Vincom City Tower  
▪ 191 Bà Triệu, Hà Nội

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

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

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

**Chloé**  
▪ Khách sạn Rex, 115 Nguyễn Huệ, Q1, Tp.HCM.

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

**Clé De Peau Beauté**  
▪ Diamond Plaza, Q1, Tp.HCM  
▪ Parkson C.T Plaza Q. Tân Bình, Tp.HCM

**Clinique**  
▪ 28 Lê Thái Tổ, Hà Nội

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Hugo Boss**  
♦ 60 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

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

**Just Cavalli**  
♦ Tràng Tiền Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hà Nội

**Kenzo**  
♦ 32 Hàng Bài, Hà Nội

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



**Mobiado**

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

**Montblanc**

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

**Morgan**

- ♦ Vincom Galleries 191 Bà Triệu, Hà Nội

**Moschino**

- ♦ 3 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội

**Naf Naf**

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

**Nautica**

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

**Nine West**

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

**Omega**

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

**Paris & France**

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

**Pedro**

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

**Ralph Lauren**

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

**Runway**

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

**Salvatore Ferragamo**

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

**Sergio Rossi**

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

**The Body Shop**

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

**Tissot**

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

**Tommy Hilfiger**

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

**Crescent Mall**

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

**Topshop/Topman**

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

**Valentino**

- ♦ 59 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

**Van Laack**

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

**Versace**

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

**Vertu**

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

**Vichy**

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



Emanuel Ungaro Xuân Hè 2015



STYLE  
nite

CBM  
Café & Bar

STYLE

BELVEDERE  
VODKA

OLD  
BLended

APRICOT  
HOTEL

ML

BON MUA

MOSCHINO

nashi

TROPICAL

glam

FRIDAY

26.06.2015

# TROPICAL *glam*

TẬN HƯỞNG MÙA HÈ ĐÍCH THỰC!

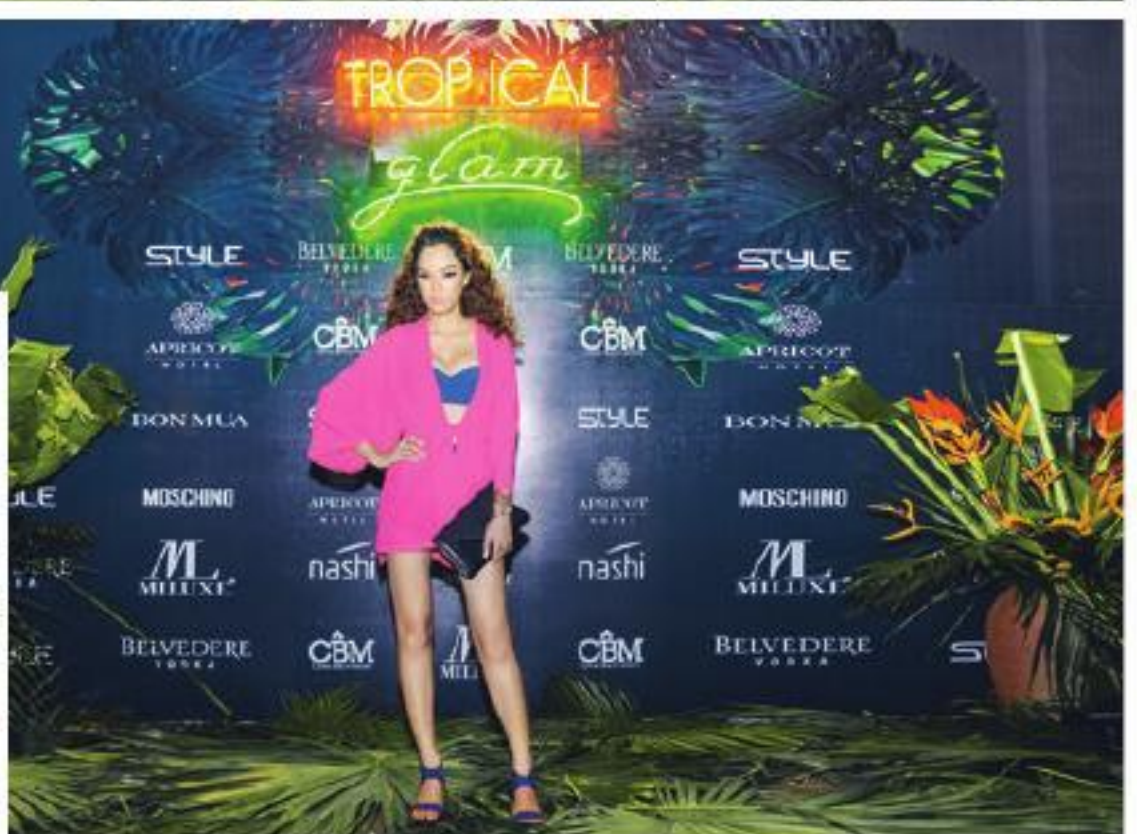
Style là một ấn phẩm hàng đầu về thời trang và phong cách sống tại Việt Nam. Tạp chí hướng tới đối tượng là những người trẻ hiện đại và cá tính, luôn muốn thử nghiệm những cái mới. Tạp chí Style muốn chia sẻ với độc giả của mình những quan điểm về thời trang, làm đẹp, đồ công nghệ, những cách hưởng thụ cuộc sống. Hàng năm, Style tổ chức những dạ tiệc theo chủ đề như một lời tri ân tới các đối tác và bạn đọc thân thiết của mình.

Tiếp nối 5 sự kiện Style Nite được tổ chức thành công trong năm 2013 và 2014, đêm tiệc Tropical Glam diễn ra tại khách sạn Apricot, 136 Hàng Trống, Hà Nội ngày 26/6/2015. Đúng như tên gọi, Tropical Glam là một bữa tiệc ngập tràn màu sắc và sự quyến rũ. Các vị khách mời đều ấn tượng mạnh mẽ với không gian mang đậm hơi thở nhiệt đới của dạ tiệc. Những đóa hoa rực rỡ nhất, mùi thơm ngọt ngào của dứa chín, tiếng nhạc sôi động từ những DJ tài năng, màn trình diễn ánh sáng ấn tượng, tất cả đã đem đến một đêm tiệc bùng nổ cảm xúc. Đặc biệt, Tropical Glam còn đem đến cho khách mời những bộ sưu tập mới nhất từ các thương hiệu nổi tiếng như Moschino, Blumarine, Dsquared2... Cách dẫn chương trình bằng đọc rap độc đáo của MC càng làm khuấy động bầu không khí của bữa tiệc. Tạp chí Style đã thực sự đem đến một ngày hội không thể nào quên trong những ngày cuối tháng 6 tại Hà Nội.

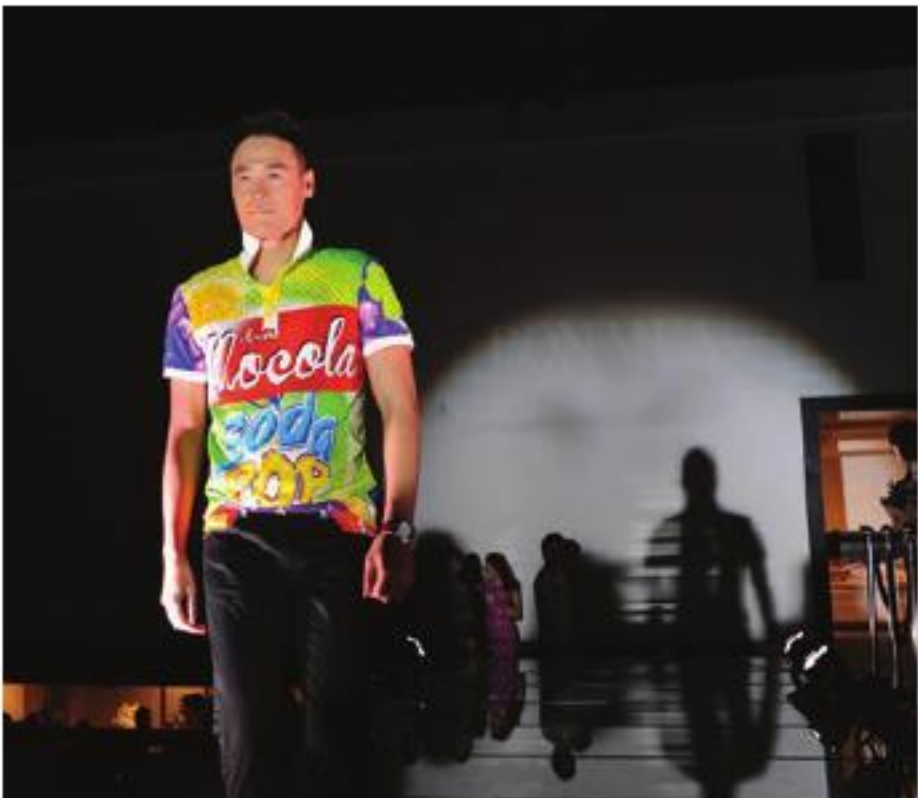




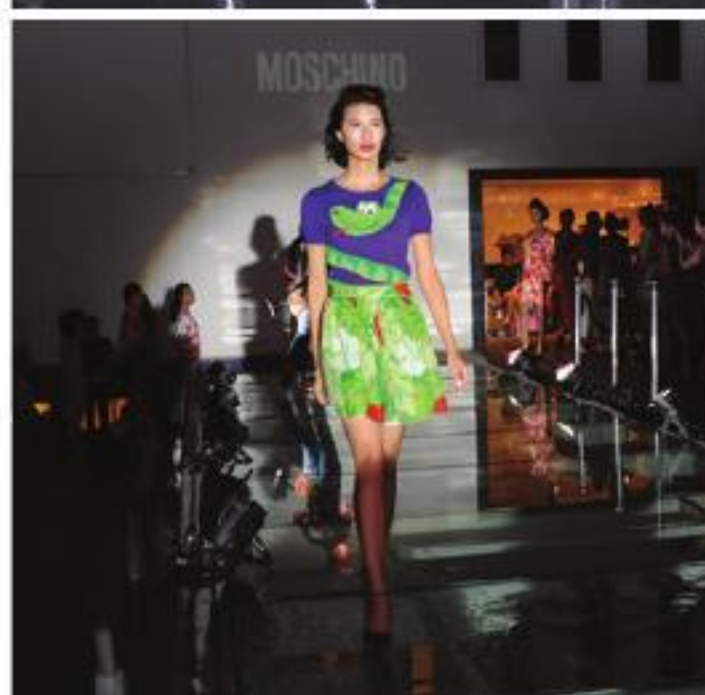
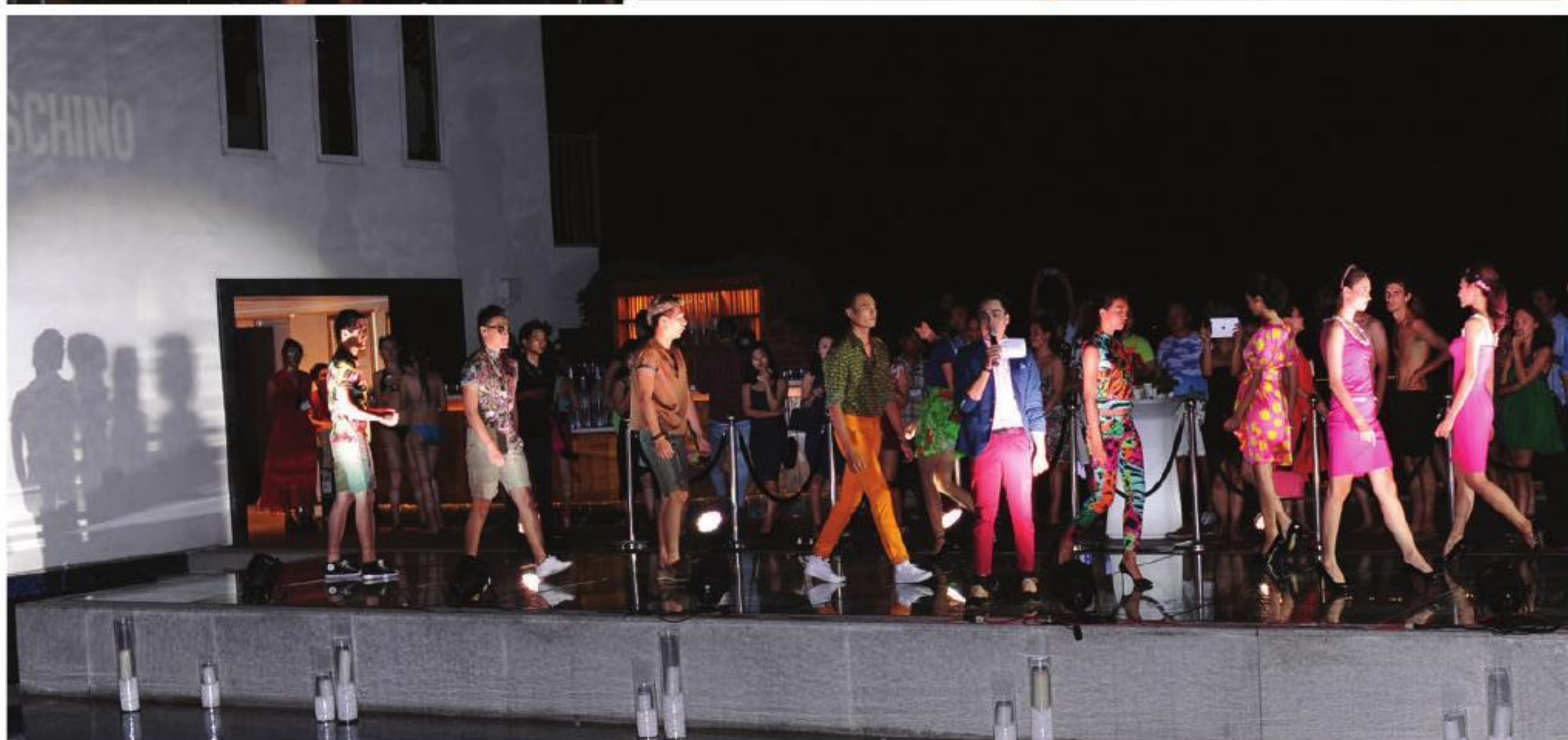












Sau dạ tiệc, Style đã nhận được rất nhiều phản hồi tích cực từ phía khách mời. Style xin được chân thành cảm ơn sự đồng hành của các nhà tài trợ Belvedere, Apricot, Miluxe, Bốn Mùa, Moschino, Nashi, Level 10, Fusion Body Work và make up Cao Tuấn Đạt để có một đêm sự kiện thành công vừa qua!



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](mailto:contact@toptenco.com.vn) - Website: [www.toptenco.com.vn](http://www.toptenco.com.vn)

**SHOPS:** **Sai Gon** • Saigon Center 65 Lê Lợi, Q.1 [38213231] • Sun Wah Tower 115 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 Võ Văn Ngân, Q.T9 [37223433] • PNJ Shops [39959318] **Ha Noi** • Lotte Center 34 Liễu Giai, Q.BD [32676533] • Vincom Megamall Times City 438 Minh Khai, Q.HBT [32001400] • Vincom Megamall Royal City 72A Nguyễn Trãi, Q.TX [62620560] • Big C Thăng Long 222 Trần Duy Hưng, Q.CG, Hà Nội [37832301] • Vincom Center 191 Bà 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.BD [38539966] **Vinh** • Big C Vinh 2 Quang Trung [3596226] **Da Nang** • Big C Vinh Trung Plaza 225-227 Hùng Vương [3666066] • Indochina Riverside Mall 74 Bạch Đằng [3843818] **Nha Trang** • Nha Trang Center 20 Trần Phú [6516666] - **SERVICE CENTERS:** • Sun Wah Tower 115 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](http://TISSOT.CH)

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

**TOPTER** 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@topter.vn](mailto:contact@topter.vn) - Website: [www.topter.vn](http://www.topter.vn)

**BOUTIQUE:** SUN WAH TOWER 10 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM (3820270), BIG C THẮNG LONG 222 Trần Duy Hưng, Q.CG, Hà Nội (3733230) **SERVICE CENTERS:** SUN WAH TOWER 10 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM (3820270), MAXIMARK 3C - Ba Tháng Hai, Q.3, 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 (38328991) • Maximark - 15 Cống 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 Phan Đăng Lưu, Q.PN (39900489) • PNJ - 52 Nguyễn Văn Trãi, 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 Hàng 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, P.3 (3530085) **BIÊN HÒA** • PNJ - 482 Phạm Văn Thuận (3811818)