

STYLE

PHONG CÁCH CỦA BẠN

Editor's Pick
**STRONG
&
SEXY**

**THÀNH DANH
NƠI XỨ NGƯỜI**

On trend
FRESH IN FRINGE

GÀO: Tôi đã
nhăn nại hơn
rất nhiều

MÙI LỬA ẤM

Mi đẹp không cần
MASCARA

**INTO
THE WORLD**

MINH TÚ

Hạnh phúc khi
được đàn ông
nhìn lên

PHIM VIỆT:

Tìm đường ra
biển lớn

**PHỤ NỮ BÌNH
QUYỀN TỚI ĐÂU?**



NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN



WWW.LINDAFARROW.COM

LINDA FARROW

MILUXE[®]

Exclusive Boutique :

- * Hà Nội: S215 tầng 2 - 26 Hai Bà Trưng, Quận Hoàn Kiếm. Tel: (04) 3934 8989
- * TP. HCM: L2-34AB Union Square - 171 Đồng Khởi, Quận 1. Tel: (08) 3936 9263
199 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Quận 3. Tel: (08) 3932 5925
- * Đà Nẵng: G16 Indochina Riverside Towers, Quận Hải Châu. Tel: (0511) 3849 049

KHÓ KHĂN? CÓ LÙI BƯỚC? KHÔNG FORD RANGER MỚI CHINH PHỤC CẢ THẾ GIỚI



**KHÓA VI SAI
CẦU SAU ĐIỆN**



**LỘI NƯỚC VÔ ĐỊCH
800mm**



**HỆ THỐNG
SYNC™ 2**



**HỆ THỐNG CẢNH BÁO VA CHẠM
BẰNG ÂM THANH, HÌNH ẢNH**

• **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội. Tel: 04.37505055 • **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội. Tel: 04.36811888 • **HANOI FORD:** 94 Ngõ Thị Nhậm, Hà Nội. Tel: 04.39712439 • **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội. Tel: 04.33662566 • **HATHANH FORD MYDINH:** 02 Tân Thất Thủy, Nam Từ Liêm, Hà Nội. Tel: 04.37957518 • **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920 • **THANH XUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525 • **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:** 58 Lê Hồng Phong, TP. Nha Trang. Tel: 058.3880366 • **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP. HCM. Tel: 08.38157979 • **CITY FORD:** Số 216-218, Quốc Lộ 13, Phường Hiệp Bình Chánh, Q. Thủ Đức, TP. HCM. Tel: 08.37262626 • **PHUMY FORD:** Lê Bì, 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:** 25/6A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa. Tel: 061.3857130 • **CANTHO FORD:** Lô 11C - Võ Nguyên Giáp, Cái Răng, TP. Cần Thơ. Tel: 0710.3730720 • **BINH DUONG FORD:** Lô C13, Nguyễn Huệ, Khu Liên Hợp, TP. Thủ Dầu Một. Tel: 0650.3801381 **☎ ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-566888**



Go Further

ford.com.vn



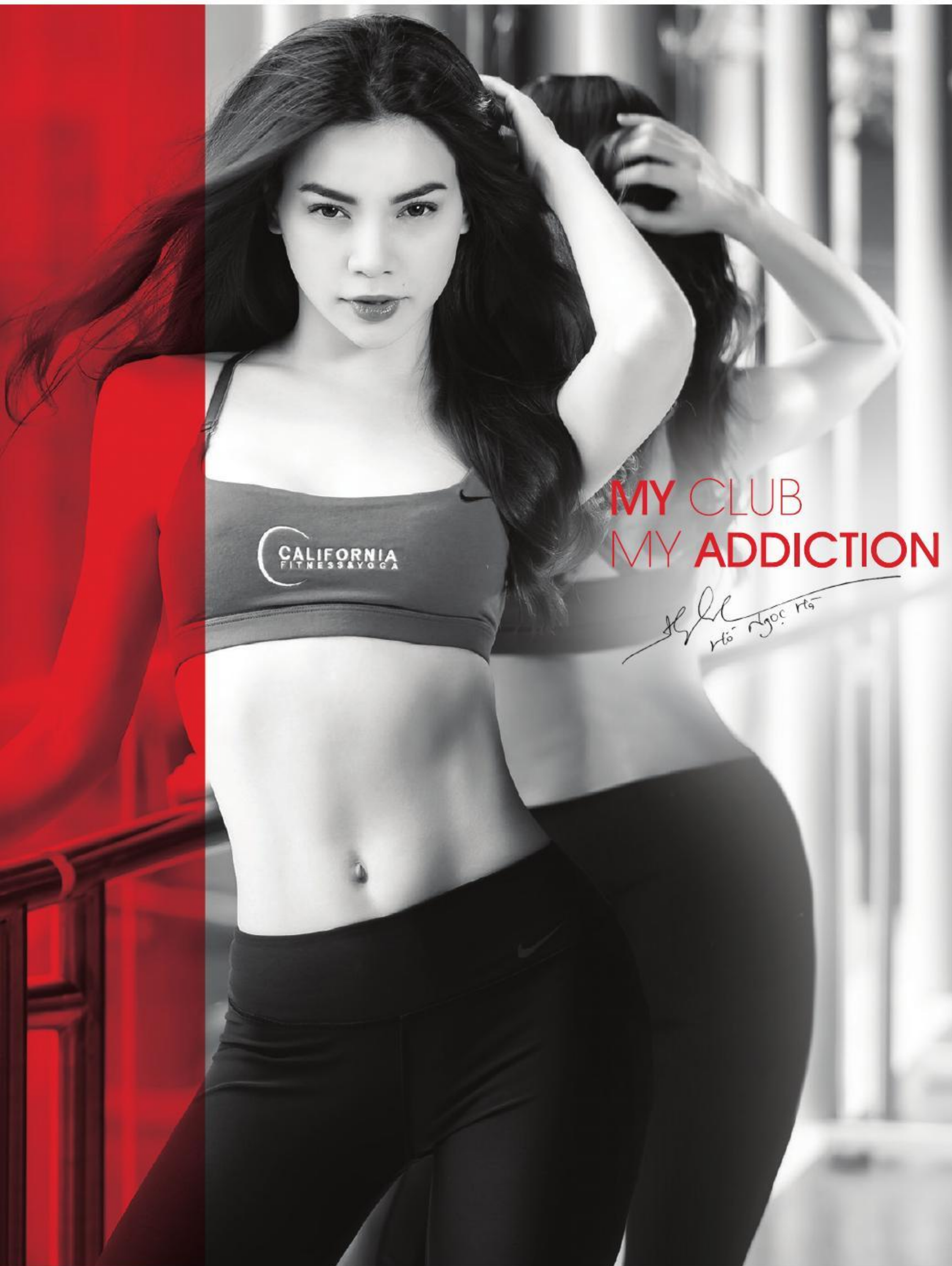
21SIX
ME & MY STYLE

216 Ba Trieu, Hai Ba Trung, Ha Noi | +84 4 39752626

PASSION • HABIT • DESIRE



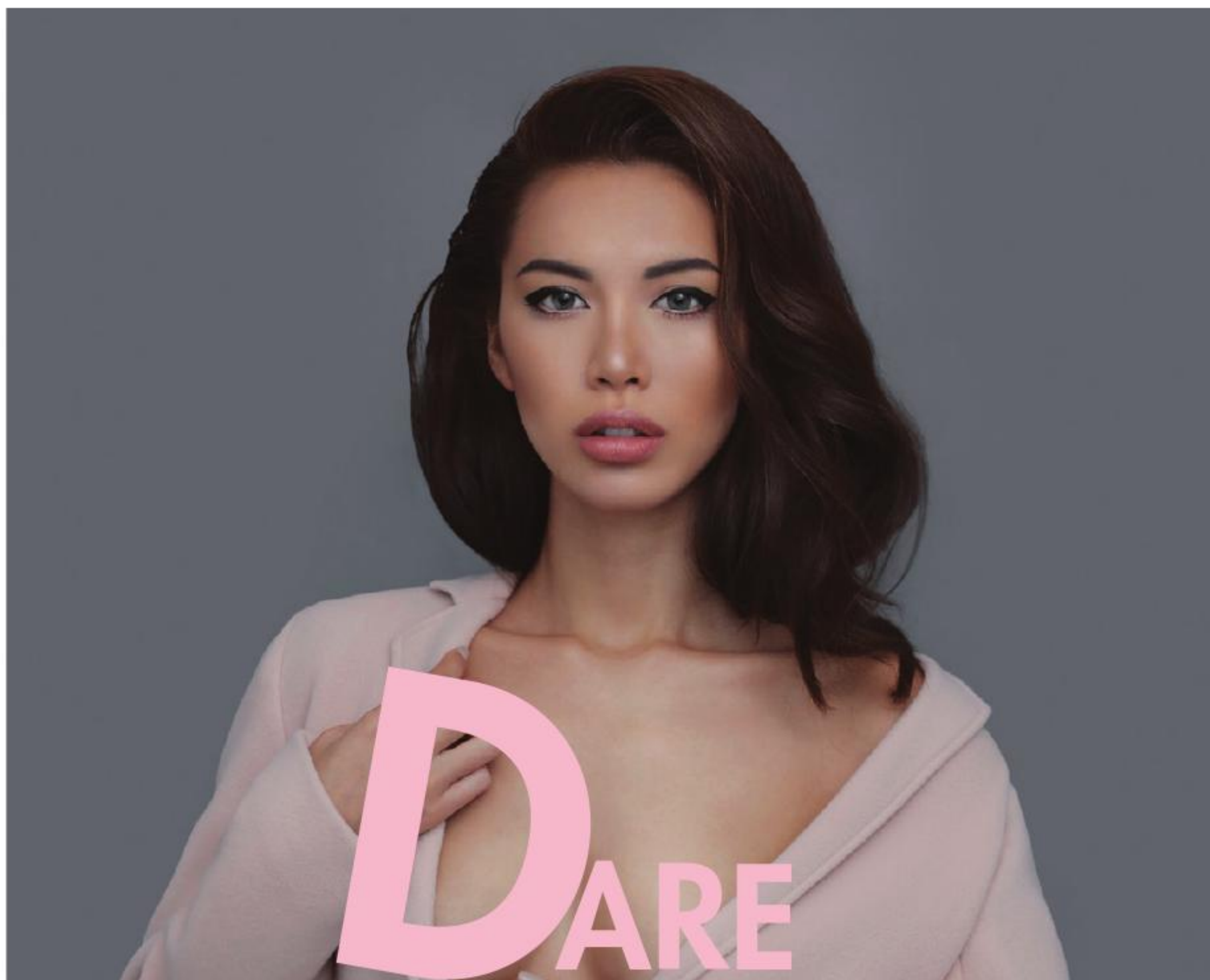
MAKING LIFE BETTER



CALIFORNIA
FITNESS & YOGA

MY CLUB
MY ADDICTION

Thị Ngọc Hà



DARE TO DREAM



PHOTO: **TEE LE**
 STYLIST: **LOUIS DANG**
 MAKEUP & HAIR: **T.L**
 MODEL: **MINH TU**
 WARDROBE: **LANVIN (RUNWAY)**
 PRODUCER : **HOANG ANH TRAN**

Có lẽ, trong cuộc sống, với một người, điều khó khăn nhất là dám từ bỏ các ưu thế đang có, dám bước ra khỏi “chiếc hộp thân yêu” mà họ vẫn luôn ở đó. Khó khăn của một du học sinh nằm ở việc dũng cảm từ bỏ sự bảo bọc gia đình để tới một đất nước xa lạ từ ngôn ngữ tới đồ ăn, từ văn hoá tới lối sống. Khó khăn của một sinh viên xuất sắc không phải là tìm kiếm một công việc mà là cân nhắc giữa chấp nhận lời mời của một tập đoàn hay theo đuổi công việc mà họ yêu thích. Điều này cũng giống việc một danh sách dài những người mẫu Việt Nam đang từ bỏ ngôi vị vedette để quảng mình vào biển lớn là các tuần lễ thời trang thế giới (Minh Tú, Hoàng Thùy, Thùy Trang). Hay như việc thương hiệu thời trang cá nhân gốc Việt, Barbara Bùi đứng cạnh các thương hiệu lâu đời trong các tuần lễ thời trang quan trọng.

Điều này, hẳn chưa bao giờ dễ. Tuy nhiên, chỉ khi một người dám bước qua rào cản do chính họ đặt ra, Dám Mơ Ước và Dám Theo Đuổi Mơ Ước, họ mới có thể thành công. Nó đúng với những gì Minh Tú – người mẫu trang bìa của Style số này chia sẻ - “Việt Nam là bầu trời nhỏ. Thế giới là bầu trời lớn, để tồn tại ở đó một người sẽ phải học cách thích nghi. Như vậy mới có thể trưởng thành!”

Style Team



BARTON PERREIRA

EYEWEAR MEANS COOL



M
MILUXE®

Exclusive Boutique :

* Hà Nội: S215 tầng 2 - 26 Hai Bà Trưng, Quận Hoàn Kiếm. Tel: (04) 3934 8989

* TP. HCM: L2-34AB Union Square - 171 Đồng Khởi, Quận 1. Tel: (08) 3936 9263
199 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Quận 3. Tel: (08) 3932 5925

* Đà Nẵng: G 6 Indochina Riverside Towers, Quận Hải Châu. Tel: (0511) 3849 049

STYLE

NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

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

FAX: 04.39436024. Website: nxbthanhvien.vn

EMAIL: info@nxbthanhvien.vn

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

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN

GIÁM ĐỐC - TỔNG BIÊN TẬP: NHÀ VĂN NGUYỄN TRƯỜNG

BIÊN TẬP : ĐOÀN PHAN THẮNG

CHÂU BÁCH MEDIA

HÀ NỘI: Tầng 4, 216 Bà Triệu 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

ANDREA NGUYỄN - TRÍ TUỆ

THAM GIA BIÊN SOẠN

FASHION: HOÀNG MINH CHÂU

BEAUTY: BÙI THANH HOA

LIFESTYLE: TRẦN MINH HÙNG

ENTERTAINMENT: ANH TRÂM

BAN SÁNG TẠO

CHÂU BÁCH MEDIA

chaubachmedia@gmail.com

THIẾT KẾ MỸ THUẬT

CẨM NHUNG

camnhungstyle@gmail.com

NHIẾP ẢNH GIA

SAMUEL HOÀNG - BOBBY NGUYỄN - MẠNH BI - TEE LE

STYLIST

HOÀNG KU - NHUNGKIKO - LUSIA LAN ANH - MY GOI

QUẢNG CÁO

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

EMAIL: chaubachmedia@gmail.com

PHÁT HÀNH

HÀ NỘI: Tầng 4, 216 Bà Triệu Hà Nội - 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 Tiến Phong

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

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

WEBSITE www.stylemagazine.vn

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

Nhà xuất bản THANH NIÊN

SỐ XÁC NHẬN ĐĂNG KÝ XUẤT BẢN TẬP 10: 937-2015/CXBIPH/14-57/TN theo QĐXB số: 304/QĐ-NXBTN

KHỔ: 21x28.5cm

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

In xong và nộp lưu chiểu tháng 10 năm 2015

ISBN: 978-604-64-2677-1

GIÁ: 39.500 VNĐ



ESCADA

LUALA MILANO 61 LY THAI TO HANOI +84 4 39369899
136 NAM KY KHOI NGHIA HCMC (OPENING SOON)

ESCADA.COM



Galliano Royal by Simon Procter

I INSPIRATION

32. EDITOR'S PICKS:

STRONG & SEXY

36. ON TREND:

THE LONG COAT

56. THÀNH DANH NƠI XÚ NGƯỜI

62. PICKED FOR HIM:

THE TRAVELLER



Barbara Bui

B BEAUTY

84. MI ĐẸP KHÔNG CẦN MASCARA

86. MÙI LỬA ẤM

90. SÓNG SIÊU ÂM GIẢI PHÁP

NHẸ NHÀNG CHO MỠ BỤNG

92. BÍ MẬT CỦA NHAU THAI CỬU



H HI TECH

98. BEST TABLET

100. HI-TECH:

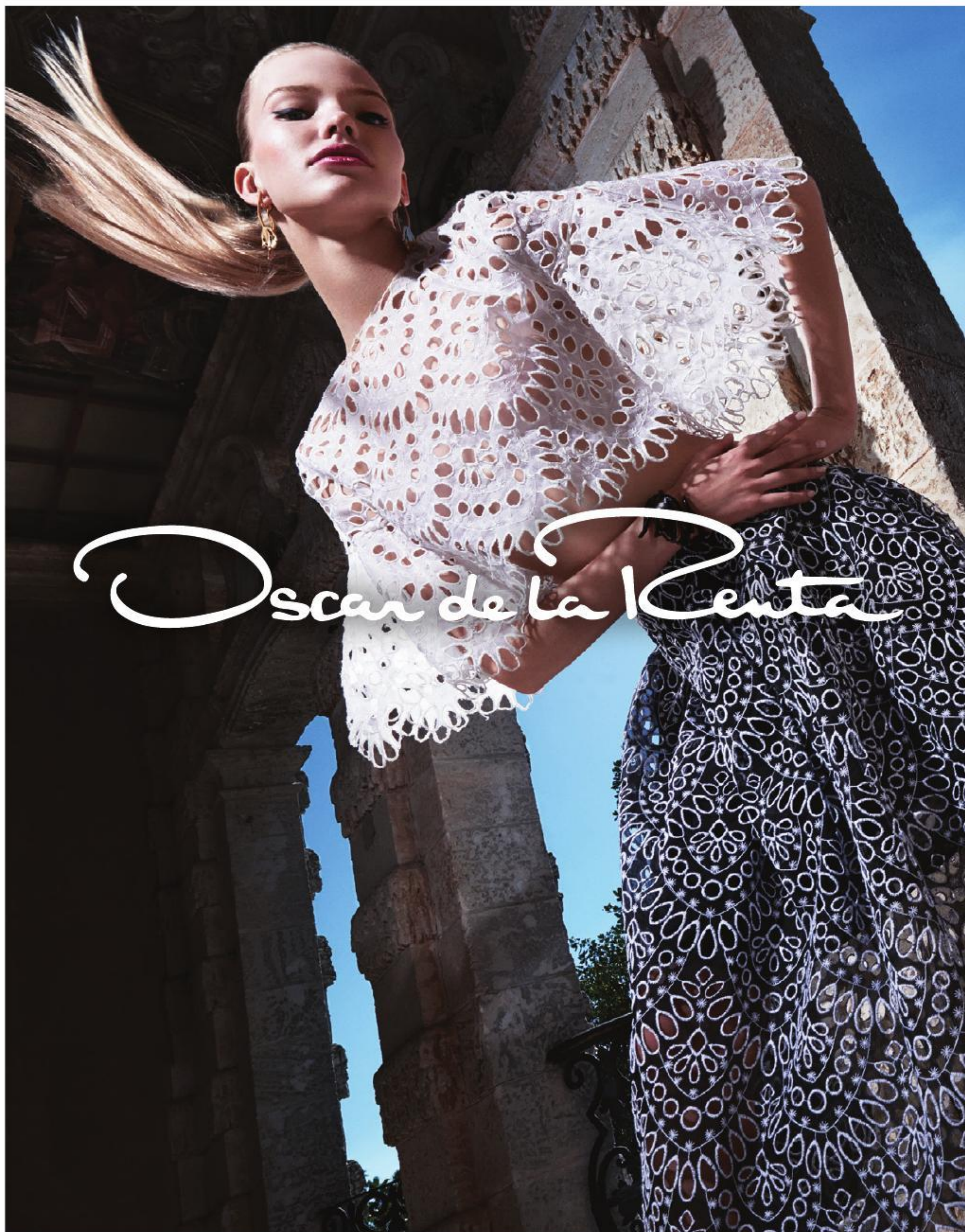
5 GADGET CỦA THÁNG

102. CARS:

5 MẪU XE GIA ĐÌNH TỐT NHẤT



Sony Xperia Z4 Tablet



Oscar de la Renta

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

136 Nam Ky Khoi Nghia, HCMC (Opening Soon)

Lualamilano.com



Mary Katrantzou AW 2011 by Erik Madigan Heck

E EXPERIENCES

106. NHỮNG KHU NGHỈ ĐẸP NHẤT VIỆT NAM

112. ẨM THỰC NGÀY CHÓM THU

118. DÉCOR:
NHỮNG ĐƯỜNG CONG TUYỆT MỸ



F FEATURES

128. MINH TÚ: HẠNH PHÚC KHI ĐƯỢC ĐÀN ÔNG... NHÌN LÊN

138. GÀO: "TÔI ĐÃ NHẢN NẠI HƠN RẤT NHIỀU"



S STYLE TALK

134. MÙA THU NÀY NGHE NHẠC GÌ?

136. PHIM VIỆT TÌM ĐƯỜNG RA BIỂN LỚN

142. PHỤ NỮ ĐÃ THỰC SỰ Ý THỨC BÌNH QUYỀN?



LAPERLA.COM



LAPERLA

NHẬP KHẨU VÀ PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN: CÔNG TY TNHH RITA VÔ
M16 - VINCOM CENTER 72 LÊ THÁNH TÔN Q.1 TP.HCM

Into The



World

Bạn sẽ chỉ thấy thế giới này “phẳng” và “nhỏ bé”
nếu bạn sẵn sàng rộng mở và khám phá nó!

Ninh - Lan

Bức hình trên đã được Style đặc biệt lựa chọn từ trong chiến dịch quảng cáo Spirit of Travel của Louis Vuitton do nó thể hiện được mẫu hình phụ nữ lý tưởng mà Style hướng tới: Những người phụ nữ luôn không ngừng chinh phục thế giới. Chiến dịch quảng cáo này được chụp tại Nam Phi với sự tham dự của 02 người mẫu, nghệ sĩ Karen Elson và Edie Campbell, chụp bởi Peter Lindbergh và chỉ đạo nghệ thuật bởi Carine Roitfeld.

Nếu bạn đi trên đường Orchard Road ở Singapore và chẳng may có va phải ai đó, thì cũng đừng có ý định mở lời xin lỗi bằng tiếng Anh nhưng lại lầu bầu những câu khó ưa bằng tiếng Việt, bởi rất có thể người bạn vừa va phải là một người Việt Nam. Hay nếu bạn có được mời tới tham dự tuần lễ thời trang London, Paris hay Milan và có gặp một ai

đó tóc đen, mắt đen, thì rất có thể, đó cũng là một người Việt Nam. Hay theo một thống kê mà Style vô tình thu thập được mỗi năm có tới 4,5 triệu người Việt Nam ra nước ngoài (vì những lý do rất khác nhau.) Nghĩa là không ngoa khi nói trên những chuyến bay tới châu Âu, phần đông hành khách là những người Việt. Họ đang không ngừng bước ra thế giới, tìm hiểu và khám phá nó. Câu hỏi lúc này đặt ra là Bạn Có Sẵn Sàng Hội Nhập Để Khám Phá Thế Giới Đây?

Thực tế là trong hàng ngàn năm nay, những người châu Âu tìm tới châu Á, và những người châu Á (tất nhiên, gồm có cả người Việt Nam) cũng tìm tới châu Âu để khám phá, tìm kiếm cơ hội và học hỏi. Mặc dù không gian và khoảng cách vẫn như vậy nhưng thời gian của những cuộc viễn trình dường như đang ngày càng ngắn lại, từ hàng thập kỷ xuống thành hàng năm, tháng rồi cuối cùng là giờ. Thế nên, không ngoa khi nói nếu đối với Marco Polo, châu Á là một Viễn Đông xa xôi; thì với một người Việt trẻ của thế kỷ 21, châu Âu đã không còn gì là xa lạ nữa, có chăng cũng chỉ là 20 phút ngồi Uber, ăn 01 bữa dưới đất, 03 bữa trên trời và thậm chí là còn chẳng kịp đọc xong cuốn Thế Giới Phẳng. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển của công nghệ, chúng ta, tất cả đều đang là một phần của thế giới chung này. Một người ngồi ở Hà Nội nhưng có thể là khách hàng quan trọng của các thương hiệu ở London; làm nhân viên cho một công ty ở Mỹ; và thậm chí là có thể kiếm anh chàng “ngon giai” nào đó ở đâu kia thế giới với Tinder!

Thế giới nhỏ lại và sự cạnh tranh thì không ngừng lớn lên - tôi

đã không ít lần bật cười khi những cô bạn gái của mình nhầm nhớ nhau, chỉ để tránh việc 02 nàng bạn thân nhớ cùng hẹn một anh chàng. Và điều này cùng lúc, cũng có nghĩa dù muốn, dù không bạn sẽ vẫn phải chiến đấu với vô số những cá thể khác để có được một chỗ đứng trong Đấu trường 07 tỷ người này. Nghĩa là bạn phải tiên phong trong việc tìm kiếm cơ hội cho chính mình thay vì chờ đợi cơ hội sẽ tới với bạn. Điều này giống như việc người mẫu Minh Tú đã đại diện cho thế hệ người mẫu dám nghĩ, dám làm, tự bỏ tiền tích cóp để đi casting chứ không chỉ ngồi đợi sự giới thiệu từ các công ty model như Kha Mỹ Vân với BeU và Thùy Trang với Tay Model.

Cũng chính trong Đấu trường 07 tỷ người này, bạn hoàn toàn có thể “chết chìm” trong biển các cá thể “giống giống” bạn. Như vậy có nghĩa ai cũng sẽ có chỗ nếu HỌ KHÁC BIỆT. Còn bạn, do chạy theo lối mòn của người khác, rất tiếc, bạn sẽ KHÔNG CÓ CHỖ cho mình.

Thực tế, ý tưởng về việc đề cao sự khác biệt và chấp nhận sự khác biệt không phải tới giờ khi thế giới bị “là phẳng” và “thu nhỏ” bởi Internet mới xuất hiện. Nhà văn Ayn Rand cách đây 73 năm - nghĩa là phải rất lâu sau đó thế giới mới có Internet - đã đưa ra các ý tưởng về khác biệt, về cái tôi và đề cao cái tôi cá nhân. Thậm chí ý tưởng này còn được bắt đầu khi tay viết số 01 thế giới về Công Nghệ và Toàn Cầu Hoá, Thomas Friedman vẫn chỉ

là một tế bào trứng trong bụng mẹ. Và càng rất lâu trước khi ông ta kịp đi vòng quanh

thế giới, phỏng vấn rất nhiều công ty từ Coca-Cola tới các công ty thời trang để đúc kết được rằng Thế giới thì Phẳng và Người Ấn Độ đang làm những công việc của Anh, còn trang phục của rất nhiều thương hiệu của Ý thì được gia công bởi Trung Quốc.

Cũng chính trong thế giới phẳng và ngày càng nhỏ bé này, không có ý tưởng sai. Bởi ngay cả ý tưởng sai nhất cũng có thể trở thành ý tưởng phù hợp nhất và mang lại “quả ngọt”. Một cô nàng xinh gái, du học về, chẳng biết làm gì mở đại một quán cà phê và đồ ăn. Khi nàng rảnh, nàng ngồi viết blog về ẩm thực (thú thực tôi không hiểu tại sao nàng không viết ngôn tình hay điểm tình) để giết thời gian. Rồi một ngày, trước sự ngỡ ngàng của các chuyên gia tài chính hàng đầu thế giới, trước sự bàng hoàng của các chủ doanh nghiệp Việt Nam, nàng nhận khoản đầu tư \$5,5 triệu của một quỹ đầu tư mạo





KENZO PARIS

PRESENTS

A MOVIE

BY

GREGG ARAKI

HERE



NOW

KENZO.COM/HERENOW



hiếm và bắt tay xây dựng chiến lược đưa thương hiệu của mình lên sàn chứng khoán Hong Kong.

Một ví dụ khác. Một chàng trai ngồi buồn, mở một quán cà phê ven đường mà xét về danh tiếng (ban đầu) thì Starbucks hay Coffee Bean chỉ “hắt hơi” hoặc “sổ mũi” cũng đủ để quán cà phê của chàng trai đó bốc hơi. Nhưng hiện nay, chuỗi cửa hàng cà phê của chàng trai có doanh số bán lên tới 11.000 tách/ly cà phê mỗi ngày. Một ví dụ khác nữa. 02 chị em sinh đôi Mai Nhi và Linh Nhi đang học tại Nhật. Ý tưởng của 02 nàng càng có vẻ “rồ dại” hơn tất cả, mở siêu thị bán đồ ăn, thực phẩm và gia vị Việt Nam tại đất nước mà số nhà hàng sao Michelin nhiều hơn cả Pháp – một đất nước vốn nổi tiếng về nghệ thuật ẩm thực. Chẳng ai có thể nghĩ đây là ý tưởng hoàn hảo nhưng thực tế đang chứng minh điều ngược lại, rằng quyết định của Mai Nhi, Linh Nhi là đúng khi công việc của 02 chị em ngày càng phát triển và đang mở ra thêm nhiều triển vọng hứa hẹn.

Suy Nghĩ Khác Biệt sẽ tạo ra Sự Khác Biệt; Sự Khác Biệt sẽ tạo ra Thành Công Khác Biệt. Điều mang Chi Anh tới với khoản đầu tư \$5,5 triệu cho chuỗi nhà hàng The Kafe có thể là bởi một Đam Mê Khác Biệt. Trong khi đó, điều đưa Đinh Nhật Nam và chuỗi cửa hàng Urban Station tới với doanh số 11.000 ly mỗi ngày là một Tinh Thần Khác Biệt. Còn về chị em sinh đôi Mai Nhi, Linh Nhi thì đó lại là khả năng nhìn ra Cơ Hội Khác Biệt.

Tuy nhiên, cần hiểu rằng mẫu số chung của việc tạo ra những Sự Khác Biệt trên tới từ một nền tảng giáo dục vững chắc, một tinh

thần dám thử nghiệm và chấp nhận thất bại. Họ dám mơ ước và không ngại “chìa má để nhận cái cái tát của cuộc đời.” Với họ những “vết sẹo vấp ngã nơi đầu gối là bài học” chứ không chỉ dừng lại ở việc xem chúng như các “chiến tích trong cuộc sống”. Với họ, thà rằng “đặt cược lớn” và chơi “ván bài lớn” để tìm chiến thắng chứ không vì sợ hãi những “vết sẹo nhỏ” mà e dè trước những cơ hội trước mắt.

Tới lúc này, tôi tin rằng, mỗi bạn đọc đều đã nhận thông điệp mà chúng tôi muốn gửi gắm trong bài viết. Đó là việc Hãy Dám Trở Nên Khác Biệt; Hãy Dám Dại Khờ; Dám Theo Đuổi những điều mình cho là đúng; Dám Rộng Mở và Đón Nhận những điều mới mẻ, Tiếp Nhận những luồng tư tưởng mới. Bởi xét cho cùng, Into The World không phải chỉ dừng ở việc bạn đã dùng champagne Moet Chandon trên Singapore Flyer hay đi Monaco chưa; mà nằm ở việc bạn là người thế nào. Into The World càng không chỉ nằm ở các cuốn sổ passport dày cộm visa quá cảnh mà nằm ở thái độ của bạn với mỗi sự việc.

Bởi Into The World không phải là hành động;

Nó là một suy nghĩ Cấp Tiến!

Và đó là khi bạn Bước Qua Khỏi Hoàn Môn – dù chưa tới Paris!

nashi

TINH DẦU DƯỠNG NASHI ARGAN

Tinh dầu Nashi Argan nuôi dưỡng vẻ đẹp cho mọi loại tóc nhờ hỗn hợp những chất hữu cơ (Organic) chiết xuất từ thiên nhiên, được kiểm chứng với tinh dầu cây Argan của Maroc và tinh dầu hạt lanh, giúp điều trị, nuôi dưỡng và cho mái tóc bóng khỏe với một thao tác đơn giản. Cho mái tóc xỉn màu và tóc yếu trở nên bóng, mềm mại, mượt lâu bền và dễ kiểm soát độ rối cho tóc, giúp tạo ra kết quả hoàn hảo vĩnh viễn mà không làm nặng tóc.

Sản phẩm cho kết quả ngoài sức tưởng tượng ngay sau khi sử dụng. Mọi kiểu tóc đều trở nên bóng khỏe và suôn mượt. Sử dụng sản phẩm thường xuyên sẽ giúp mái tóc bạn trở nên dễ kiểm soát hơn và tăng hiệu quả bảo vệ tóc trước những tác động có hại của môi trường.



THIEN AN COSMETICS - 94 Lương Yên, Q. Hai Bà Trưng, Hà Nội - **ĐT:** 04 3972 8182, **Fax:** 04 3972 7880
HCM: 47B Lê Văn Lương, P.Tân Phong, Q.7 - **ĐT:** 08 37760064, **Hotline:** 0988 226644, **Tech:** 0932 131131
Website: www.thienanco.vn - **Showroom:** www.yeulamdep.vn - **Facebook:** Nashi Argan Vietnam





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

HOÀNG ANH TRẦN

anh.tran@chaubachmedia.com

MARKETING EXECUTIVE

TRANG NGUYỄN

DIGITAL DEVELOPMENT

VIỆT ANH HOÀNG

MEDIA

NGỌC NGUYỄN

EVENT PRODUCER

NGỌC AN

DESIGNER

CẨM NHUNG - JUNE NGUYỄN

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.

Phong cách ấn tượng cùng

STREET STYLE



Street Style là cuộc thi phong cách thời trang dạo phố diễn ra trong suốt một tháng trên fanpage của Style Magazine. Cuộc thi là nơi hội ngộ của tất cả những ai đam mê thời trang, chụp hình cũng như không ngại thể hiện cá tính bản thân thông qua lời bình đi kèm. Bên cạnh đó, giải thưởng đi cùng cũng vô cùng hấp dẫn với tổng giá trị giải thưởng lên đến 35.000.000 đồng. Phong cách là của riêng bạn vậy thì ngại gì mà không thể hiện cá tính thời trang của bản thân.



STYLE
AWARDS

2015 ME&MY
STYLE C&M HANGHIEU

rilloz

21SIX

LI-NING

ROMANSON

GIVENCHY

*Le
Range*
- À - PORTER

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



www.givenchybeauty.com

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

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

BE STYLE, BE YOU

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



Chanel Cruise 2016

32

EDITOR'S PICKS: STRONG & SEXY



56

THÀNH DANH NƠI XỨ NGƯỜI



“Thời trang thực sự là một ngành công nghiệp toàn cầu -Carine Roitfeld”

36

ON TREND: THE LONG COAT



62

PICKED FOR HIM: THE TRAVELLER



STYLE

www.facebook.com/stylemagazine
Liên hệ quảng cáo: 04.3773.8005

coveted clutch

Với phụ nữ, những chiếc xách đầm (clutch) giống như những chiếc đồng hồ quý đối với đàn ông: Biết tất cả nhưng luôn giữ bí mật.

Louis Vuitton



Alexander McQueen



Stella McCartney



Bottega Veneta



Oscar de la Renta



Jimmy Choo



Victoria Beckham



Saint Laurent



GEMS
CITY



Rực rỡ Sắc màu
Trang sức Đá màu



DOJI

HỆ THỐNG TRUNG TÂM & CỬA HÀNG TRANG SỨC CAO CẤP DOJI TRÊN TOÀN QUỐC

Hotline: **1800 1168**

www.doji.vn / www.trangsuc.doji.vn

Smart Casual

D R Harris



Etro



Canali



Polo Ralph Lauren



Bottega Veneta



Brunello Cucinelli



Falke



Nike



Gucci



GIVENCHY

GENTLEMEN
ONLY

CASUAL CHIC

PHONG CÁCH THANH LỊCH - HƯƠNG THƠM NAM TÍNH



www.givenchybeauty.com

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | PARKSON SAIGONTOURIST | PARKSON HÙNG VƯƠNG |
HÀ NỘI | 1 BÀ TRIỆU | VINCOM ROYAL CITY | VINCOM CITY TOWERS | LOTTE CENTER | HẢI PHÒNG | PARKSON T&D |
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: 242/15/QCMP-HCM.

Strong & Sexy



Eugenia Kim



Linda Farrow



Étoile Isabel Marant



Balmain



Saint Laurent



Dolce & Gabbana



Louis Vuitton



Dolce & Gabbana



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE


SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

sporty chic

Mặc Đẹp Không Khó bởi đã có những món đồ sau.
Với những gợi ý ở đây của Style, tin rằng Chính
phục Thế giới với bạn sẽ chỉ là Chuyện Nhỏ!



Stella McCartney



Balenciaga



Louis Vuitton



See by Chloé



Michael Kors



Bottega Veneta



Valentino



Alexander Wang

ROTARY
Les Originales
SWISS MADE 1895 - WATERPROOF

120 years of Swiss watchmaking

1895

Vào năm 1895, M. Dreyfuss mở nhà máy tại thành phố La Chaux de Fonds, Thụy Sĩ. Nhu cầu sản phẩm tốt và chất lượng cao đã thúc đẩy công ty phát triển nhanh chóng.

1940

Rotary được chỉ định là nhà cung cấp đồng hồ chính thức cho Quân Đội Anh.

2009

Rotary giới thiệu 2 sáng kiến quan trọng – Tiêu Chuẩn Chống Nước và Bảo Hành Vĩnh Viễn.

2013

Rotary trở thành Nhà Bấm Thời Gian Chính Thức Toàn Cầu cho CLB Bóng Đá Chelsea.

2014

Rotary được trao giải thưởng Queen's Award hạng mục Thương mại Quốc Tế.

2015

Rotary kỷ niệm 120 năm là nhà chế tác đồng hồ Thụy Sĩ và kế thừa truyền thống gia đình.

Jura Limited Edition

Một tạo tác mới từ bộ sưu tập Swiss Made đầy cuốn hút với bộ máy tự động kiểu khung xương. Phiên bản giới hạn chỉ có 500 chiếc

**SWISS
MADE**

**BẢO HÀNH
TRỌN ĐỜI**

**KHÁNG NƯỚC
BOI LÀN CẢ NGÀY**

**MẶT KÍNH
SAPPHIRE**

The Long Coat



Xuất hiện rầm rộ trên các sàn diễn Milan và New York là những chiếc áo khoác dài kỳ lục (ít nhất qua phần bắp chân, đôi khi còn chạm cả đất!) “được thả phanh” đầy ngẫu hứng và phóng khoáng, không chút máy móc gò bó theo lối thông thường. Bạn có thể tùy ý kết hợp chúng với bất kỳ kiểu trang phục nào: dài hoặc ngắn, váy hoặc quần, bó hoặc suông tùy thích. Một loạt những thương hiệu đình đám như Roberto Cavalli, Jil Sander, Derek Lam, DKNY, Emilio Pucci, Fendi, Jason Wu, Marni, Narciso Rodriguez hay Zimmermann chắc hẳn sẽ đủ để bạn tha hồ lựa chọn!

Black & White



Trắng và đen được coi là hai màu vô sắc, bởi chúng chỉ có tác dụng làm tăng độ đậm nhạt của các màu sắc khác chứ không làm biến đổi tính chất của màu. Tuy vậy, trắng và đen khi đan xen, hòa quyện có thể mang lại vô số sự kết hợp đa dạng, đầy “màu sắc”. Từ các đường vân đầy uyển chuyển mềm mại (Christian Dior, Saint Laurent, Victoria Beckham, Céline), những hình khối đồ họa tạo ấn tượng thị giác mạnh mẽ (Emilio Pucci, Valentino, Roland Mouret) đến những họa tiết đa dạng đẹp mắt trong các thiết kế của Bottega Veneta, Isabel Marant hay Louis Vuitton.

Brocade Beauty



Gấm rất thích hợp cho những hoàn cảnh đặc biệt như: những buổi dạ tiệc trang trọng hay những lễ hội hóa trang lộng lẫy. Gấm đồng thời là chất liệu được dùng nhiều trong các thiết kế phục trang sân khấu và lễ phục tôn giáo. Khi mặc những bộ đồ gấm, hãy nhớ tối giản các phụ kiện đi kèm để tránh sự rườm rà, thiếu tập trung. Mùa Thu Đông 2015, gấm xuất hiện trong các thiết kế của Alberta Ferretti, Alice + Olivia, Carven, Erdem, Mary Katrantzou, Marques' Almeida, Paule Ka hay Valentino.

*cuộc sống là nét đẹp năng động



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

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

Fresh in Fringe



Có vẻ như “cơn sốt” tua rua từ những bộ sưu tập Xuân Hè vẫn chưa hạ nhiệt. Tua rua tiếp tục trở thành xu hướng nổi bật của mùa Thu Đông 2015, gợi nhớ tới phong trào Nhạc Jazz với điệu nhảy Charleston đầy sôi động những năm 1920 của thế kỷ trước. Burberry nổi bật hơn cả trong việc tận dụng triệt để các đường tua rua vào thiết kế áo cape và poncho mang phong cách bohemian đầy tính ngẫu hứng. Trong khi đó chiếc áo tua rua da cam trong bộ sưu tập của thương hiệu Balmain lại mang đến vẻ táo bạo, mãnh liệt khó cưỡng...

*cuộc sống là nét đẹp năng động



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

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



► LI-NING

Hãng Li-Ning vừa cho ra mắt BST Thu Đông 2015. Nếu là một tín đồ của phong cách thể thao, chắc chắn bạn sẽ không thể “ngó lơ” những thiết kế mới nhất này. Những bộ trang phục bằng chất liệu ni, gió mang nét đẹp của thời trang thể thao hiện đại, với những tính năng ưu việt như: giữ ấm, tránh mưa, chắn gió, không bám bẩn... phù hợp với thời tiết mưa phùn, se lạnh. Sự tinh tế trong kiểu dáng hòa cùng các gam màu tươi sáng nổi bật còn thổi một luồng mới tươi trẻ trong sắc Thu âm đậm.

Chi tiết xem tại website: www.lining.com.vn/



UPERSPORTS

Là chuỗi cửa hàng bán lẻ hàng hiệu thể thao lớn nhất tại Thái Lan, Supersports bắt đầu thâm nhập thị trường Việt Nam từ tháng 10 năm 2013. Đến nay, Supersports đã mở được 4 cửa hàng tại Hà Nội và 6 cửa hàng tại TP.HCM. Supersports vừa chính thức khai trương cửa hàng thứ 10 vào ngày 10 tháng 10, tại SC VivoCity, Quận 7, TP.HCM. Đây là cửa hàng đầu tiên của Supersports có trang bị một góc giải trí cho khách hàng và các thiết bị sạc điện thoại di động. Supersports luôn cam kết mang lại nhiều lợi ích cho khách hàng cùng trải nghiệm mua sắm thú vị nhất.

► ADIDAS NEO

Thể hiện đúng tinh thần trẻ và nhiệt huyết “Now is everything” (Hiện tại là tất cả), diễn viên kiêm người mẫu Huỳnh Anh và Khả Ngân xuất hiện đầy năng lượng và khỏe khoắn với những mẫu thiết kế mới của Adidas Neo trong bộ sưu tập mới dành cho mùa Thu Đông năm 2015. Thương hiệu

Adidas Neo là một nhánh của dòng sản phẩm Adidas Sport Style, tiêu biểu cho phong cách thời trang vui nhộn, ngẫu hứng và sáng tạo bất ngờ. Đây là nhãn hàng dành cho giới trẻ thích khám phá sự mới lạ, tự tin, năng động, đa năng trong nhiều hoàn cảnh.



► 361°

Những thiết kế mới nhất trong BST Thu Đông của hãng 361° vừa trình làng đã nhanh chóng chiếm trọn trái tim của cộng đồng yêu thời trang thể thao. BST gồm quần áo, giày, phụ kiện trẻ trung, màu sắc và phóng khoáng. Nhà tài trợ trang phục chính thức của Olympic Rio 2016 này còn ghi điểm ở chất liệu vải cao cấp cùng khả năng chống mưa, tránh gió phù hợp với khí hậu nhiệt đới của Việt Nam. Cập nhật những thiết kế mới nhất của thời trang 361° tại: Website: www.361-sport.com.vn hoặc Facebook: www.facebook.com/361sport.vn





BRUNELLO CUCINELLI

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



TELLA MCCARTNEY KIẾN
STEVE MADDEN

Theo nguồn tin mới nhất, Stella McCartney đã kiện Steve Madden vì tạo ra một “bản sao tồi” chiếc túi Falabella danh tiếng. “Rất lâu sau khi bộ sưu tập túi Falabella (của Stella McCartney) được tung ra thị trường và có được chỗ đứng nhất định trong làng thời trang thế giới, thậm chí ngay cả sau khi Stella McCartney đã đăng ký thành công bản quyền sở hữu cho thiết kế này, Steve Madden bắt đầu nhập khẩu và bán ra thị trường mẫu túi tote bag, dù có kiểu dáng bên ngoài khá giống với Falabella, nhưng thực chất chỉ là một bản sao tồi.” Daily Mail Online trích dẫn từ một số biên bản pháp lý được công bố trước đó vài ngày.

Mẫu túi BTotally được Steve Madden tung ra thị trường với giá bán lẻ 70 bảng Anh, thấp hơn nhiều so với dòng túi của Stella McCartney, có giá từ 475 đến 1230 bảng Anh (cho phiên bản tua rua). Các luật sư của Stella McCartney được cho là đang có những hành động yêu cầu phía thương hiệu Steve Madden dừng ngay việc kinh doanh mẫu túi này và bồi thường cho thương hiệu nước Anh khoản thiệt hại hiện vẫn chưa được xác định. Năm trước, Steve Madden cũng dính vào một vụ việc tương tự: bị nhà mốt Balenciaga tố cáo hãng đã “ăn cắp” mẫu thiết kế từ chiếc túi Motorcycle lừng danh. Cả phía thương hiệu Stella McCartney lẫn Steve Madden đều chưa đưa ra bất kỳ lời bình luận nào về vụ việc này.



► MARQUES' ALMEIDA CỘNG TÁC CÙNG NEW YORK CITY BALLET

Vừa kết thúc show diễn đầy ấn tượng tại Tuần lễ thời trang London và trở thành người thắng cuộc tại giải thưởng LVMH Designer Prize 2015, cặp đôi thiết kế của thương hiệu Marques' Almeida tới từ London Marta Marques và Paulo Almeida đã kịp cho ra mắt các thiết kế phục trang với phong cách đa sắc màu điển hình dành riêng cho nhóm múa lừng danh New York City Ballet. Vinh dự này 3 lần trước đây thuộc về các thương hiệu Opening Ceremony, Zuhair Murad và Adeam, với ý tưởng thiết kế ban đầu do Sarah Jessica Parker đảm nhiệm. Cùng tham gia dự án này là biên đạo múa Troy Schumacher và nhạc sĩ Ellis Ludwig-Leone. Trong buổi gala mùa thu diễn ra hôm 30 tháng 9 vừa rồi của New York City Ballet, giới hâm mộ còn được chứng kiến các thiết kế phục trang của Peter Copping (giám đốc sáng tạo Oscar de la Renta) cho một vở ballet của Peter Martins được dàn dựng lại mang tên “Thou Swell”.



► “AI SEXY NHẤT?” DƯỚI GÓC NHÌN CỦA VICTORIA'S SECRET

Vừa qua, đội ngũ sản xuất show trình diễn nội y đình đám nhất thế giới Victoria's Secret vừa công bố danh sách “What is Sexy?”, trong đó bình chọn ra những gương mặt, những cá tính được coi là sexy nhất thế giới. Tất cả có tổng cộng 16 hạng mục bình chọn. Trong đó, “Ca sĩ sexy nhất” nhất thuộc về Ariana Grande; “Diễn viên sexy nhất” thuộc về Rachel McAdams, “Mái tóc sexy nhất” thuộc về Chrissy Teigen, “Phong cách sexy nhất” thuộc về Olivia Palermo, “Cơ thể mặc bikini sexy nhất” thuộc về Beyoncé Knowles, “Nụ cười sexy nhất” thuộc về Lily James, “Đôi mắt sexy nhất” thuộc về Margot Robbie, “Đôi môi sexy nhất” thuộc về Jessica Biel, “Xuất hiện thăm đò sexy nhất” thuộc về Emma Stone, “Đôi chân sexy nhất” thuộc về Taylor Swift, “Ngôi sao mới nổi sexy nhất” thuộc về Nathalie Emmanuel...



BÍ MẬT CỦA VƯƠNG MIỆN



Bạn biết gì về vương miện Hoa hậu Hoàn vũ Việt Nam 2015?

Xuất phát từ mục tiêu: “Tôn vinh nét đẹp của người phụ nữ Việt Nam,” vương miện Hoa Hậu Hoàn Vũ Việt Nam 2015 được thiết kế và hoàn thiện thủ công một cách tinh tế. Đó là sự kết hợp gần như hoàn hảo của ngọc trai tự nhiên có sắc bóng tuyệt đẹp, và những viên đá quý màu hồng nữ tính.

Vương miện nổi bật với năm viên ngọc trai South Sea ánh vàng rực rỡ tượng trưng cho năm thành phố lớn Hà Nội, Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Đà Nẵng và Cần Thơ, cùng với 58 viên đá quý với sắc hồng tinh tế tượng trưng cho 58 tỉnh thành cùng vươn lên phát triển, hội nhập quốc tế.

Bên cạnh đó, 54 viên ngọc trai quanh chân vương miện tượng trưng cho sự đoàn kết của 54 dân tộc anh em. Đặc biệt, 2015 viên đá quý tinh xảo lấp lánh đính viên khắp vương miện đại diện cho năm 2015, bên cạnh 18 viên ngọc trai ánh xà cừ tuyệt đẹp tượng trưng 18 vị vua Hùng – nguồn gốc phát triển các dân tộc Việt Nam.

Chủ nhân của ý tưởng tuyệt vời này chính là Long Beach Pearl, cũng là nhà tài trợ vương miện và trang sức chính của cuộc thi. Long Beach Pearl là tập đoàn hàng đầu Việt Nam về nuôi cấy, chế tác trang sức từ ngọc trai cao cấp kết hợp với vàng, bạc và đá quý. Hiện tại, tập đoàn sở hữu gần 20 trung tâm, cửa hàng trên khắp các điểm du lịch và thành phố lớn: Hà Nội, Huế, Đà Nẵng, Nha Trang, Cam Ranh, Mũi Né, Hồ Chí Minh và Phú Quốc. Với mẫu mã tinh tế, đặc sắc, sang trọng và đẳng cấp, Long Beach Pearl luôn được khách hàng đánh giá cao về chất lượng sản phẩm và vinh hạnh được bình chọn là một trong Top 10 thương hiệu hàng đầu Việt Nam.

Long Beach Pearl
ELEGANT AND LUXURIOUS SEA PEARL

Hiện nay Long Beach Pearl có mặt hầu hết tại các thành phố lớn và điểm du lịch trên toàn quốc. Hãy gọi: 0947 997 978 hoặc 0965 25789 để được đưa đón miễn phí đến tham quan và mua sắm tại Nha Trang, Mũi Né và Phú Quốc.

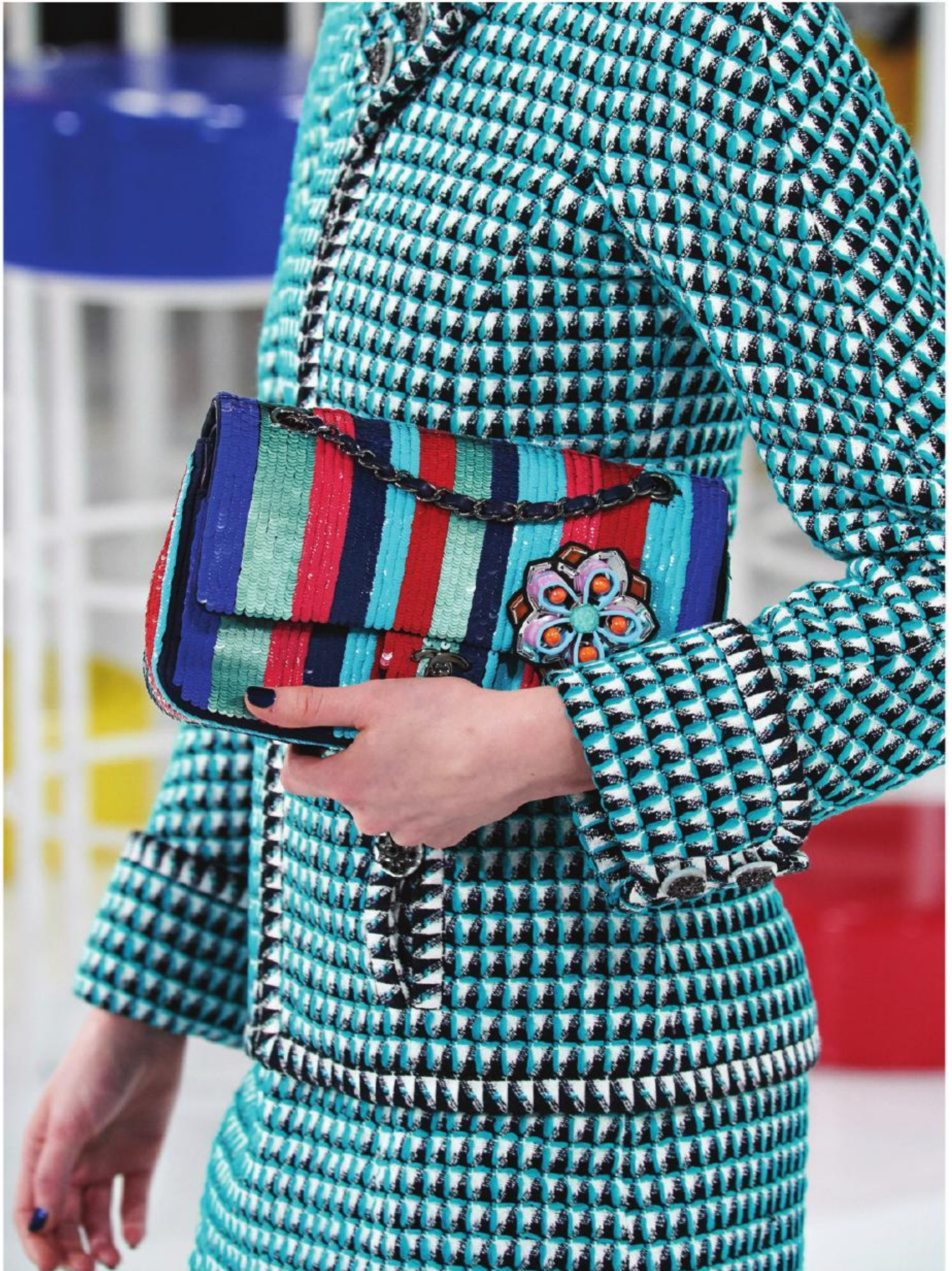


CHANEL CRUISE 2016

VỚI BỘ SƯU TẬP NÀY, CHANEL TẬP TRUNG KHAI THÁC NGUỒN CẢM HỨNG TỚI TỪ ĐẤT NƯỚC HÀN QUỐC NHƯ NHỮNG CHIẾC GỐI DÁNG TRÒN HAY NHỮNG BỘ ĐỒ HANBOK TRUYỀN THỐNG ĐỂ ĐƯA VÀO NHỮNG MẪU TÚI MỚI CỦA MÌNH. BÊN CẠNH ĐÓ, HÃNG CŨNG MANG TỚI CHO BỘ SƯU TẬP MỘT TINH THẦN TRẺ TRUNG VỚI NHỮNG ĐƯỜNG SỌC MÀU TRÊN CÁC VUÔNG VẢI POJAGI ĐÃ ĐƯỢC LÀM MỚI.

















BARTON PERREIRA

KÍNH CỦA CÁC NGÔI SAO



BẠN LÀ NGƯỜI SÀNH ĐIỀU? BẠN LÀ NGƯỜI AM HIỂU THỜI TRANG VÀ TỰ XEM MÌNH LÀ MỘT TÍN ĐỒ THỜI TRANG ĐÍCH THỰC? TÚI XÁCH TRONG TỦ ĐỒ CỦA BẠN THỜI THÌ ĐỦ CẢ. TỪ MICHAEL KORS ĐẾN CHANEL; TỪ CÉLINE TỚI NANCY GONZALEZ... ĐIỂM QUA TỦ GIÀY, KHÔNG THIẾU NHỮNG ĐÔI GIÀY JIMMY CHOO HOẶC CHRISTIAN LOUBOUTIN – NÓI KHÔNG NGOA, CHÚNG VỪA ĐỦ ĐỂ BẠN LÀM THÀNH MỘT BỘ SƯU TẬP. VÒNG TAY THÌ CHO TỚI NAY, BẠN KHÔNG CHỈ CÓ MỘT MÀ RẤT NHIỀU MẪU SHAMBALLA. HOẶC BẠN CŨNG KHÔNG THIẾU NHỮNG CHIẾC NHẪN CỦA THEO FENNEL. TUY NHIÊN, NẾU CHỈ MỚI DỪNG Ở ĐÓ, BẠN VẪN CHƯA ĐƯỢC XEM LÀ SÀNH ĐIỀU BỞI LÝ DO LÀ BẠN VẪN CHƯA CÓ NHỮNG CÂY KÍNH CỦA BARTON PERREIRA – KÍNH CỦA CÁC NGÔI SAO HOLLYWOOD. THẬM CHÍ NGAY CẢ VỚI NHỮNG NGÔI SAO NAM, MỘT CÂY KÍNH CỦA BARTON PERREIRA CŨNG CÓ Ý NGHĨA KHÔNG KÉM GÌ MỘT ĐÔI GIÀY CỦA BERLUTI HAY MỘT BỘ SUIT CỦA ZEGNA HOẶC CANALI.





Nam diễn viên Giovanni Ribisi trong một shoot hình chụp quảng cáo cho Barton Perreira.



CƠN SỐT CỦA HOLLYWOOD

Nghe có vẻ khó tin nhưng thực tế là vậy, một danh sách dài những ngôi sao Hollywood đang xuất hiện với kính Barton Perreira mỗi ngày. Từ Michael Douglas tới Brad Pitt, từ Ashley Tisdale tới Lindsay Lohan, từ Angelina Jolie tới Heidi Montag... Brad Pitt mới đây vừa xuất hiện trên bìa tạp chí GQ Mỹ trong động tác selfie hài hước nhưng vẫn đủ lịch lãm với một cặp kính Barton Perreira. Trong khi đó, Ashley Tisdale, Lindsay Lohan, Angelina Jolie, Heidi Montag, Marcia Cross, Emmy Rossum lại tạo ra những “bản phối” giữa kính Barton Perreira với các thương hiệu danh tiếng và đình đám khác như Chanel hoặc Valentino. Đáng nói hơn là những kết hợp này hoàn toàn đến từ sở thích và gu của mỗi người. Người hâm mộ bắt gặp những hình ảnh đầy cảm hứng chụp các ngôi sao nữ diện kính Barton Perreira trên Pinterest hay Facebook với lượt bình luận và chia sẻ khổng lồ.

Không chỉ phủ sóng các trang mạng xã hội, cái tên Barton Perreira là lựa chọn quen thuộc của các stylist của Vogue và Elle. Phải kể đến nữ văn sỹ New York Taryn Bell – người chưa từng bỏ sót bất kỳ tập nào của chương trình America’s Next Top Model – khi viết những cuốn tiểu thuyết dựa trên nguồn cảm hứng tới từ cuộc thi thời trang này đã quyết định chọn Barton Perreira như một phụ kiện bắt buộc của những người phụ nữ sành điệu. “Đúng đó là một người phụ nữ cao, choàng khăn che không chỉ kín đầu mà còn gần như cả khuôn mặt. Đó là một phong cách rất chic. Chiếc khăn choàng dường như là một lựa chọn lạ kỳ bởi vì lúc đó đang là tháng 8 nhưng Lindsay biết chắc giá của chiếc khăn không hề nhỏ. Cô ấy cũng đeo một cây kính mát kích thước ngoại cỡ - hiệu Barton Perreira. Linda nhắm tính chiếc kính có giá tối thiểu cũng khoảng 500 USD. Linda suy tính nếu nhận được hợp đồng, cô sẽ tự thưởng cho mình một chiếc kính như vậy...”

Từ tiểu thuyết, Barton Perreira cũng bước vào phim ảnh, mang tới cho mọi người một cái nhìn rõ nét hơn về thương hiệu. Trong bộ phim tài chính kinh điển Wall Street: Money Never Sleeps, Barton Perreira là cây kính mà chuyên gia tài chính Gordon Gekko lịch lãm và chín chắn lựa chọn để đồng hành xuyên suốt bộ phim. Gần đây hơn, Barton Perreira là thương hiệu kính các ngôi sao của phim Captain America diện tại phim trường ra đến sự kiện ra mắt bộ phim (Chris Evan thậm chí đã đeo kính Barton Perreira – mẫu kính màu vàng champagne – trong khi selfie với những người hâm mộ và trong toàn bộ thời gian họp báo).

GIẢI MÃ SỨC NÓNG

Vậy lý do nào đưa Barton Perreira nhanh chóng trở thành thương hiệu kính đình đám tới vậy (trong khi là một thương hiệu khá trẻ chỉ mới thành lập từ năm 2007 và thực tế, cái tên Barton Perreira vẫn chưa được cập nhật vào Voguepedia)? Chỉ có thể giải thích điều này bởi một gout thẩm mỹ tinh tế (của nhà thiết kế Patty Perreira) và một đam mê dành cho những món đồ hoàn mỹ (của chủ tịch thương hiệu Oliver Peoples, Bill Barton). Phép cộng hoàn hảo của một gout thẩm mỹ của Patty (đã được xác nhận bởi những nhà thời trang danh tiếng như Prada, Paul Smith, Jil Sander và Vera Wang) với các kiến thức về quản lý và kỹ thuật của Bill lập tức trở thành quả “rocket” đưa Barton Perreira tới với vị thế của ngày hôm nay.

Những biểu tượng phong cách của Hollywood như Angelina Jolie, Rachel Zoe, Heidi Klum, Jessica Biel, Orlando Bloom, Chloë Sevigny và Giovanni Ribisi chỉ là một vài cái tên bổ sung cho một danh sách dài những ngôi sao yêu thích Barton Perreira. Với Giovanni Ribisi – xem A Million Ways To Die In The West, việc sở hữu một cây kính của Barton thôi thì chưa đủ. Nam diễn viên sinh năm 1974 này đã kết hợp với Barton Perreira để thiết kế 02 cây kính mát (được đặt tên là The Giovanni và The Ribisi.)

Một đặc điểm nữa của kính Barton Perreira là được thực hiện hoàn toàn thủ công bởi các nghệ nhân lành nghề. Tuy nhiên, điểm đáng nói hơn là những thiết kế của Barton Perreira. Một số người đánh giá đây là những thiết kế quá quái, có phần lập dị. Tuy nhiên, đó chính là điểm khác biệt bởi thương hiệu này không bao giờ chạy theo xu thế, mà thay vào đó Barton Perreira chỉ để ra xu thế. Cảm hứng thiết kế của Barton Perreira thường tới từ những bộ phim, những phong trào và những khuynh hướng âm nhạc chất lượng. Đây chính là lý do giải thích cho việc kính Barton Perreira gây ra cơn sốt cho thiếu số sành điệu – những ngôi sao.

THÀNH DANH NƠI XỨ NGƯỜI

Nhắc đến những kinh đô thời trang hàng đầu thế giới, không thể không nói tới Paris, Milan, London, New York và Tokyo. Điều này khiến không ít người yêu thời trang đôi khi nhầm tưởng hầu hết các nhà thiết kế nổi tiếng đều tới từ Pháp, Ý, Anh, Mỹ hay Nhật. Sự thật là một nhà mốt có thể là thương hiệu nước Pháp nhưng người sáng lập kiêm Giám đốc sáng tạo lại là một người Algérie như trường hợp của huyền thoại Yves Saint Laurent với thương hiệu cùng tên. Những năm gần đây, khi mà thế giới ngày càng “phẳng” và cơ hội rộng mở dành cho tất cả mọi người không phân biệt màu da hay quốc tịch, chúng ta được chứng kiến sự lên ngôi của rất nhiều nhà thiết kế đến từ mọi nơi trên thế giới như Trung Quốc (Derek Lam, Jason Wu, Vivienne Tam), Thái Lan (Phillip Lim, Thakoon), Li-băng (Elie Saab, Zuhair Murad, Reem Acra), Ấn Độ (Manish Arora), hay Colombia (Haider Ackermann), v.v... Trong số đó, không thể không nhắc đến những nhà thiết kế gốc Việt đã và đang làm nên những dấu ấn nhất định trong làng thời trang thế giới như Barbara Bui, Hien Le, Olympia Le-Tan, Quynh Paris, Chloe Dao hay Phuong My. Chắc chắn sẽ là một thiếu sót nếu như bạn chưa từng biết đến họ, chưa tìm hiểu họ hay ít nhất là xem qua các thiết kế của họ, để mà ngưỡng mộ, để mà tự hào!



BARBARA BUI

Barbara Bui không phải là một cái tên xa lạ của làng thời trang quốc tế tuy nhiên ít người biết rằng bà là một nhà thiết kế gốc Việt với mẹ là người Pháp, bố là người Việt. Có thể nói, hành trình đến với thời trang của Barbara Bui có đôi nét khá giống Miuccia Prada. Tuy đam mê kịch nói nhưng bà lại theo học về văn chương. Sau khi lấy được tấm bằng Tiến sĩ Văn chương Anh vào năm 1983, Barbara bất ngờ quyết định rẽ sang thử sức với thời trang. Bà cùng bạn trai lúc bấy giờ là diễn viên William Halimi mở một cửa hàng thời trang mang tên Kabuki. Năm 1987, Barbara ra mắt buổi trình diễn thời trang đầu tiên trước đông đảo báo giới và fashion buyers quốc tế, ngay lập tức nhận được sự đón nhận nồng nhiệt và những phản hồi vô cùng tích cực. Thương hiệu Barbara Bui từ đó chính thức ra đời, có cửa hàng boutique đầu tiên đặt tại rue Etienne Marcel, Paris. Ngay từ những ngày đầu, phong cách thời trang đặc trưng của Barbara Bui đã hình thành một cách rõ nét. Đó là sự pha trộn hài hòa giữa cái mạnh mẽ, cá tính dữ dội của Rock 'n' Roll và nét mềm mại, thanh lịch đầy nữ tính, hai mặt tưởng chừng như đối lập nhưng lại thống nhất trong tính cách và vẻ đẹp của người phụ nữ hiện đại. Năm 1998, dòng thời trang nhánh phụ Barbara Bui Initials ra đời, tập trung chủ yếu vào các thiết kế quần dài, với phong cách lưỡng tính đầy phóng khoáng và giá cả tương đối phải chăng. Năm 1999, Barbara có show diễn đầu tiên tại New York và khai trương cửa hàng tại trung tâm Soho, kế đến là boutique tiếp theo tại Paris và Milan. Bà tập trung xây dựng hình ảnh cho thương hiệu Barbara Bui nhờ vào các chiến dịch quảng cáo công phu với sự góp mặt của những tên tuổi nhiếp ảnh nổi tiếng, trong đó có David Bailey, chồng cũ của huyền thoại điện ảnh Catherine Deneuve. Năm 2003 đánh dấu một bước tiến lớn trong sự nghiệp của Barbara Bui khi thương hiệu của bà được hiệp hội thời trang cao cấp Pháp Chambre Syndicale de la Couture Francaise et des Créateurs de Mode công nhận là thành viên chính thức. Các thiết kế của Barbara một lần nữa quay trở lại với Tuần lễ thời trang Paris. Kể từ đó đến nay, thương hiệu Barbara Bui luôn nhận được sự yêu mến và ủng hộ của giới mộ điệu trên khắp thế giới. Đặc biệt hơn cả, các thiết kế giày của Barbara Bui được các ngôi sao hàng đầu như Kristen Stewart, Zoe Saldana hay Katy Perry đặc biệt yêu thích và lựa chọn.



Kristen Stewart trong một thiết kế giày của Barbara Bui



Zoe Saldana trong một thiết kế của Barbara Bui tại Lễ trao giải MTV 2015



Barbara Bui Thu Đông 2015



PHƯƠNG MY

Mặc dù tuổi đời còn khá trẻ nhưng những gì Phương My đã gặt hái được với tư cách một nhà thiết kế thực sự đáng ngưỡng mộ. Không phải ngẫu nhiên mà cô gái 27 tuổi có tên trong danh sách “30 gương mặt nổi bật nhất dưới 30 tuổi” tại Việt Nam do tạp chí danh tiếng Forbes lựa chọn. Phương My có một lợi thế lớn, sang Mỹ từ nhỏ khi mới 13 tuổi, ban đầu theo học chuyên Toán tại UCLA, nhưng rồi cô sớm nhận ra “mình thích vẽ quần áo hơn là những con số.” Phương My lần lượt theo học tại Academy of Art University (California) và Học viện Mỹ thuật San Francisco, tốt nghiệp năm 2012. Phương My giành được thành công đầu đời khi trở thành người chiến thắng tại cuộc thi “Are you Runway Ready?” diễn ra ở New York năm 2010. Một thời gian không lâu sau, Phương My cùng các thiết kế của mình xuất hiện tại hàng loạt các sàn diễn uy tín như Tokyo Fashion Fuse 2011, Black V Fashion Show (với tư cách là một trong năm gương mặt thiết kế xuất sắc nhất San Francisco) và đặc biệt là New York Fashion Week Xuân Hè 2012. Ngoài công việc thiết kế, Phương My đã có thời gian làm báo, cộng tác với nhiều tạp chí lớn như Vogue, Elle, Harper’s Bazaar... với vai trò stylist hoặc producer. Tháng 1 năm 2013, Phương My ra mắt cửa hàng flagship store đầu tiên cho thương hiệu cùng tên tại TP. Hồ Chí Minh, tiếp đó là Hà Nội.

Tính đến thời điểm hiện tại, có thể nói, Phương My là một trong số ít những nhà thiết kế Việt đang dần xây dựng được thương hiệu và chỗ đứng của mình trong làng thời trang quốc tế. Đó cũng chính là mục tiêu và hướng đi lâu dài mà Phương My lựa chọn. Tâm sự với báo giới, Phương My cho biết, người phụ nữ Á Đông dịu dàng, đắm thắm nhưng cũng rất mạnh mẽ và mãnh liệt là cảm hứng chủ đạo trong các thiết kế của cô. Phương My rất kỹ tính trong việc lựa chọn các chất liệu cao cấp, đôi khi cô còn “tự chế” ra chúng, đặt dệt và xử lý tại các thị trường hàng đầu như Paris, Milan và Hong Kong. Các thiết kế của Phương My thường giản lược về chi tiết, tuy nhiên rất tinh tế và sắc sảo trong từng đường cắt và kỹ thuật dựng, cách tạo khối hiện đại và nữ tính, nổi bật là phom dáng xếp phồng độc đáo đã trở thành dấu ấn riêng của thương hiệu Phương My. Không chỉ được các ngôi sao Việt như Linh Nga, Ngô Thanh Vân, Văn Mai Hương, Hoàng Thùy, Dương Trương Thiên Lý, Tăng Thanh Hà, Ngọc Hân, Ngọc Trinh... yêu thích, các thiết kế của Phương My còn được một số ngôi sao Hollywood tên tuổi như Lindsay Lohan, Lydia Hearst, Inbar Lavi... tin tưởng và lựa chọn. Năm 2015 này, Phương My gây được ấn tượng mạnh với công chúng yêu thời trang qua bộ sưu tập mở màn Tuần lễ thời trang quốc tế tại Việt Nam “Reflection”, với nguồn cảm hứng chính là hình ảnh những con sóng dạt dào xô bờ nơi đại dương mênh mang và khoáng đạt.



Hiền Lê và các thiết kế cá nhân



HIỀN LÊ

Những năm gần đây, Berlin nổi lên như là một trong những kinh đô thời trang mới, với rất nhiều các hoạt động của nền công nghiệp diễn ra ở qui mô lớn nhỏ mà nổi bật là Tuần lễ thời trang Mercedes-Benz qui tụ rất nhiều tài năng thiết kế trẻ đến từ khắp nơi trên thế giới. Trong số các tên tuổi nổi danh ở Berlin có Hiền Lê, chàng trai trẻ gốc Việt với khuôn mặt thư sinh đậm chất Việt Nam. Hiền Lê đã có một khoảng thời gian đáng kể thử sức với những công việc khác nhau trong ngành thời trang trước khi quyết định thành lập thương hiệu của riêng mình mang tên Hien Le vào năm 2010. Hai bộ sưu tập đầu tay của Hiền Lê được trưng bày tại Collect Showroom for Contemporary Fashion. Bộ sưu tập thứ 3 của Hien Le bất ngờ giành được giải ba của cuộc thi thời trang danh tiếng "Start your fashion business" được tổ chức vào tháng 7 năm 2011. Đây chính là cơ hội giúp Hiền Lê tổ chức show diễn thời trang đầu tay trong khuôn khổ Tuần lễ thời trang Mercedes-Benz tại Berlin. Không lâu sau đó, thương hiệu Hien Le giành được đề cử "Thương hiệu mới xuất sắc nhất" do tạp chí thời trang thương mại danh tiếng "Sportswear International" bình chọn. Năm 2012, Hiền Lê tiếp tục chiến thắng ở giải thưởng Musikexpres Style Award và cũng kể từ đó, Hien Le thường xuyên xuất hiện với tư cách là một trong những show diễn được mong chờ nhất tại Tuần lễ thời trang Mercedes-Benz. Hiền Lê để lại nhiều dấu ấn với các thiết kế tối giản, năng động, trẻ trung, phom dáng hiện đại, chú trọng ở những đường cắt tinh xảo và phóng khoáng. Tất cả đều được sản xuất tại Đức với chất lượng tốt nhất theo tiêu chuẩn thời trang cao cấp. Thương hiệu Hien Le hiện có mặt tại thị trường Đức, Mỹ, Thụy Sĩ và Hong Kong.



Hien Le Thu Đông 2013

Công chúng yêu thời trang Việt Nam vẫn luôn hi vọng trong thời gian tới sẽ có không ít các nhà thiết kế nội địa "made in Vietnam" có đủ tài năng để "đem chuông đi đánh xứ người" tại các sân chơi quốc tế, có đủ tiềm lực để "tấn công" và chinh phục các thị trường nước ngoài đầy tiềm năng nhưng cũng đầy thách thức. Cứ nhìn vào những gì mà các nhà thiết kế trong nước đã và đang làm được: Hà Trương giành giải thưởng Nhà thiết kế xuất sắc nhất Mercedes-Benz Fashion Award 2004, Công Trí tham dự Triển lãm thời trang quốc tế trong khuôn khổ Tuần lễ thời trang London 2013, Lý Giám Tiên gây ấn tượng mạnh tại New York Couture Fashion Week hồi đầu 2015, Võ Việt Chung vừa được Fashion TV ghi hình 3 bộ sưu tập mới nhất, các nhà thiết kế Minh Hạnh, Đỗ Mạnh Cường hay Nhật Dũng tổ chức những show trình diễn công phu tại nước ngoài..., chúng ta hoàn toàn có thể đặt niềm tin và hi vọng rằng trong tương lai không xa, các nhà thiết kế trong nước sẽ đạt được những thành công vượt ngoài biên giới quốc gia, và cái tên Việt Nam sẽ ngày một xuất hiện nhiều hơn, khẳng định chỗ đứng nhất định trên bản đồ thời trang quốc tế.



ÂM GIA KHANG RA MẮT BỘ SƯU TẬP THU ĐÔNG 2015.

Nhà thiết kế trẻ Lâm Gia Khang vừa ra mắt một bộ sưu tập đặc biệt dành cho các quý cô thanh lịch, lấy cảm hứng từ nghệ thuật, hội họa và điêu khắc. Những nét vẽ ngẫu hứng cũng như những họa tiết cột nhà của kiến trúc châu Âu được kết hợp với nhau một cách độc đáo. Hình ảnh những cô nàng nghệ sĩ phóng khoáng và cá tính như bước ra từ đời thật. Bộ sưu tập nhấn mạnh vào những phom dáng ứng dụng, hiện đại và tối giản. Những họa tiết ren cầu kỳ, tinh xảo mang tới sự sang trọng, thanh lịch.

Trong khi chất liệu voan nhẹ nhàng, bay bổng toát lên sự lãng mạn, nữ tính nhưng không kém phần gợi cảm. Những sợi dây tua rua trên phần cổ xuất hiện từ áo trễ vai đến những chiếc váy cũng là một điểm đặc biệt nữa của bộ sưu tập. Đen, trắng, ghi là những gam màu chính được nhà thiết kế lựa chọn. Chia sẻ về bộ sưu tập, Lâm Gia Khang cho biết: “Tôi đã mất hơn 2 tháng để thực hiện 23 bộ trang phục, đây là Bộ sưu tập đặc biệt kỷ niệm 1 năm ra mắt thương hiệu riêng nên tôi hy vọng có thể chinh phục thêm nhiều người hơn và không bị lặp lại chính mình.”



► MAGONN RA MẮT BỘ SƯU TẬP THU/ĐÔNG 2015

Gió lạnh về đã đem theo phong cách cổ điển và thanh lịch của những năm 70 thế kỷ trước trở lại tràn ngập trong bộ sưu tập Thu Đông 2015 của Magonn. Trái ngược với một mùa Hè tối giản đơn sắc, Thu Đông năm nay tất cả các thiết kế đều gây ấn tượng mạnh bằng các điểm nhấn đối nghịch về màu sắc hoặc một chút cách điệu nhưng vô cùng nhẹ nhàng và xinh xắn. Với các đường xếp ly nhấn nhá, vài chiếc cúc nổi bật hoặc những đường cắt xẻ phóng khoáng cùng dáng quần ống vẩy sành điệu hay áo cổ lọ đặc trưng của thập niên 70, tất cả được hòa quyện tinh tế trong những tông màu nóng ấm rất Magonn là xanh navy và đỏ. Chỉ nhìn thôi đã thấy những cơn gió bớt lạnh. Với Magonn, các cô gái sẽ trở nên ngọt ngào và ấm áp hơn trong mùa Thu Đông này. Một điểm đáng chú ý là khách hàng có thể đặt mua online các mẫu thiết kế trong bộ sưu tập với dịch vụ free shipping tại cả Hà Nội lẫn TP. Hồ Chí Minh.

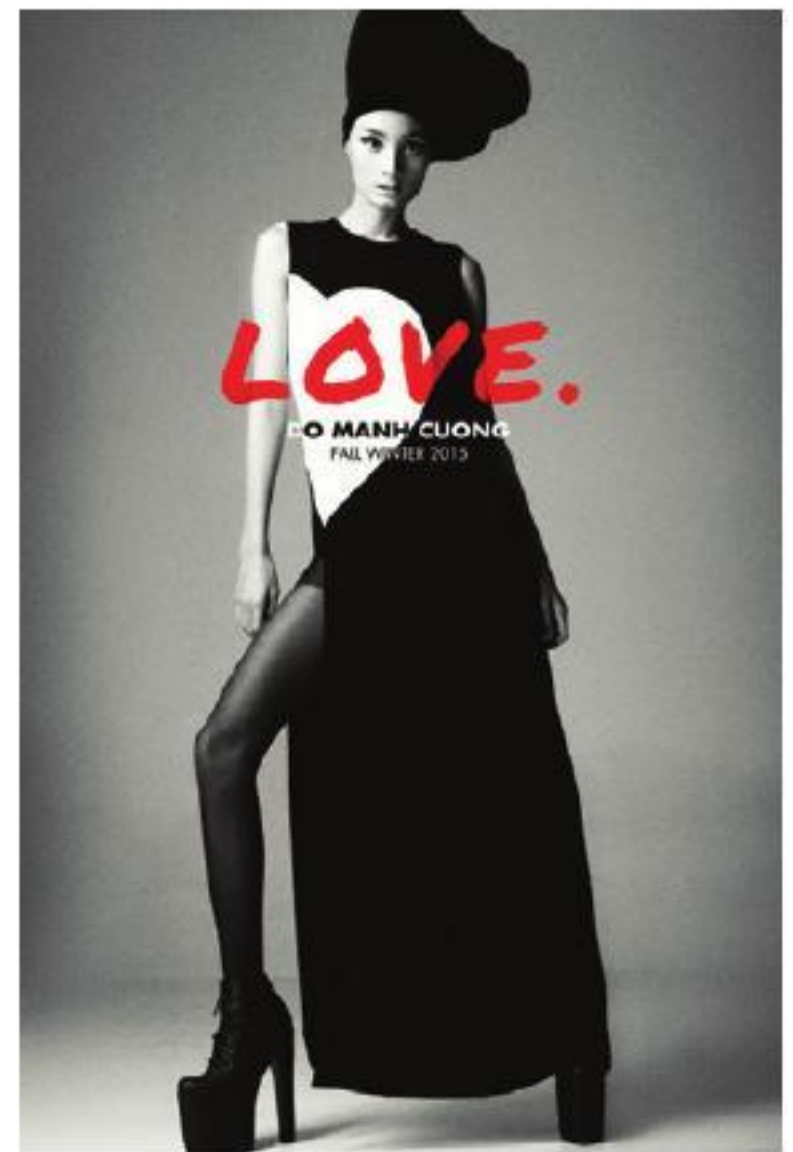


► NHÀ THIẾT KẾ THỦY NGUYỄN RA MẮT BỘ SƯU TẬP MÙI “LÚNG LIẾNG”

Lấy cảm hứng từ các bức họa nổi tiếng mang đề tài người phụ nữ trong thế kỷ 20 của các họa sĩ đại thụ trong nền mỹ thuật Việt Nam như Lê Phổ với tác phẩm “Hoài Cổ Hương”, Mai Trung Thứ với “Hai Thiếu Nữ” và Trần Văn Cẩn với “Gội Đầu”, nhà thiết kế Thủy Nguyễn trình làng BST “Lúng Liếng” mang những nét hiện đại, cá tính và tinh tế của Thế kỷ 21. Trong bộ sưu tập lần này, Thủy Nguyễn sử dụng các chi tiết trong tranh như hình ảnh, màu sắc, đường nét nữ tính và nhẹ nhàng của người phụ nữ Việt Nam để tìm ra những giá trị xưa cũ đồng thời chọn lọc và biến tấu, dẫn dắt, giúp người xem cảm nhận được sự thay đổi của người phụ nữ Việt Nam qua các bối cảnh xã hội khác nhau và qua đôi mắt của nghệ thuật.

► ĐỖ MẠNH CƯỜNG TỔ CHỨC SHOW DIỄN THỜI TRANG TẠI SÂN VẬN ĐỘNG

Có thể nói, đến thời điểm hiện tại Đỗ Mạnh Cường đang là một trong những cái tên hàng đầu tạo nên sức hút và gây ảnh hưởng mạnh mẽ trong làng thời trang Việt Nam. Sau 7 năm gây dựng thương hiệu, Đỗ Mạnh Cường đã khẳng định được vị thế vững chắc bởi sự đầu tư nghiêm túc cũng như tinh thần làm việc hết mình. Những đêm diễn được đầu tư hàng tỉ đồng cùng nhiều bộ sưu tập chất lượng đã minh chứng cho cả quá trình phấn đấu đó. Sau Bộ sưu tập Butterfly vào năm 2013, Sea of Memory vào mùa Xuân/Hè 2014 hay La Vie En Rose vừa được trình làng trên đất Mỹ hồi tháng 6 vừa qua, Đỗ Mạnh Cường hứa hẹn sẽ tiếp tục tạo nên trào lưu, xu hướng mới với họa tiết trái tim - biểu tượng vĩnh cửu của tình yêu. Bộ sưu tập Love (Tình Yêu) hình thành dựa trên quan điểm: “Khi yêu ai cũng có quyền tự do yêu và được yêu theo cách riêng của mình.” Tình yêu là thông điệp mà Đỗ Mạnh Cường muốn thể hiện bằng ngôn ngữ thời trang và chuyển tải trong BST thu đông 2015 đó là: tình yêu không có rào cản nào của tuổi tác, nhan sắc, địa vị lẫn cả giới tính... Love là chương trình thời trang & nghệ thuật với quy mô lớn, diễn ra lần đầu tiên tại Thủ đô Hà Nội vào ngày 11 tháng 12 tới đây tại sân vận động Quần Ngựa, Hà Nội với quy mô hơn 1000 khách mời.



IAO LINH RA MẮT BỘ SƯU TẬP “INTO THE WOODS”

G

Lấy ý tưởng dựa theo nhân vật Gretel trong chuyện cổ tích “Hansel and Gretel” của nhà văn Andersen, theo cách của mình, Giao Linh muốn kể một câu chuyện về sự trưởng thành của Gretel qua ngôn ngữ thời trang. Lấy cảm hứng từ phom dáng và các đường cắt của thời kì Trung Cổ nhưng được biến tấu để tạo nên sự trẻ trung, hiện đại, bộ sưu tập lần này mang tính ứng dụng cao dành cho mùa Thu Đông 2015, sử dụng các chất liệu đa dạng như gấm, taffeta, dạ tweet, len

đan thủ công. Điểm nhấn của các thiết kế sẽ là những họa tiết trang trí được làm bằng khảm trai, với những items như áo khoác bomber, chân váy mini, đầm suông. Mỗi cánh hoa, ngọn cây, lá, nụ được mài dũa cẩn thận qua nhiều công đoạn để đạt tới sự mềm mại và độ bóng đẹp của vỏ trai, sau đó được sắp xếp và đính kết từng phần để tạo nên những chi tiết nổi 3D trên thân áo.



► 21SIX RA MẮT BỘ SƯU TẬP

Mới đây thương hiệu thời trang 21Six vừa cho ra mắt bộ sưu tập thời trang mới, dành cho mùa mốt Thu-Đông 2015. Được biết, bộ sưu tập này đã là một sự đầu tư kỹ lưỡng và chuyên nghiệp của cả một tập thể và ê-kíp hùng hậu với sự tham gia của nhà thiết kế, stylist, chuyên gia trang điểm, nhiếp ảnh gia. Các mẫu thiết kế được thực hiện với những cảm hứng từ những hình tượng người phụ nữ trẻ và hiện đại, thường xuyên đi lại vòng quanh thế giới và tham dự các tuần lễ thời trang quan trọng. Các gam màu khá đa dạng từ đen, trắng tới hồng, với mỗi lựa chọn mang một thông điệp thú vị riêng. Thương hiệu 21Six cũng đã thực hiện một bộ hình để giới thiệu với giới mộ điệu về bộ sưu tập. Được biết, thương hiệu 21Six đang lên kế hoạch để giới thiệu lần lượt các mẫu thiết kế thuộc bộ sưu tập với những tín đồ của thế giới thời trang. Hãy đón chờ!





Burberry



Alpina



Gitman Vintage



Givenchy



Linda Farrow



The traveller

Phong cách thể thao mạnh mẽ, có phần hơi "bụi bùi" mang đậm chất phong trần của set đồ sẽ giúp các chàng trai trở thành tâm điểm của mọi sân bay hay nhà ga hoặc các khu nghỉ trên núi.

Rimowa



Saint Laurent



Rick Owens



Kilgour



Tom Ford



Ebel

Stylish getaway



Jil Sander



Begg & Co



Saint Laurent



Bentley



Rimowa

Những thiết kế ở đây sẽ giúp bạn có được phong cách lịch lãm và có phần sang trọng, ấn tượng trong khi vẫn phải di chuyển quanh thế giới. Rất hợp với các anh chàng hướng tới sự chín chu và cầu toàn.



A black and white photograph of a hand resting on a wooden table against a textured wall. The hand is wearing a dark, long-sleeved garment and a dark glove. The wall has a rough, textured appearance with some faint, illegible markings. The table is made of dark wood with visible grain. The overall mood is artistic and minimalist.

A NEW WAVE OF STYLE

CONCEPT: TONY TRẦN
PHOTOGRAPHER: THIÊN HÙNG
MODEL: PHAN HÀ PHƯƠNG
STYLIST: SANY ĐOÀN
MAKEUP & HAIR: BINH NGUYỄN
PRODUCER: NGỌC AN
FASHION: 21SIX
LOCATION: 21SIX - 216 BÀ TRIỆU - HOÀN KIẾM - HÀ NỘI

















ALLURE GAME

BEAUTY BUZZ - EDITOR'S PICKS - BEAUTY MAKEUP - BEAUTY STORY



Rochas Xuân Hè 2016/Make up: Clé de Peau Beauté

84

MI ĐẸP KHÔNG CẦN MASCARA



86

MÙI LỬA ẤM



“Tôi yêu thích sự tự tin mà việc trang điểm mang lại cho tôi.” - Tyra Banks

STYLE

www.facebook.com/stylemagazine
Liên hệ quảng cáo: 04.3773.8005

90

SÓNG SIÊU ÂM GIẢI PHÁP NHẸ NHÀNG CHO MỠ BỤNG



92

BÍ MẬT CỦA NHAU THAI CỪU





Giá: Kem dưỡng ban ngày Rénergie Multi Lift 2.600.000đ/ 50ml.

CÔNG NGHỆ MỚI CỦA SỰ SẴN CHẮC

Như chúng ta đã biết, tác nhân gây ô nhiễm môi trường góp phần tàn phá và đẩy nhanh tốc độ lão hóa của làn da, thế hệ sản phẩm mới của Rénergie (Lancôme) với "Công nghệ căng gọn sần chắc" khôi phục môi trường tế bào, duy trì sự đàn hồi, giúp làn da trở nên căng gọn, mang lại tuổi thanh xuân từ sâu bên trong. Hiệu quả mà Lancôme Rénergie Multi-Lift mang lại cho làn da vô cùng ấn tượng với 100% phụ nữ đồng ý rằng những đường nét trên khuôn mặt được cải thiện và 97% cảm thấy tự tin hơn. Hiệu quả sẽ đến toàn diện và nhanh chóng hơn nếu làn da được bảo vệ cả ngày lẫn đêm với sản phẩm Rénergie French-Lift có bổ trợ dụng cụ massage năng căng làn da.



Hộp màu mắt và phấn má hồng Đậm, sắc và sang trọng kiểu Pháp, hay nhẹ nhàng và dịu dàng như cô gái Nhật, hai hình ảnh đối nghịch lại có thể tạo nên một sự hòa hợp mới mẻ.

Giá: 2.390.000 VND

Mi giả độc đáo: Những sợi mi đen nhỏ xen lẫn giữa màu xanh dương, trắng, đỏ kiểu Pháp kết hợp với sự chuyên nghiệp trong phong cách thiết kế kiểu Nhật.

Giá: 690.000 VND/cặp.



Dầu làm sạch & tẩy trang Shu Uemura - ultime8 giúp nhẹ nhàng lấy đi lớp trang điểm & bụi bẩn trên da.

Giá: 2.930.000 VND/chai 450ml

THẾ GIỚI THẦN TIÊN CỦA GUERLAIN

Guerlain chưa bao giờ khiến fan hâm mộ của thương hiệu phải thất vọng với sưu tập Holiday mỗi năm, đặc biệt nếu xét đến vẻ đẹp sang trọng không thể cưỡng lại từ những thiết kế tinh xảo. Cảm hứng của sưu tập Holiday năm nay là buổi tối mùa đông yên tĩnh, tuyết rơi lấp lánh trong không gian như những hạt bụi thần tiên màu bạc. Màu trắng bạc của thiết kế kết hợp với những gam màu ấm đã tạo ra sự đối lập trang nhã và rạng rỡ.

Rouge G Collector: Kết cấu son ẩm mịn với thiết kế bóng tuyết tinh xảo trên lớp vỏ trắng bạc.

Phấn Meteorites Perles des Neiges: Sản phẩm kinh điển với những hạt phấn ngọc trai nay kết hợp thêm những bóng tuyết trắng tinh tế.



Eye & Blush Palette: Bảng màu mắt và má hồng rạng rỡ với những màu sắc đặc biệt ấm nóng.

PHƯƠNG ĐÔNG GẶP PHƯƠNG TÂY

Thương hiệu thời trang Maison Kitsuné kết hợp với Shu Uemura để tạo thành một sự giao thoa khó cưỡng trong bộ sưu tập "Beauty remix". Tích hợp biểu tượng đặc trưng của văn hóa phương Đông, phương Tây và biến đổi thành những hình ảnh khác lạ, họ đã tái định nghĩa một nền văn hóa pha trộn giữa vẻ đẹp vĩnh hằng và sự quý phái hiện đại.



VŨ HỘI HOÁ TRANG “Collection BalMasque”

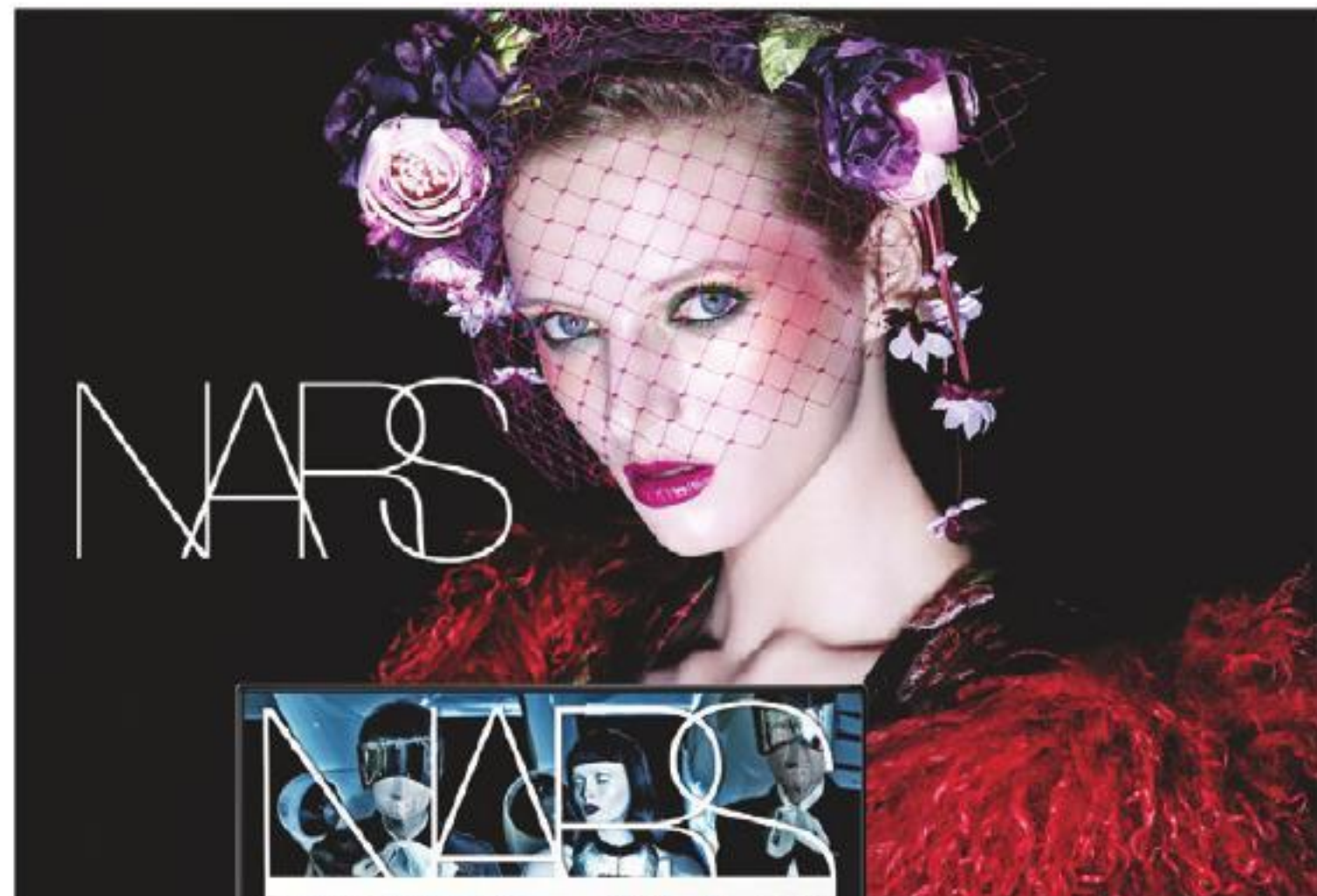
Bộ trang điểm mùa lễ hội phiên bản giới hạn Thu Đông 2015 của Clé de Peau Beauté với bốn màu mắt ánh kim tạo điểm nhấn đặc biệt cho đôi mắt. Mascara rực rỡ tô điểm, định hình sắc sảo cho lông mi. Son môi màu đỏ rực rỡ với vẻ đẹp tinh tế, nổi bật cá tính. Hãy cùng đón nhận chiếc hộp trang điểm phiên bản giới hạn này và đến với buổi vũ hội hóa trang vô cùng kịch tính và tráng lệ sắp tới.



CẶP ĐÔI HOÀN HẢO TỪ SHISEIDO

Với sự kết hợp giữa khoa học tiên tiến và các thành phần tự nhiên từ thảo mộc Châu Á tinh túy, bộ đôi Kem dưỡng da ban ngày Future Solution LX Total Protective Cream và kem chống nắng Universal Defense của Shiseido mang đến hiệu quả cải thiện, ngăn ngừa lão hóa vượt sự mong đợi.

Giờ đây, làn da mang một nguồn năng lượng mạnh mẽ, không chỉ được bảo vệ khỏi những hư tổn do tia UV mà còn được bảo vệ trước các gốc tự do – nguyên nhân làm oxy hoá bề mặt da gây nên các vấn đề về lão hóa. Đồng thời nhịp điệu sinh học của làn da sẽ hòa nhịp cùng dòng chảy thời gian để giảm tối đa những tổn thương.



NARS & STEVEN KLEIN

Một chuyên gia make up trẻ độc đáo + một nghệ sĩ nhiếp ảnh tài năng + một thiết kế huyền thoại = sự sáng tạo đỉnh cao. Và điều này được thể hiện rõ nét trong sưu tập Holiday 2015 của Nars. Không cần dùng nhiều lời lẽ để mô tả lại bộ sưu tập này, chúng tôi chỉ có một câu thôi: Nếu bạn là người yêu thích make up, thời trang và nhiếp ảnh cùng một lúc thì bạn không thể bỏ qua Nars & Steven Klein Collection.

EDITOR'S picks

Những món đồ lộng lẫy này sẽ thắp sáng bầu trời mùa thu âm đạm, không chỉ vì thiết kế tuyệt vời của chúng mà còn vì chất lượng tuyệt hảo.

Khánh Minh



1. TOO FACED LE GRAND PALAIS

Điểm cộng: Sở hữu Le Grand Palais có nghĩa bạn đã có trong này mọi thứ hot nhất, bán chạy nhất của Too Faced từ trước đến nay.

2. CHRISTIAN LOUBOUTIN SILKY SATIN "ROUGE LOUBOUTIN"

Điểm cộng: Thiết kế độc đáo sang trọng với hình viên đạn. Màu sắc lên môi đặc biệt tươi tắn, bền màu nhưng không bị khô. Chất dưỡng môi giúp môi ẩm mịn lâu dài.

3. CHARLOTTE TILBURY THE SUPERMODEL VIDEOBOX MAKE-UP SET

Điểm cộng: Chỉ cần mở nắp, bạn có thể thấy ngay một video hướng dẫn make up của Charlotte Tilbury – một thương hiệu.

4. SISLEY SUPREMYA YEUX LA NUIT

Điểm cộng: Áp dụng thành tựu khoa học của dòng Supremya với công thức LC12 thảo mộc, sản phẩm đặc trị dành riêng cho vùng mắt làm giảm các nếp nhăn đồng thời chống các tác nhân gây lão hóa hay di truyền.

5. CLÉ DE PEAU BEAUTÉ LIP SERUM

Điểm cộng: Cảm giác mát lạnh xoa dịu làn môi như một loại kem dưỡng ẩm chuyên sâu đem lại hiệu quả ẩm mượt tức thì.

Giá: 1.900.000 VND

6. ADIDAS JEREMY SCOTT FOR ADIDAS ORIGINALS EAU DE TOILETTE

Điểm cộng: Thiết kế độc đáo mang đậm dấu ấn của Adidas là thành quả của nhà thiết kế thời trang Jeremy Scott. Sự kết hợp giữa thời trang cao cấp và thể thao mang đến một mùi hương xuất sắc.

7. PERRICONE MD HIGH POTENCY FACE FIRMING ACTIVATOR

Điểm cộng: serum chống lão hoá với những số liệu đáng tin cậy về khả năng làm giảm nếp nhăn hiệu quả

8. MARC JACOBS FRAGRANCE DECADENCE

Điểm cộng: Chai nước hoa có hình chiếc túi màu xanh ngọc này là một món quà độc đáo và sang trọng với thiết kế có một không hai. Mùi hương mạnh mẽ, ngọt ngào và suy đồi của nghệ tây, iris, hoa hồng và hoa nhài sẽ cuốn phăng bạn đi trong một cơn lốc cảm xúc và choáng váng.

Lưu ý: Người thích những hương thơm nhẹ nhàng, nữ tính có thể không chịu được mùi hương này.

Từng có một cuộc nghiên cứu nhỏ về việc những người phụ nữ sẽ thế nào nếu ngủ 6 tiếng trong 3 đêm liên tiếp, do Dailymail (một tờ báo Anh) thực hiện. Anh quốc là nơi phụ nữ ít quan tâm đến việc ngủ đầy đủ và phụ nữ trưởng thành với hàng trăm nỗi lo lắng về công việc, con cái thường tự để mặc bản thân ngủ ít hơn 7 tiếng mỗi tối. Một số thì thậm chí còn không nhớ

lần cuối mình ngủ được 7-8 tiếng một đêm là khi nào. Khi được hỏi, hầu hết đều thấy “không vấn đề gì” và rằng họ có hơi mệt mỗi đôi chút khi thức dậy, nhưng tất cả sẽ được giải quyết với một tách cà phê nóng ngay sau đó. Nhưng khi các thiết bị đo đạc tiến hành quan sát những thay đổi cụ thể trên gương mặt người phụ nữ thì câu trả lời chắc chắn không phải là “không vấn đề gì”. Những nếp nhăn mờ trở nên nét hơn, da kém săn chắc hơn, đôi mắt mệt mỏi hơn, các dấu hiệu về mụn trời dậy. Và đó mới chỉ là 3 đêm. Phụ nữ có nhiều công cụ để che giấu các dấu hiệu này, do đó, người đối diện thường khó mà nhận ra để cảnh báo cho họ kịp thời.

NGỦ VÀO HÔM SAU ĐỂ BÙ LẠI CÓ ĐƯỢC KHÔNG?

Cơ thể cần một thời gian rất dài nếu bạn muốn chuyển đổi nhịp sinh học của mình (như cách những người làm ca đêm thường làm: ngủ vào ban ngày và làm việc trong đêm). Còn thường thì nhịp sinh học của chúng ta đã quy định rằng cơ thể phải nghỉ ngơi bắt đầu từ 10-12h đêm và cần khoảng 7-8 tiếng sau đó để phục hồi cho một ngày mới. Bạn có thể ngủ vào 2-3h sáng và thức vào 10 giờ sáng hôm sau, nhưng việc này cũng chẳng ích gì. Nhịp sinh học đã bị phá vỡ và cơ thể sẽ phản ứng lại ngay với những triệu chứng mệt mỏi vào sáng hôm sau.

TẮM TRƯỚC KHI NGỦ CÓ TỐT?

Tắm ngay trước khi ngủ hoàn toàn không tốt nhưng tắm khoảng một tiếng rưỡi trước khi ngủ bằng nước ấm lại là giải pháp tuyệt vời. Thêm một chút sữa vào bồn tắm, bạn sẽ thức tỉnh với cơ thể mượt mà và êm dịu.

ĐÁP KÍN CHÂN? CHƯA CHẮC ĐÃ TỐT

Rất nhiều người có thói quen đắp chăn ngang hông và để chân tự do ngoài chăn (dù trời không nóng): chỉ như vậy họ mới ngủ ngon hơn mà không biết tại sao. Thực ra việc này có hẳn một lý do

đằng sau đó: bàn chân rất dễ giảm nhiệt, chân thường không có lông nhưng lại tràn đầy mạch máu (nối giữa các động

tĩnh mạch) – các mạch máu này

sẽ giãn ra để giảm nhiệt. Khi

để chân thoải mái ngoài

chăn, khả năng giảm

nhiệt của chân sẽ tác

động lên nhiệt độ

của toàn cơ thể

và khiến chúng

ta chìm vào

giấc ngủ ngon

hơn. Tất nhiên

việc để chân

ngoài chăn chỉ

nên diễn ra ở

nhiệt độ mát

mê trung bình.

Nếu nhiệt độ

xuống thấp, bạn

nên để chân vào

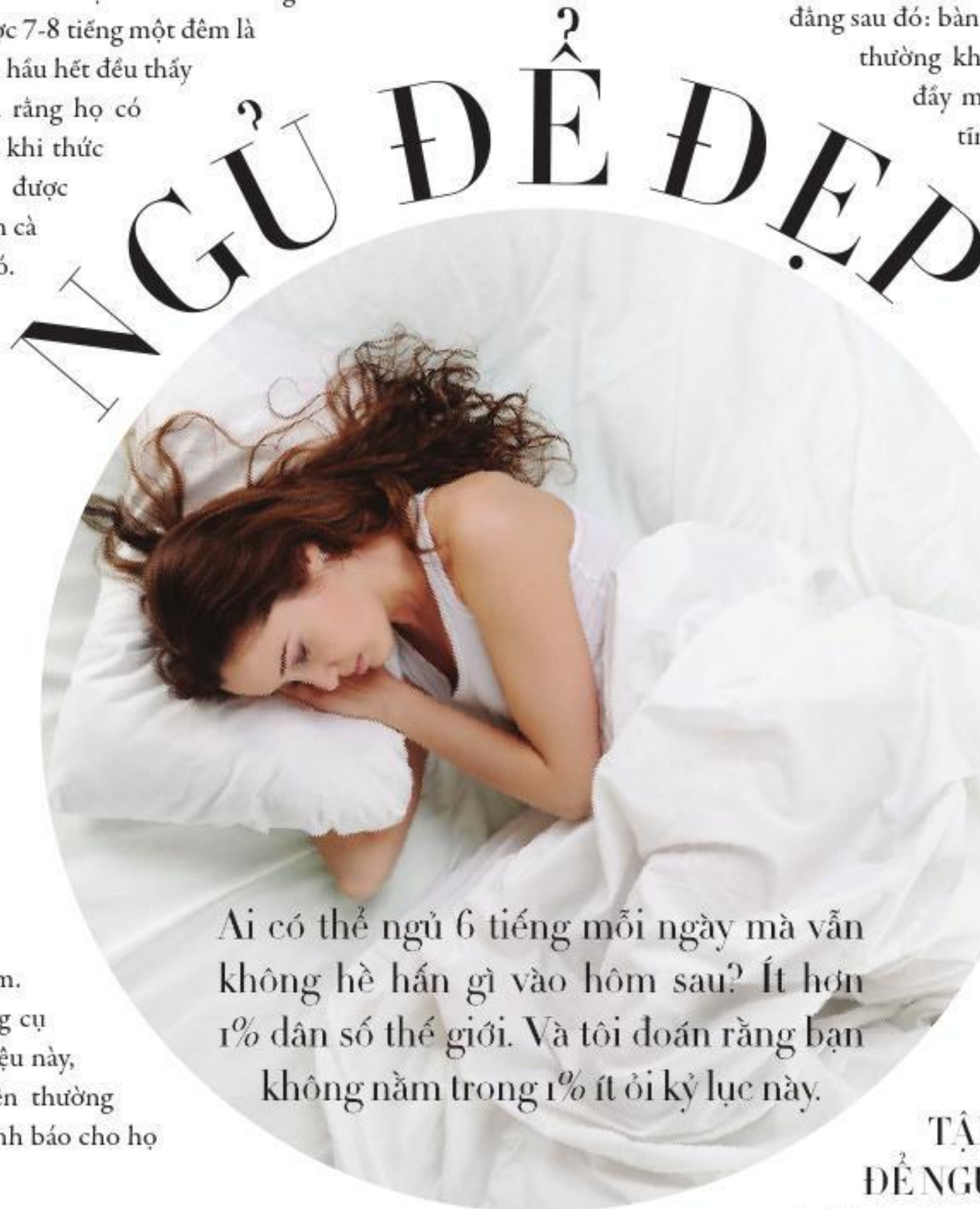
trong chăn, nhưng

không nên đi tất.

Tất sẽ thắt chặt vùng

cổ chân và hạn chế lưu

thông máu trên toàn cơ thể.



Ai có thể ngủ 6 tiếng mỗi ngày mà vẫn không hề hấn gì vào hôm sau? Ít hơn 1% dân số thế giới. Và tôi đoán rằng bạn không nằm trong 1% ít ỏi kỷ lục này.

TẬP YOGA TÂY TẠNG ĐỂ NGỦ NGON HƠN

5 thức tập của yoga Tây Tạng hay còn được gọi là Suối nguồn tươi trẻ thực sự có thể cải thiện giấc ngủ của bạn. Tập năm thức này vào bất cứ thời điểm nào trong ngày, nhưng muộn nhất nên là 2 tiếng trước khi ngủ. Rất nhiều người cho biết giấc ngủ của họ trở nên sâu hơn, ít mộng mị hơn từ khi họ bắt đầu tập năm thức yoga này. Tiêu chuẩn của Suối nguồn tươi trẻ là 21 lần cho một thức tập nhưng bạn có thể chỉ cần bắt đầu từ 3 lần cho một thức tập trong 2 tuần đầu, sau đó tăng dần lên một cách chậm rãi. Điều quan trọng nhất của yoga Tây tạng là phải điều hoà được nhịp thở theo đúng hướng dẫn, nếu không, tác hại của việc thở sai sẽ khiến việc tập luyện trở nên tai hại.



CÔ NỮ SINH CỦA ROCHAS

Thương hiệu: Rochas

Show: Xuân Hè 2016

Make up: Lucia Pieroni - Giám Đốc Sáng Tạo của Clé de Peau Beauté

Cảm hứng: Hình ảnh các nữ sinh trong những năm 90: vô cùng đơn giản, tự nhiên, và đã trở thành một xu hướng được ưa chuộng của mùa này.

Hình ảnh một cô gái đáng yêu xinh đẹp với khuôn mặt tươi sáng những năm 90" là cách mà Luci Pieroni mô tả về phong cách trang điểm thể hiện trong buổi trình diễn thời trang Rochas mùa Xuân Hè 2016 tại Paris Fashion Week- một sự cân bằng tuyệt vời với chủ đề của BST.

"Chúng tôi sử dụng lớp nền cực mỏng nhẹ, thay vào đó tăng thêm các điểm nhấn bằng phấn highlight từ Clé de Peau Beauté để làn da thật sự tỏa sáng. Tiếp đến, chọn màu phấn mắt nhạt thể hiện trên mí mắt, kết hợp eyeliner dọc theo viền mắt, như thể đã sử dụng một lớp mascara vài ngày trước đó, nhưng quên tẩy nó ra", theo Luci Pieroni.

BẢNG MÀU YÊU THÍCH CỦA CLAUDIA KIM

Sản phẩm: Bobbi Customizable Palettes- bảng màu mắt và má hồng (gồm 3 sizes Palette 3 ngăn, Palette 4 ngăn, Palette 6 ngăn)

ĐÁNH GIÁ CỦA CLAUDIA KIM

- Palette 3 ngăn: Bảng màu này chứa 3 màu mắt yêu thích nhất của tôi: Toast, Ivory và Mahogany. Tôi dùng chúng để tạo cho mình đôi mắt cổ điển, bất cứ lúc nào và bất cứ khi nào. Tôi bắt đầu bằng việc dùng màu mắt Ivory lên cả vùng mắt, từ xương chân mày đến lông mi, sau đó tôi sẽ đánh thêm màu Toast lên mí mắt dưới và tán đều đến đường mi mắt trên. Tôi dùng màu mắt Mahogany để định hình chân mày tinh tế hơn.
- Palette 4 ngăn: Sản phẩm này thật tuyệt vời khi cần dặm lại lớp trang điểm ban ngày và giúp tôi để các màu mắt và má hồng yêu thích cùng 1 nơi. Tôi chọn màu mắt Ivory, Toast, Mahogany và màu má hồng Pastel Peach trong hộp phấn này.
- Palette 6 ngăn: Nó gồm 5 màu mắt – 3 màu hàng ngày giúp làm sáng đôi mắt (Ivory, Taupe và Toast) và 1 màu mắt có nhũ Sparkle Eye Shadow (màu Baby Peach) khi tôi cần chút lấp lánh. Ngoài ra, bảng màu này cũng gồm 1 màu dành cho chân mày (Mahogany) và 1 màu má hồng (Pastel Peach).



FOUNDATION DẠNG XỊT

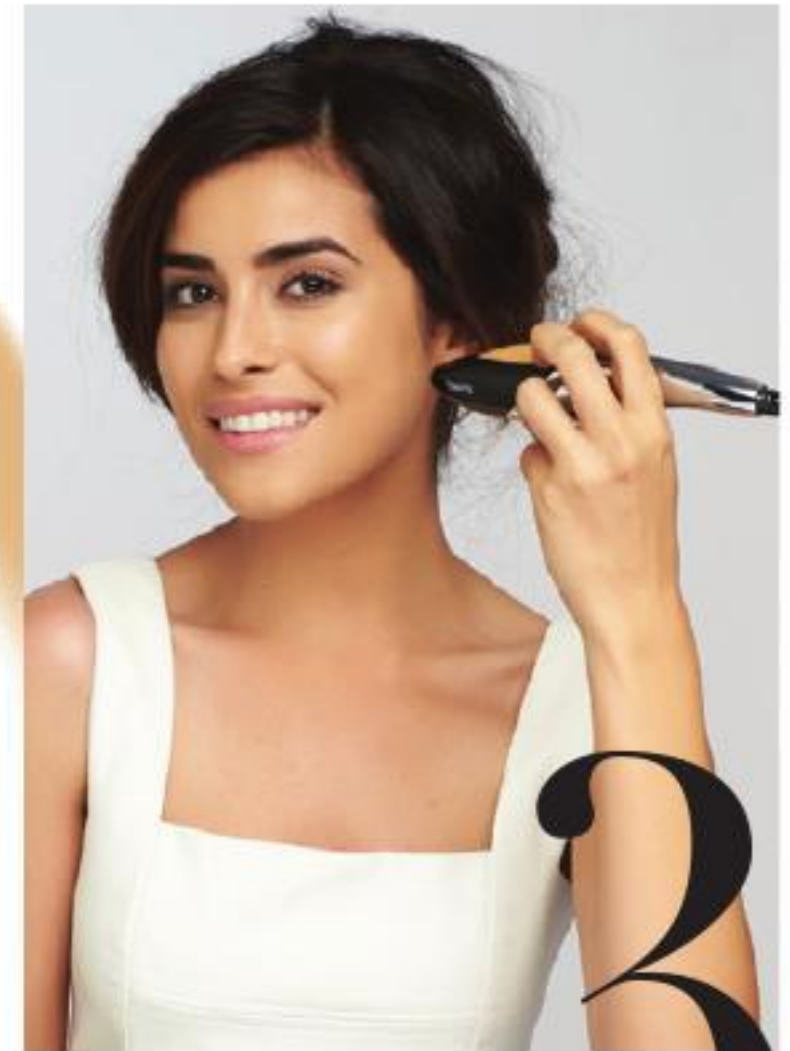
Phấn nền dạng xịt khiến trang điểm trở nên thú vị hơn bao giờ hết!

Ngày càng có nhiều thương hiệu cho ra mắt phấn nền dạng xịt. Có điều gì thú vị với sản phẩm này? Phấn nền dạng xịt được thiết kế nhằm mục đích mang đến lớp nền mỏng mịn nhất và tạo ra hiệu ứng “airbrush”, sắc nét nhưng vẫn mềm mại. Lớp nền thay vì ở dạng lỏng nay sẽ được xịt qua không khí, phân tán thành hàng triệu điểm nhỏ trên da và tạo ra lớp nền đều hơn, mịn màng hơn. Có rất nhiều câu hỏi với phấn nền dạng xịt: tôi có thể chỉ xịt phấn lên da là xong? Phải xịt mấy lần? Độ che phủ của phấn nền dạng xịt như thế nào? Từ kinh nghiệm bản thân, tôi cho rằng bạn cần cầm sẵn một chiếc cọ phủ phấn nền hoặc một miếng mút khi sử dụng sản phẩm này. Trừ khi bạn là một chuyên gia thực sự trong việc sử dụng các sản phẩm Airbrush, còn nếu không, hãy xịt nhẹ lên bốn khu vực trên gương mặt bao gồm: trán, đầu mũi, hai gò má, cằm sau đó dùng cọ (hoặc mút) để lan toả phấn trên toàn bộ gương mặt.

Điều tuyệt vời của phấn nền dạng xịt là bạn có thể lựa chọn độ che phủ theo ý thích mà không cần quá lo sợ về bết màu hay loang màu. Nếu muốn một lớp nền mỏng nhẹ, chỉ cần xịt một lần. Nếu muốn gia tăng độ che phủ ở những khu vực đặc biệt có nhiều khuyết điểm, hãy xịt thêm lần nữa và tiếp tục pha trộn vào lớp nền cũ. Phấn nền dạng xịt được thiết kế với bản chất mỏng nhẹ ban đầu nhưng sẽ gia tăng độ che phủ bằng cách xịt chồng các lớp lên nhau.



1



2

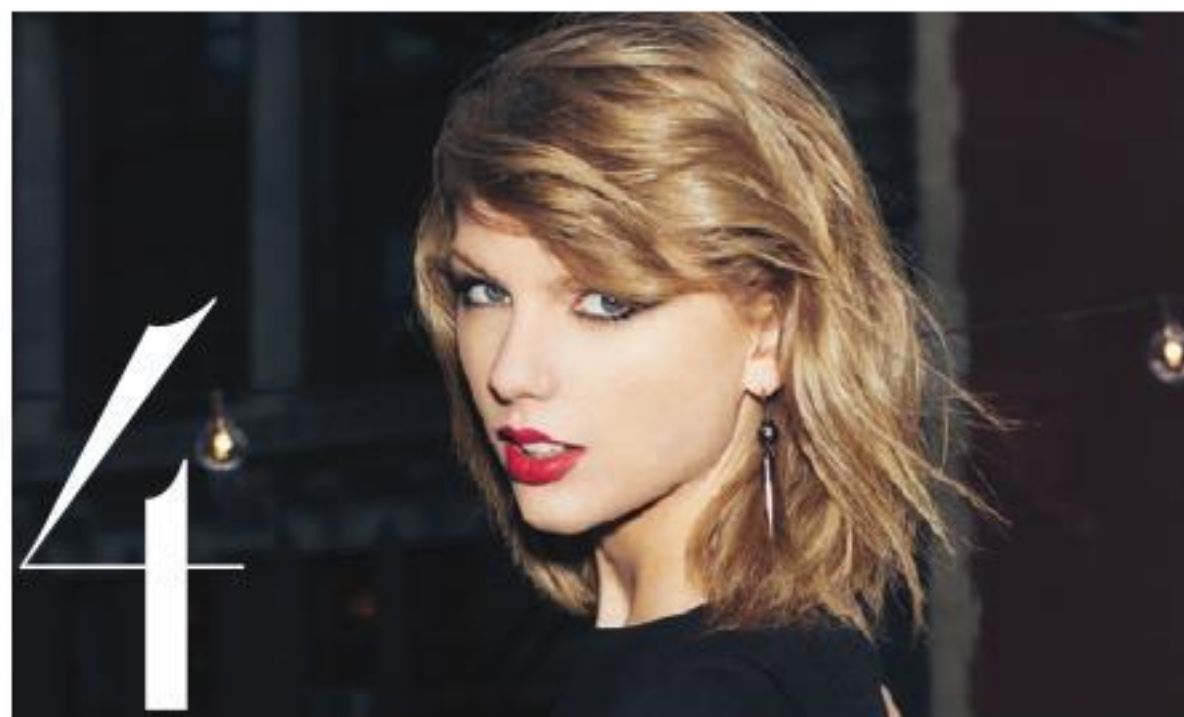


3



4

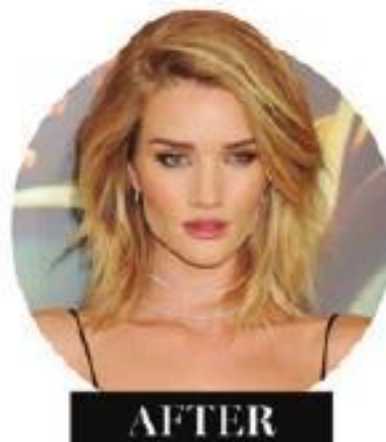
SẢN PHẨM:
1. Dior Diorskin Airflash Makeup Finish
2. Sephora Collection Perfection Mist Airbrush Foundation
3. Temptu AIRpod Foundation
4. MAC Studio Mist Foundation Spray



POSE HÌNH KIỂU “FISH GAPE”: TỪ VỊT SANG CÁ

Trào lưu chụp hình selfie với đôi môi bĩu ra kiểu “duck face” đã lỗi mốt. Những bức hình mới nhất của sao từ Đông sang Tây đang cho thấy sự hiện diện của kiểu pose hình mới được đặt tên là “fish gape”. Đôi môi thay vì bĩu ra nũng nịu như trước đây (nhằm thu hẹp gò má để tạo ra cảm giác gương mặt thon gọn hơn), nay được thể hiện một cách tinh tế hơn với kiểu khép môi hờ, môi trên cong nhẹ tự nhiên, có thể lộ răng cửa trong một khoảng cách vừa phải. Khoảng cách này cần được tính toán hợp lý để tạo ra sự tự nhiên nhất cho gương mặt.

Kiểu môi cong nhẹ này vẫn giữ được ưu điểm của “duck face” là giúp gò má thu vào để gương mặt thon gọn, đồng thời tạo ra cảm giác mơ màng sexy rất biểu cảm. Hãy xem các sao pose hình kiểu “fish gape” như thế nào nhé.





XANH BLUE MA MỊ

Chúng ta đã chứng kiến cơn bão màu xanh biển trên mái tóc trong suốt vài tháng gần đây. Cơn bão này còn được gọi là Mái tóc nàng tiên cá, bởi màu xanh blue quyến rũ trên những lọn sóng buông dài gợi nhắc đến hình ảnh của những nàng tiên Mermaid.

Xanh dương, xanh tím, xanh ombre, xanh pastel – tất cả những sắc thái của màu xanh gợi nhắc đến đại dương đã được phát huy tối đa trong những ngày qua. Từ Katy Perry, Kylie Jenner, Keyshia Cole đến Hilary Duff, màu xanh biển này tạo ra sự ấn tượng đặc biệt cho người mang nó bởi sắc xanh lạnh quyến rũ và ma mị.

Tuy nhiên, khi thời tiết vào thu, màu xanh lạnh bỗng trở nên ít thích hợp hơn. Giải quyết điều này như thế nào? Lời khuyên đến từ thương hiệu màu nhuộm Pravana: hãy chuyển sang màu tím khói oải hương – màu tím khói là một màu rất dễ chuyển đổi từ màu xanh blue sáng, đồng thời sẽ tạo ra một phiên bản hoàn hảo cho các nàng tiên cá trong lễ Halloween sắp đến.

Cách tạo ra màu tím khói này không đơn giản, nhưng dưới bàn tay của một nghệ sỹ màu nhuộm thì nó không mấy khó khăn: pha ba màu tím hoa cà, xanh và xám thành sáu sắc thái khác nhau từ tím đậm đến hồng pastel, sau đó thêm vài giọt màu đen vào mỗi sắc thái để các màu sắc trở nên sâu hơn. Chia tóc thành sáu phần từ đỉnh đầu đến gáy, sau đó áp dụng mỗi màu sắc cho từng phần: phần tóc sát gáy sẽ có màu tối nhất, phần tóc trên đỉnh sẽ có màu sáng nhất. Để tóc 30 phút, rửa sạch và sấy khô, bạn sẽ có mái tóc màu tím khói với hiệu ứng ombre tuyệt đẹp.

FAUX BOB QUYẾN RŨ

Kiểu Bob giả với cách biến hoá mái tóc dài thành ngắn để tạo hiệu ứng “tóc bob” không phải là điều gì quá mới mẻ, song nó vẫn tạo ra sức hút đáng kể trong Thu Đông này. Sự hiện diện của Faux Bob sắc sảo và sang trọng trong show của Julien David, thoải mái và lộn xộn trong show của Max Mara và ấn tượng trong các show như Vera Wang hay Altuzarra. Faux Bob thực tế là thủ thuật cuộn tóc lên rồi giấu tóc sau gáy một cách khéo léo để người đối diện có ảo giác về một mái tóc ngắn nhẹ nhàng. Faux Bob đặc biệt thích hợp nếu bạn có kiểu tóc xoăn với độ dài ngang vai vừa phải.

Tip: Sau khi cuộn tóc lên, gạt nhẹ vài lọn tóc để chúng rơi nhẹ xuống vành tai, kiểu Faux Bob của bạn sẽ tự nhiên và quyến rũ hơn.



BEAUTYBLENDER BLOTTERAZZI™

Một sản phẩm mới rất gây chú ý từ thương hiệu Beautyblender danh tiếng.

Nếu bạn là fan hâm mộ của chiếc mút trang điểm Beautyblender màu hồng đậm thì sản phẩm này chắc chắn sẽ khiến bạn thích thú. Blotterazzi là sản phẩm thấm dầu đặc biệt với chất liệu bọt biển đặc trưng của Beautyblender, được hy vọng sẽ "lật đổ" giấy thấm dầu truyền thống. Thiết kế hình trứng với đầu thuôn nhọn của Blotterazzi khiến việc thấm dầu ở các góc khó trở nên dễ dàng hơn (như vị trí giữa lông mày và mắt, hốc mắt, vị trí cạnh thái dương hay góc cằm...). Trong khi giấy thấm dầu có thể thấm luôn cả lớp phấn trên mặt thì Blotterazzi hoàn toàn không ảnh hưởng đến lớp trang điểm. Một điểm cộng khác là Blotterazzi có thể dùng lại bất cứ lúc nào, chỉ cần bạn rửa sạch sau từ 2 đến 3 tuần sử dụng.

Điểm trừ: Trong trường hợp bạn cần thấm dầu một cách nhanh chóng trong 1 giây để đỡ gây chú ý thì Blotterazzi lại mất nhiều thời gian hơn thế. Để đạt hiệu quả tốt, sản phẩm này cần áp vào da ít nhất là từ 5-10 giây.



7

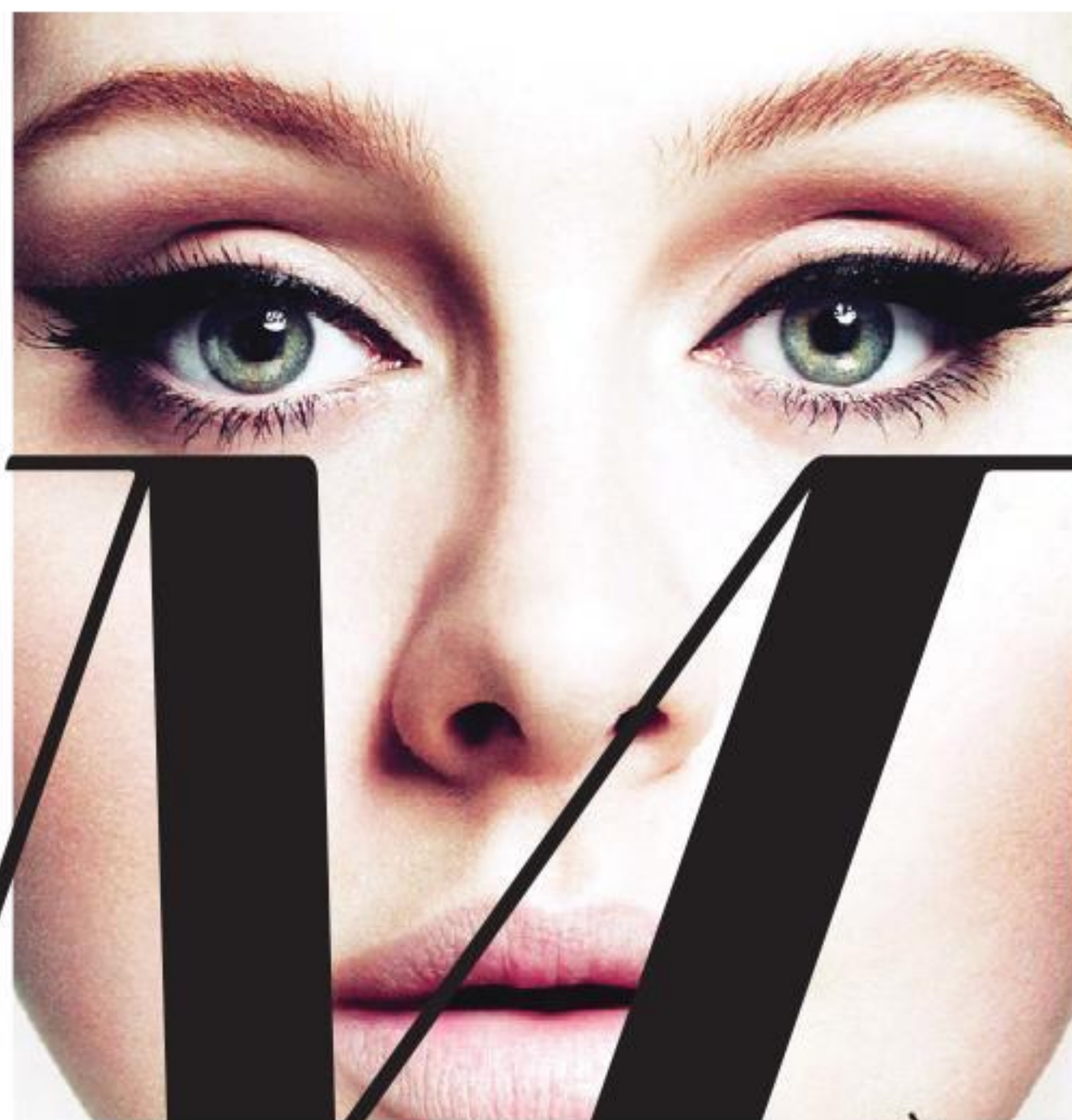


BIẾN HOÁ VÙNG CHÂN MÀY

Tôi luôn cho rằng vùng chân mày là một trong những vùng quan trọng nhất của gương mặt, bởi nếu muốn tạo ra những sắc thái khác nhau cho gương mặt thì bạn không thể bỏ qua khu vực này. Chỉ cần một chút biến đổi ở vùng chân mày, gương mặt sẽ thể hiện những biểu cảm rất khác: sự tự nhiên, sự sắc sảo, sự cá tính hay sự ngọt ngào.

Shu Uemura đã cho chúng ta thấy sự biến đổi kỳ diệu này qua cách trang điểm chân mày cho cùng một người mẫu.

- Phong cách tự nhiên: Lông mày được tạo dáng cong tự nhiên theo khung xương của khuôn mặt, màu nâu nhạt và tương đối mờ.
- Phong cách ngọt ngào: Màu sắc được nhấn đậm hơn với dáng cong ôm mềm mại.
- Phong cách quyến rũ: Đường kẻ dài, cong hình cánh cung tạo ra sự sắc sảo. Những đường viền được nhấn sắc nét.
- Phong cách cá tính: Lông mày kẻ ngang, dáng đậm khiến đôi mắt trở nên mạnh mẽ, dữ dội hơn.



MI ĐẸP KHÔNG CẦN ASCARA

Những sản phẩm làm dài mi đang được quảng cáo tràn lan bởi nhiều công ty mỹ phẩm, nhưng phần lớn trong số chúng chỉ mang đến một hiệu ứng giả tạo và hoàn toàn chẳng có mấy tác dụng.

Nguyễn Phương Thảo

Có lẽ đến khi công ty Allergan tung ra sản phẩm Latisse – một loại serum làm dài mi có giá 160 USD. Sản phẩm này thực sự hoạt động và mang đến một hiệu quả kỳ diệu: Sau hai tháng sử dụng hàng đêm, hầu hết phụ nữ sẽ thấy lông mi của họ mọc dài hơn và dày hơn gần gấp 2 lần.

Rất nhiều phát minh vĩ đại được tìm thấy do sự tình cờ. Nếu Botox ban đầu vốn được sử dụng để điều trị nhãn khoa thì Latisse cũng có nguồn gốc gần như vậy. Latisse có chứa 0,03% bimatoprost, một loại dược liệu có tên hóa học thực tế là (Z)-7-[(1R,2R,3R,5S)-3,5-Dihydroxy-2-[(1E,3S)-3-hydroxy-5-phenyl-1-pentenyl]cyclopentyl]-5-N-ethylheptenamide. Thành phần có cái tên phức tạp gần như không thể đọc được này vốn được sử dụng để điều trị bệnh tăng nhãn áp hay tăng huyết áp ở mắt dưới tên thương hiệu là Lumigan. Cũng như với Botox, bác sĩ nhãn khoa đột nhiên nhận thấy rằng khi bệnh nhân sử dụng thuốc này để nhỏ mắt thì không chỉ bệnh tăng nhãn áp

thuyên giảm mà lông mi của họ đột nhiên dài hơn, đậm hơn. Và đó là khởi đầu cho sự ra đời của loại serum làm dài mi bán chạy nhất thế giới Latisse. Sự ra đời của loại serum này là giải pháp trong mơ của những người thích có hàng mi tự nhiên mà chẳng cần nổi mi hay chuốt mascara. Nhưng tất nhiên cũng có những rủi ro. Latisse có thể gây ra những tác dụng phụ không mong muốn bao gồm ngứa, viêm, cảm giác nóng rát và đỏ có thể kéo dài (nhưng nó sẽ dừng lại nếu bạn ngừng sử dụng).

Một tác dụng phụ nghiêm trọng hơn nhưng hiếm khi xảy ra với Latisse là nó có thể làm tăng lưu lượng máu đến các mao mạch làm cho mắt nhìn xa rõ rệt hơn. Nó cũng có thể làm tối các mí mắt hoặc vùng da dưới mắt – trong một số trường hợp hãn hữu, có thể là vĩnh viễn không thể sửa chữa. Mặc dù không được phản ánh trong các nghiên cứu lâm sàng, đã có những báo cáo cho thấy sử dụng Latisse cũng có thể gây tăng sắc tố nâu của móng mắt, và sự thay đổi màu này có thể sẽ là vĩnh viễn.

Những rủi ro này sẽ tăng cao nếu bạn đặt mua Latisse qua mạng mà không theo toa của bác sĩ. Đừng quên bản thân thành phần của Latisse là một dược phẩm với tác dụng điều trị. Lạm dụng nó mà không có sự tư vấn từ bác sĩ có thể gia tăng các tác dụng phụ không mong muốn.

LATISSE VS RAPIDLASH

Sau sự thành công của Latisse, rất nhiều công ty mỹ phẩm đã cho ra mắt hàng loạt sản phẩm làm dài mi để “ăn theo”. Hầu hết chúng là những chất lỏng không màu với một số chiết xuất thực vật hay peptide “được cho là” có thể làm dài mi. Nhưng thực tế, không có bất cứ sản phẩm nào hoạt động. Trường hợp của RapidLash là một ngoại lệ hiếm hoi: sự xuất hiện của mỹ phẩm RapidLash gần như đã tạo ra một sự cạnh tranh khốc liệt với Latisse. Hiệu quả của RapidLash dù không thuyết phục như Latisse nhưng chi phí rẻ hơn nhiều, đã thế, sản phẩm này lại không cần đến sự kê toa của bác sĩ vì thuộc dòng mỹ phẩm.

Nhưng rất nhanh, RapidLash đã bị Latisse hạ “knock out”. Công ty Allergan đã kiện RapidLash ra tòa và chứng minh rằng, công thức của RapidLash là công thức của một sản phẩm cần phải kê toa, thuộc danh mục thuốc chứ không phải mỹ phẩm. Và họ không thể bán sản phẩm tràn lan như cách họ đang làm. Kết quả là RapidLash đã phải gỡ bỏ thành phần isopropyl cloprostenate ra khỏi công thức trong khi chính thành phần này mới là yếu tố mấu chốt giúp lông mi thực sự dài ra. Giờ đây, trong thị trường làm dài mi cần kê toa, Latisse hẳn là đầu thủ duy nhất được công nhận.

Vậy còn vô số những sản phẩm khác đang ngày ngày quảng cáo là có khả năng làm dài mi: serum làm dài mi, mascara chứa chất dưỡng mi tự nhiên giúp mi dài hơn...? Hầu hết trong số chúng chẳng có gì khác lạ ngoài một chút thành phần như keo xịt tóc, thêm một vài chiết xuất thực vật kỳ lạ, rồi pha trộn thêm một chút peptide (được xem là giúp dưỡng da, mọc tóc). Những sản phẩm như Marni Lash, phiên bản mới nhất của RapidLash, hay L'Oreal Double Extend Lash Boosting Serum, Latisse, hay Rimmel Lash Accelerator Serum, thậm chí là một sản phẩm khá đắt đỏ như Peter Thomas Roth Lashes to Die For The Liner (48 USD) đều là những sản phẩm mỹ phẩm không cần kê toa – tức là họ không cần chứng minh hiệu quả để được sản xuất. Và do đó, tác dụng của chúng là không thể kiểm chứng.

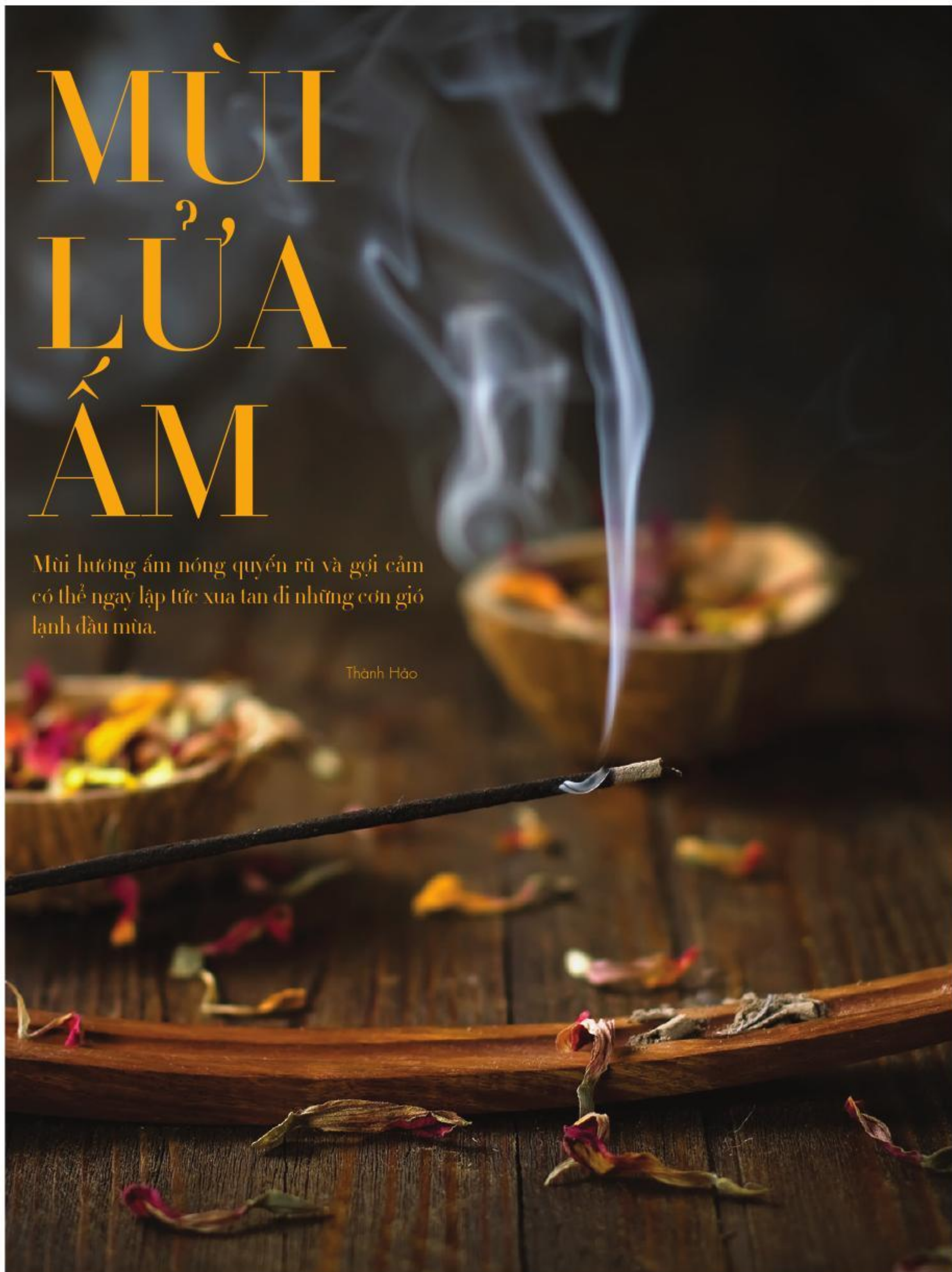
Điều này không có nghĩa là bạn không thể thử một loại serum làm dài mi. Chúng có thể không giúp làm tăng kích cỡ mi một cách rõ nét nhưng cũng có thể xem như một loại dưỡng mi hiệu quả, giúp mi khỏe mạnh hơn. Những loại serum này đặc biệt được khuyên dùng trước khi sử dụng mascara: chúng sẽ tạo ra một màng bao an toàn giúp hạn chế những ảnh hưởng của mascara trên vùng mí và giúp việc tẩy trang cũng trở nên dễ dàng hơn.



MÙI LỬA? ẤM

Mùi hương ấm nóng quyến rũ và gợi cảm có thể ngay lập tức xua tan đi những cơn gió lạnh đầu mùa.

Thành Hào



DA THUỘC

Mùi da thuộc là một note mùi trung tính đặc biệt, nằm giữa ranh giới nữ tính và nam tính. Trong lịch sử, da thuộc là một trong những note mùi sớm nhất của nước hoa, bắt nguồn từ những chiếc găng tay da tắm hương liệu của giới quý tộc. Long diên hương, cây hương và xạ hương cùng rất nhiều loại dầu thơm được tẩm ướp vào da để che giấu mùi hôi của da thô. Chúng tạo ra một hỗn hợp mùi đặc biệt ấm áp mượt mà. Và mùi hương này chính là khởi nguồn cho khái niệm “da thuộc” hiện đại trong nước hoa. Nước hoa Leather đầu tiên được sử dụng bởi một người đàn ông: vua George III và The Royal English Leather (1781) với các note cổ điển: cam bergamot, quýt, long diên hương, gỗ đàn hương và da. Trong lịch sử của mình, nước hoa Leather cho nam có những đại diện kinh điển như Antaeus của Chanel hay Guerlain Derby. Ngày nay, mùi da thuộc được tạo ra nhờ hai nguồn tự nhiên và tổng hợp. Nguồn tự nhiên bao gồm bạch dương, cây bách xù, dầu cade, bồ đề, cassie, hương hải ly, cây sim, và nhựa cistus labdanum. Trong khi đó, để tăng thêm sự sắc nét và “thú tính”, người ta thường thêm vào các chất quinolines, safraline, andehit, và mùi da lợn tổng hợp. Để tạo ra một mùi da thuộc tương đối mềm mại, mùi bạch dương sẽ được hoà tan trong vani hoặc hương hoa.

TOP CÁC MÙI DA THUỘC ĐƯỢC ĐÁNH GIÁ CAO

Tom Ford Private Blend - Tuscan Leather
 Knize - Knize Ten.
 Lancome - Cuir
 Parfum d'Empire - Cuir Ottoman.
 L'Artisan - Dzing.
 Serge Lutens - Cuir Mauresque, Boiteuses, Daim Blond
 Tauer Perfumes - Lonestar Memories.
 MPG - Parfum d'Habit.
 DSH Perfumes - Cuir et Champignon.
 Robert Piguet - Bandit



MÙI KHÓI

Note mùi này dường như sinh ra để phù hợp với mùa đông.

Xuất phát từ lửa, bản thân mùi khói đã gợi lên sự ấm áp.

Mùi khói là một mùi có thể gợi ra rất nhiều cảm xúc và liên tưởng: mùi của lửa trại bập bùng trên bãi biển, mùi của điều thuốc cháy trong không khí lạnh, mùi khói từ bếp lửa rơm lúc chiều tà, hay mùi khói nhang nghi ngút trong những ngôi chùa vắng lặng. Mùi khói trong nước hoa thường được tạo ra để tái hiện lại mùi gỗ cháy, hoặc mùi khói thuốc và có mối liên quan mật thiết đến note mùi gỗ hay mùi nhang trầm. Rất khó để diễn tả mùi khói khi nó đứng một cách riêng lẻ. Mùi khói thuốc, mùi khói xì gà thường được kết hợp với các note leather, các note gia vị để tạo ra một hỗn hợp cay, hắc, ấm áp và nồng nàn.

TOP CÁC MÙI KHÓI ĐƯỢC ĐÁNH GIÁ CAO

Tauer Perfumes - Lonestar Memories.
 Serge Lutens - Fumerie Turque
 Alan Cumming/CB I Hate Perfume - Second Cumming
 Vero Profumo - Onda (extrait).
 Le Labo - Patchouli 24.
 Annick Goutal - Eau de Fier.
 Nasomatto - Black Afgano.
 D.S. & Durga - Burning Barbershop.
 Parfumerie Generale - 02 Coze.
 10.Comme de Garçons- Zagorsk (Incense Series).



ĐÀN HƯƠNG

Một note mùi cổ điển trong những chai nước hoa Phương Đông, được mô tả với sắc thái mịn màng, đậm nét, mềm mại, với sự pha trộn của một chút xanh lá. Đàn hương tốt nhất trong nước hoa là loại gỗ đàn hương Mysore từ Ấn Độ, nhưng ngày nay loại nguyên liệu này đã giảm sút đáng kể đến mức gần như tuyệt chủng. Thay cho gỗ Mysore là đàn hương Úc và New Caledonian với mùi hương khác nghiệt và mạnh mẽ hơn. Tinh dầu đàn hương có mùi không giống như phần lớn các hương gỗ khác, bởi có thêm các khía cạnh tươi sáng tự nhiên. Khi được sử dụng trong nước hoa, đàn hương là một hương nền tuyệt vời để tăng cường độ dày, độ sâu cho những mùi hương khác.

TOP NHỮNG MÙI ĐÀN HƯƠNG ĐƯỢC ĐÁNH GIÁ CAO

1. Diptyque - Tam Dao.
2. 10 Corso Como.
3. Serge Lutens - Santal Majuscule.
4. Serge Lutens - Santal Blanc.
5. Le Labo - Santal 33.
6. Kenzo - Jungle L'Elephant.
7. Guerlain - Samsara.
8. Chanel - Bois des Iles.
9. MPG - Santal Noble.
10. Ava Luxe - No.23.

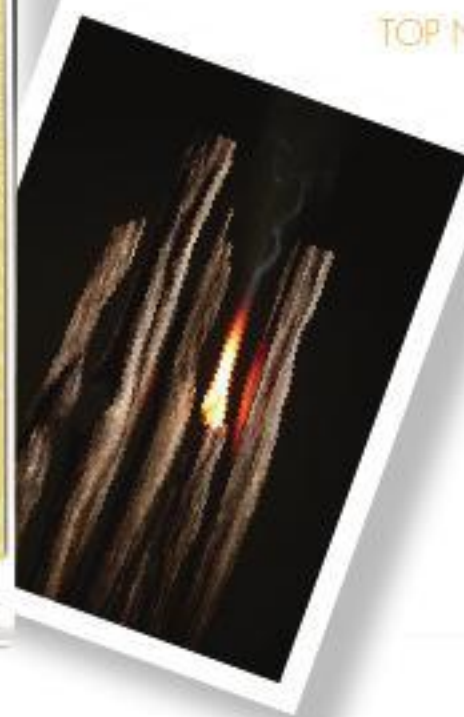


TRẦM HƯƠNG

Thật khó mà loại bỏ trầm hương ra khỏi danh sách này bởi tính chất ám áp đặc trưng và mùi hương quyến rũ đã gây sốt trong vài năm trở lại đây. Mùi của trầm hương tự nhiên được mô tả là một hương thơm thanh tao và phức tạp, pha trộn các sắc thái của long diên hương, thuốc lá, gỗ thơm và nhựa ngọt. Những khi sử dụng trong nước hoa, phần lớn trầm hương được dùng như một hương nền, tức là giúp cân bằng hoặc nhấn mạnh các mùi hương trọng yếu khác bằng cách làm dịu đi note hương này hoặc làm sắc nét note hương nọ. Trầm hương rất thích hợp trong những mùi hương cay, mạnh mẽ, ấm nóng và mãnh liệt – những mùi hương phương Đông với gia vị, gỗ, vani và hồ phách.

TOP NHỮNG MÙI TRẦM HƯƠNG ĐƯỢC ĐÁNH GIÁ CAO

1. Memo - Shams.
2. Maison Francis Kurkdjian - Oud.
3. Mona di Orio - Les Nombres d'Or Oud.
4. La Via del Profumo - Oud Caravan 1+3.
5. Solvahlé (Liz Zom) - Oudh Lacquer.
6. Atelier - Oud Louban.
7. YSL - M7 (vintage).
8. Montale - Aoud Ambre.
9. Byredo Oud Immortel.
10. By Kilian - Pure Oud.



INCENSE

Thuật ngữ “incense” được sử dụng để mô tả các chất nhựa thơm hay bột thơm từ thảo mộc được đốt trong các nghi lễ tôn giáo, nghi lễ thanh tẩy hoặc thiền định. Việc sử dụng “Incense” có thể có nguồn gốc từ Ai Cập cổ đại, nơi các loại nhựa cao su và nhựa thơm được nhập khẩu từ Ả Rập và bờ biển Somali để được sử dụng trong các nghi lễ tôn giáo. Nhiều chuyên gia tin rằng việc đốt rễ, gỗ và nhựa của một số loại cây như tuyết tùng chính là hình thái đầu tiên của “incense”. Ngày nay, khi nói về note mùi “Incense” trong nước hoa, người ta thường liên tưởng tới mùi nhang trầm hoặc mùi đàn hương được đốt cháy. “Incense” cũng được sử dụng chủ yếu như hương nền với sự kết hợp phong phú với rất nhiều nguyên liệu khác như gỗ, gia vị, hoa hoặc thảo dược.

NHỮNG MÙI HUƠNG INCENSE ĐƯỢC ĐÁNH GIÁ CAO

1. Tauer Perfumes: Incense Rose và Incense Extreme.
2. Heeley: Cardinal.
3. Comme des Garçons Series 3 Incense.
4. Armani Privé: Bois d'Encens.
5. Parfum d'Empire: Wazamba.
6. Donna Karan: Black Cashmere and Chaos.
7. Annick Goutal: Encens Flamboyant.
8. YSL: Nu.
9. L'Artisan: Seville à l'Aube.
10. By Kilian: Incense Oud.



XẠ HUƠNG

Một note mùi quá quen thuộc với tất cả những tín đồ của mùi hương.

Chúng ta đều biết có sự phân biệt giữa xạ animalic có nguồn gốc từ động vật, với đặc tính sắc nét, thú tính, gợi cảm và xạ trắng mềm mại, ngọt ngào thường được lấy từ thực vật hoặc phòng thí nghiệm. Ở dạng tinh khiết, xạ hương khô có mùi animalic sắc nét và dữ dội, trong đó dấu vết của thú tính được nhấn mạnh với sự phảng phất mùi amoniac trong nước tiểu cây hương. Khi đã được pha với cồn, xạ hương cho thấy một hương thơm loãng hơn, nhưng phong phú với các cung bậc khác nhau với sự suy yếu của các sắc thái thú tính. Một mùi hương hấp dẫn, sống động và sâu sắc, xuất hiện sau khi lớp amoniac khó ngửi biến mất. Thay vào đó là mùi ngọt và ấm, tương tự như mùi da, mùi sữa thơm ấm nóng trên tóc trẻ con. Với một số người khác, đó là mùi hơi béo như socola. Một số người khác lại có kinh nghiệm về xạ hương như mùi powder, khô và sắc nét. Và tất nhiên, cũng có người thấy xạ hương gắn với mùi gỗ pha với mùi mồ hôi, vừa ẩm ướt vừa ấm áp.

TOP NHỮNG MÙI XẠ HUƠNG ĐƯỢC ĐÁNH GIÁ CAO

- Serge Lutens - Muscs Kublai Khan and Clair de Musc.
- Parfum d'Empire - Musc Tonkin.
- Parfumerie Generale - Musc Maori.
- Frederic Malle - Musc Ravageur.
- DSH Perfumes - Musk Eau Natural.
- CB | Hate Perfume - CB Musk (Reinvention Series).
- Madini Oils - Musk Pierre and Musk Gazelle.
- Strange Invisible Perfumes - Musc Botanique.
- Mona di Orio - Les Nombres d'Or Musc.
- Annick Goutal - Musc Nomade.





SÓNG SIÊU ÂM GIẢI PHÁP NHẸ NHÀNG CHO MỠ BỤNG

Sử dụng sóng âm để đánh tan những lớp mỡ thừa mà không cần phẫu thuật đang là biện pháp được ưa chuộng trong các phòng khám thẩm mỹ.

Khánh

1. Sau một năm sinh con, bụng tôi có những ngấn mỡ hẳn lên không làm cách nào để giảm đi được dù đã ăn kiêng rất vất vả. Tôi nghe nói có thể làm tan mỡ bụng mà không cần phẫu thuật. Đó là những biện pháp gì và hiệu quả như thế nào?

Về phương pháp hút mỡ bụng không cần phẫu thuật, hiện nay chủ yếu có ba phương pháp là: công nghệ RF (Radio Frequency) (dùng nhiệt năng để làm tan chảy mỡ), công nghệ laser (dùng laser để hoá lỏng, phân huỷ mỡ thành dầu sau đó dùng dụng cụ chuyên dụng để hút mỡ ra ngoài), công nghệ siêu âm (Cavi – lipo) hút mỡ bằng cách tạo lỗ hổng với bong bóng chân không phá huỷ tế bào mỡ và hoá lỏng mỡ. Trong đó công nghệ Cavi – Lipo là công nghệ mới nhất hiện tại và cũng được lựa chọn khá nhiều trong các trung tâm thẩm mỹ.

2. Mỡ vùng bụng của tôi đã kéo dài được hai năm. Tôi từng được tư vấn dùng sóng siêu âm để làm tan mỡ nhưng không hiểu cơ chế hoạt động của dịch vụ này là như thế nào?

Sử dụng sóng siêu âm là phát minh đột phá của các chuyên gia Hoa Kỳ, bí quyết giảm béo an toàn tuyệt đối, hiệu quả lên tới 95% mà không cần phẫu thuật. Lipo plus là sự kết hợp hoàn hảo giữa thiết bị nội soi định vị chính xác lượng mỡ thừa với sóng siêu âm hội tụ năng lượng cao để hoá lỏng và giải phóng hoàn toàn các tổ chức mỡ tích tụ sâu dưới da.

Sóng siêu âm sẽ hội tụ tại đúng điểm mỡ thừa, với năng lượng mạnh và độ tập trung cao (tần số 200KHz - 5 triệu rung động/giây) tác động sâu vào từng tế bào mỡ, làm nóng chảy các mô mỡ, đứt gãy các tổ chức cellulite, hoá lỏng và giải phóng tối đa các tổ chức mỡ tích tụ sâu dưới da. Mỡ hoá lỏng được đào thải ra ngoài theo các con đường chuyển hóa và bài tiết tự nhiên của cơ thể.

Chính vì vậy, Lipo plus hiệu quả ngay cả với những vùng khó giảm bằng phương pháp khác như: bụng, eo, lưng, cánh tay, bắp chân, đùi và nọng cằm... Kết hợp giảm béo và tạo form, hiệu quả gấp 3 lần. Mỡ được đào thải ra ngoài nên không gây béo trở lại, vùng giảm béo đẹp, thon gọn và săn chắc.

Với 1 liệu trình duy nhất từ 6 - 8 buổi trung bình bạn sẽ giảm được 4 - 8 kg, số đo vòng bụng giảm 10 - 12 cm, đùi giảm 2 - 6 cm...

(Thông tin được tư vấn bởi Ths. Bs Lê Phi Long - Viện thẩm mỹ Hera, 32 Phố Huế, Hà Nội)

3. Tôi không những gặp vấn đề với mỡ bụng, hông, đùi mà còn gặp vấn đề với cellulite – chấy sệ và da sần vô cam ở những vùng da này. Cavi – Lipo có thể điều trị cellulite hay không?

Có rất nhiều phương pháp không phẫu thuật, bao gồm Cavi – Lipo có thể làm giảm các triệu chứng của cellulite ngay sau khi hút mỡ. Nhưng về lâu về dài, cellulite nhiều khả năng sẽ quay trở lại vì bản chất của cellulite không liên quan đến béo hay gầy. Hiện tượng mỡ sần dưới da này có thể xuất hiện ở cả người béo lẫn người gầy. Bạn có thể lựa chọn một thủ thuật laser gọi là Cellulaze để chống lại tình trạng cellulite. Trong phương pháp này, một tia laser sẽ được đưa vào phía dưới da, tỏa nhiệt theo 3 hướng. Khi tia laser quay, nó sẽ đốt cháy lượng mỡ, cắt đứt những vách ngăn để làm giảm nếp nhăn và dùng nhiệt kích thích sự tái tạo của sợi collagen. Phương pháp này có hiệu quả cải thiện làm giảm túi mỡ dưới da tới 70-80% trong vòng 1 năm, và được khuyến khích sử dụng cho những phụ

nữ bị cellulite nhẹ hoặc trung bình, không bị thừa cân và có một hệ cơ khỏe mạnh.

(Thông tin được tư vấn bởi bác sỹ Kevin Tehrani, New York Plastic Surgeon)

4. Tôi vừa tiến hành hút mỡ xong. Mỡ đã giảm nhưng vùng da bụng lỏng lẻo vẫn khiến tôi không được tự tin lắm. Tôi muốn thực hiện ngay các điều trị thắt chặt vùng da bụng. Tôi nên thực hiện ngay hay đợi thêm một thời gian nữa?

Hút mỡ có thể gây ra rất nhiều vết sưng của các mô dưới da. Tình trạng mỡ thừa lâu năm khiến vùng da lỏng lẻo khó thắt chặt ngay. Bạn có thể áp dụng các biện pháp không xâm lấn như Ultrasound, Endermologie and Velashape để giảm sưng và thắt chặt hơn vùng da bụng. Các biện pháp này có thể tiến hành từ 2-3 tuần ngay sau khi hút mỡ. (Theo tư vấn của bác sỹ David Finkle, Omaha Plastic Surgeon)

5. Tôi đã ngoài 40. Vùng da bụng bị chùng, mỡ và chấy sệ cùng một lúc đã được hơn 10 năm, lộ rõ qua áo. Liệu có biện pháp không xâm lấn nào hiệu quả trong trường hợp của tôi?

Với thời gian hơn 10 năm, các biện pháp không xâm lấn chỉ đạt hiệu quả từ 20- 30%. Để giải quyết triệt để tình trạng này, bạn nên xem xét phẫu thuật Căng da bụng toàn phần và thu nhỏ thành bụng (Tummy tuck). Đây là một trong những thủ thuật giải phẫu lớn nhất và hiệu quả nhất trong giải phẫu thẩm mỹ thành bụng. Giải phẫu tiến hành đồng thời việc căng da bụng toàn phần kết hợp với thu gọn cơ thành bụng để thu nhỏ thành bụng trước khi cắt bỏ da dư và khâu da. Đây là kỹ thuật tạo hình thẩm mỹ tái tạo thành bụng một cách tối đa nên khá phức tạp, tuy nhiên nếu làm tốt nó sẽ cho thấy hiệu quả tức thì (bụng gọn gàng, hết da dư nhão, vòng eo bụng được phục hồi tối đa).

Nếu sau khi phẫu thuật thành công mà bệnh nhân duy trì được chế độ ăn uống, tập thể dục, thể thao hợp lý thì kết quả thẩm mỹ có thể kéo dài nhiều năm sau đó.

(Theo tư vấn của bác sỹ Jerome Edelstein, Toronto Plastic Surgeon)



BÍ MẬT CỦA NHÀU THAI

Một trong những thành phần gây “thị phi” nhất trong lịch sử làm đẹp của con người.



Nhau thai được sử dụng như một thực phẩm chức năng và thành phần mỹ phẩm trong nhiều lĩnh vực làm đẹp như đẹp da, chống lão hoá, chống mệt mỏi, thời mãn kinh. Tuy nhiên, dù sử dụng nhau thai rộng rãi trong nhiều năm qua, chúng ta vẫn không hiểu rõ về thành phần này một cách chi tiết. Nhau thai thực sự có tác dụng gì?

Nó có giúp trẻ hoá hay không? Ai chứng minh điều đó? Nhau thai người và động vật khác nhau như thế nào? Những chi tiết này đang dần dần được giải mã nhờ sự phát triển vượt trội của công nghệ sinh học và bức tranh về một trong những thành phần thị phi nhất đang được làm rõ.

CHỨC NĂNG

Nhau thai là một cơ quan có vai trò bảo vệ và nuôi dưỡng em bé trong tử cung của người mẹ. Đương nhiên, chúng ta đều biết nó hoạt động như một cây cầu cung cấp oxy và chất dinh dưỡng từ mẹ sang con, nhưng để cho một em bé phát triển thực sự khỏe mạnh trong bụng mẹ, thì nhau thai còn phải làm nhiều việc hơn thế. Bao gồm những công việc liên quan đến sự điều tiết hormone và cung cấp một hệ thống miễn dịch để đứa trẻ chống lại bệnh tật.

Mặt khác, nhau thai cũng là cơ quan giúp tổng hợp và đào thải ra các “yếu tố tăng trưởng tế bào”, một chất giúp kiểm soát sự phát triển và nhân rộng các tế bào. Nếu không có “yếu tố tăng trưởng tế bào”, các tế bào mới không thể được sinh ra. Chỉ trong 10 tháng của thai kỳ, từ một tế bào đơn lẻ, một đứa bé đã được hình thành với 40-60000 tỷ tế bào. Điều này là nhờ vào “yếu tố tăng trưởng tế bào” – được tổng hợp nhờ nhau thai. Chính vì vậy, không có gì lạ nếu gọi nhau thai là “bà mẹ của cơ thể”.

Khi đứa bé được sinh ra, vai trò của nhau thai đã kết thúc, nó bị thải ra khỏi cơ thể. Ngay cả ở vào thời điểm này, nhau thai vẫn rất giàu chất dinh dưỡng và giữ trong nó tất cả các thành phần hoạt động như khi còn trong cơ thể. Nhiều loại động vật biết điều này nhờ vào bản năng và đã không ngần ngại gì ăn nhau thai để phục hồi sức khỏe sau khi sinh. Hành động này được gọi dưới cái tên khoa học là Placentophagy. Placentophagy đã được quan sát thấy ở sâu bọ, gặm nhấm, Chiroptera, Lagomorpha, bộ ăn thịt Carnivora, Perissodactyla, Artiodactyla (với lạc đà là một ngoại lệ), và động vật linh trưởng.

2000 NĂM LỊCH SỬ

Trung Quốc là một quốc gia có lịch sử sử dụng nhau thai người từ hơn 2000 lịch sử. “Theo y học cổ truyền Trung Quốc, nhau thai không gọi là Tử Hà Sa. Nhau thai vị ngọt mặn, tính ấm, có công dụng bổ khí, dưỡng huyết, ích tinh, thường dùng để chữa các chứng bệnh suy nhược, gầy yếu, đau nhức trong xương, hen suyễn, ho ra máu, ra mồ hôi trộm, di tinh, liệt dương, phụ nữ thiếu máu, muộn con, thiếu sữa sau khi sinh nở... Những nhau thai an toàn phải có màu hồng, sáng, không xây xát, còn nguyên bọc, ối của người mẹ sạch, không đục,

người mẹ không có những tiền sử bệnh án trước khi sinh thì thường sẽ có nhau thai an toàn” (Theo Wikipedia).

Tương truyền Tần Thủy Hoàng trong công cuộc tìm kiếm sự thanh xuân vĩnh hằng đã để mắt đến nhau thai. Dù thành phần này không mang đến sự bất tử, nhưng vị hoàng đế đã công nhận một số lợi ích tích cực của nó cho sức khỏe. Đồn đại rằng một bà hoàng khác của Trung Quốc là Từ Hy thái hậu cũng ăn nhau thai để duy trì sự thanh xuân. Không khó để tìm trong y học cổ truyền Trung Quốc những bài thuốc liên quan đến nhau thai người. Chính bởi vậy, có đến 10% các cặp vợ chồng Trung Quốc nhận lại nhau thai sau khi sinh, mà chắc rằng không phải để làm vật kỷ niệm.

Nhau thai đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng cơ thể của một con người, do đó thành phần này có gần như tất cả các chất dinh dưỡng cần thiết cho cuộc sống. Ba chất dinh dưỡng quan trọng là protein, chất béo và carbohydrate, các chất khác là các khoáng chất, vitamin, các enzyme và axit nucleic.



Viên uống Charmlux được sản xuất bởi công nghệ Úc, với các tinh chất quý giá của nhau thai cừu tươi, kết hợp với các thành phần chống lão hóa nguồn gốc thiên nhiên, giúp kích thích tái tạo tế bào.



Nhau Thai Cừu Sheep Placenta Frezzi



ĐỐI MẶT VỚI SỰ TRANH CẢI

Vào cuối thập niên 60 thế kỷ XX, nhau thai bắt đầu được sử dụng làm thực phẩm ở Mỹ với công dụng được cho là chữa chứng trầm uất hậu sản, bổ sung chất sắt cũng như bồi bổ cơ thể cho người mẹ mới sinh con. Cơ quan An toàn Thực phẩm châu Âu (EFSA) ra quy định các sản phẩm chế biến từ nhau thai là thực phẩm mới được bán hợp pháp trong Liên minh châu Âu (EU) với điều kiện tuân thủ nguyên tắc sản xuất hợp vệ sinh và có nhãn mác đầy đủ. Nhưng nguồn gốc của nhau thai đã dẫn đến một làn sóng tranh cãi gay gắt. Trong khi việc sử dụng nhau thai từ động vật như cừu, bò được chấp nhận dễ dàng thì việc sử dụng nhau thai người vấp phải sự chỉ trích về mặt đạo đức và thậm chí là pháp luật. Một phụ nữ 41 tuổi ở Anh suýt phải ra toà vì nhận pha chế nhau thai tươi cho các bà mẹ mới sinh. Kathryn Beale - ở thị trấn Swindon bị cáo buộc là "gây nguy cơ cho sức khỏe" khi xay nhau thai thành sinh tố để cung cấp cho sản phụ (nhau thai của chính sản phụ đó).

Vụ việc không đủ yếu tố để cấu thành tội phạm nên Beale được trắng án, nhưng những người ủng hộ nhau thai (người) tại Anh thì không hài lòng với việc này. Họ cho rằng Anh nên lời đi quyết định của Cơ quan An toàn Thực phẩm châu Âu (EFSA) và để mặc các bà mẹ dùng nhau thai theo ý họ với bất cứ công thức nào họ muốn (ăn sống, xay sinh tố, phơi khô hoặc chế biến kiểu khác). Không khó để tìm thấy trên mạng Pinterest những hình ảnh và công thức đa dạng liên quan đến nhau thai người tươi hoặc khô. Cũng có người đã nhanh chóng kinh doanh dịch vụ này, và cẩn thận hơn Kathryn Beale nên hầu như không dính vào rắc rối pháp lý nào. Đó là Tara Rivero Zea 42 tuổi ở London – một nữ chuyên viên về châm cứu. Với giá 150 bảng Anh (khoảng 224 USD), Tara Zea thu thập nhau thai ngay tại bệnh viện để ướp lạnh và sau đó hấp, sấy khô hoặc nghiền thành bột theo yêu cầu từ khách hàng. Với 20 bảng Anh (30 USD) trả thêm, Tara Zea sẽ chuẩn bị mọi thành phần trái cây để chế biến món sinh tố nhau thai.

Những người theo trường phái nhau thai tin rằng nhau thai người là một "thực phẩm đại bổ", dồi dào nguồn dinh dưỡng cần thiết và đặc biệt có lợi cho sức khỏe cũng như sự thanh xuân của phụ nữ. Nhưng những người theo phe đối lập thì khẳng định chưa có một công trình nào nghiên cứu tỷ mỉ và đưa ra những kết luận thực sự chi tiết về nhau thai. Người phát ngôn của Đại học Hoàng gia Khoa Sản và Phụ khoa Anh (RECOG) phát biểu: "Hiện nay, không có bằng chứng khoa học nào làm cơ sở cho những lợi ích của nhau thai. Các bác sĩ của chúng tôi cũng cho rằng cần có công trình nghiên cứu để chứng minh". Các cơ quan an toàn thực phẩm ở châu Âu cũng tán đồng điều này. Thực ra những công trình nghiên cứu về nhau thai thì đã xuất hiện không ít thì nhiều:

1. Nghiên cứu từ Tiệp Khắc năm 1954 cho thấy uống bổ sung các chế phẩm có nguồn gốc từ nhau thai giúp tăng tiết sữa.
2. Một nghiên cứu từ năm 1980 báo cáo trong chuyên san Journal of Reproduction and Fertility cho thấy rằng chuột ăn nhau thai sau khi sinh có thể làm thay đổi mức độ hormone ở chuột. Tuy nhiên, sự thay đổi hormone này không đem lại ứng dụng lâm sàng nào.

Và còn rất nhiều nghiên cứu khoa học khác về nhau thai nhưng đa phần "giữa đường gãy găng" vì các giá trị tôn giáo, văn hóa và cả giá trị khoa học. Do đó, cuộc tranh cãi về nhau thai đến nay vẫn gần như không có hồi kết.



Kem dưỡng da Charmlux chứa chiết xuất nhau thai cừu, Hentowwhite, chiết xuất củ đậu... trẻ hóa da, giúp da luôn săn chắc, đẩy lùi quá trình lão hóa da.



Nhau thai cừu Platinum Placenta Youth

XU HƯỚNG TẬP LUYỆN MỚI CROSSFIT

A NEW WORKOUT TREND - CROSSFIT

Ngay khi vừa ra đời, CrossFit đã tạo nên một làn sóng thể dục mới với đội ngũ các HLV và người tập đông đảo trên hơn 2,000 gym trên toàn thế giới. Đến Việt Nam, CrossFit trở thành xu hướng thu hút những người tập luyện thể thao ưa sự sáng tạo, mạnh mẽ đồng thời thử thách người tập bằng chương trình đa dạng đảm bảo các phương diện của fitness đều được chăm sóc đầy đủ.

Chúng ta hãy cùng trò chuyện với **Ryan Noble** – **Giám đốc thể hình của hệ thống NShape Fitness** để hiểu rõ hơn về bộ môn này!

Xin chào Ryan! Anh có thể giới thiệu cho độc giả của Style biết CrossFit là gì?

Chào bạn. CrossFit hiểu đơn giản là chương trình rèn luyện sức mạnh và điều kiện hóa cơ thể dựa trên các bài tập ngắn cường độ cao, đa dạng. Trên thế giới, đây là chương trình luyện tập được áp dụng nhiều cho các đơn vị cứu hỏa, các tổ chức quân sự, đào tạo cảnh sát, đào tạo các vận động viên thể thao chuyên nghiệp... Lợi ích của CrossFit nhắm vào việc: tập luyện hệ hô hấp tim mạch, sức chịu đựng, cơ bắp và sức bền, độ dẻo dai, sức lực, tốc độ, sự nhanh nhẹn, cân bằng, sự phối hợp, và cả độ chính xác.

Theo anh điểm đặc trưng của chương trình tập này là gì? Có phù hợp với những người mới tập Gym hay không?

Đặc trưng của CrossFit là các bài tập thường ngắn – 20' hoặc ít hơn – nhưng khá nặng, yêu cầu các nỗ lực rất lớn về thể chất. Vì vậy, CrossFit không thực sự dành cho người mới bắt đầu. Người tập phải kết hợp các động tác chuyển động như chạy nước rút, chèo thuyền, nhảy dây, leo dây, lật lốp xe, cử tạ, mang vật nặng và rất nhiều các bài tập dùng chính sức nặng cơ thể khác. Các dụng cụ thường dùng bao gồm tạ đòn, tạ đơn, xà vòng, xà đơn, tạ bình, bóng cao su và bục nhảy. Vì vậy để tìm được những bài tập CrossFit phù hợp với khả năng, người tập nên tham khảo ý kiến của các HLV để có được những bài tập và chế độ dinh dưỡng thích hợp, tránh những sai lầm cũng như chấn thương trong luyện tập.

Vậy anh có lời khuyên gì cho những người muốn thử sức với xu hướng mới này?

CrossFit với các bài tập đa chức năng giống như một cơ hội để người tập thử thách và khám phá thêm được nhiều kỹ năng mới của bản thân. Tại NShape, chúng tôi có chương trình tập luyện CrossFit chuyên biệt với HLV. Khi đã nắm được những

vấn đề cơ bản trong tập luyện cũng như hiểu rõ cơ thể mình, bạn hoàn toàn có thể tự tập theo bài tập mẫu, tuy nhiên vẫn cần tham khảo ý kiến HLV khi muốn thay đổi bài tập, hay thay đổi cường độ luyện tập. Bạn có thể tham khảo một bài tập CrossFit cơ bản tại nhà như sau:

- 10 burpees (bật cao)
- 20 push-up (chống đẩy)
- 30 sit ups (gập bụng)
- 40 squats
- 50 giây planks (giữ nguyên động tác)

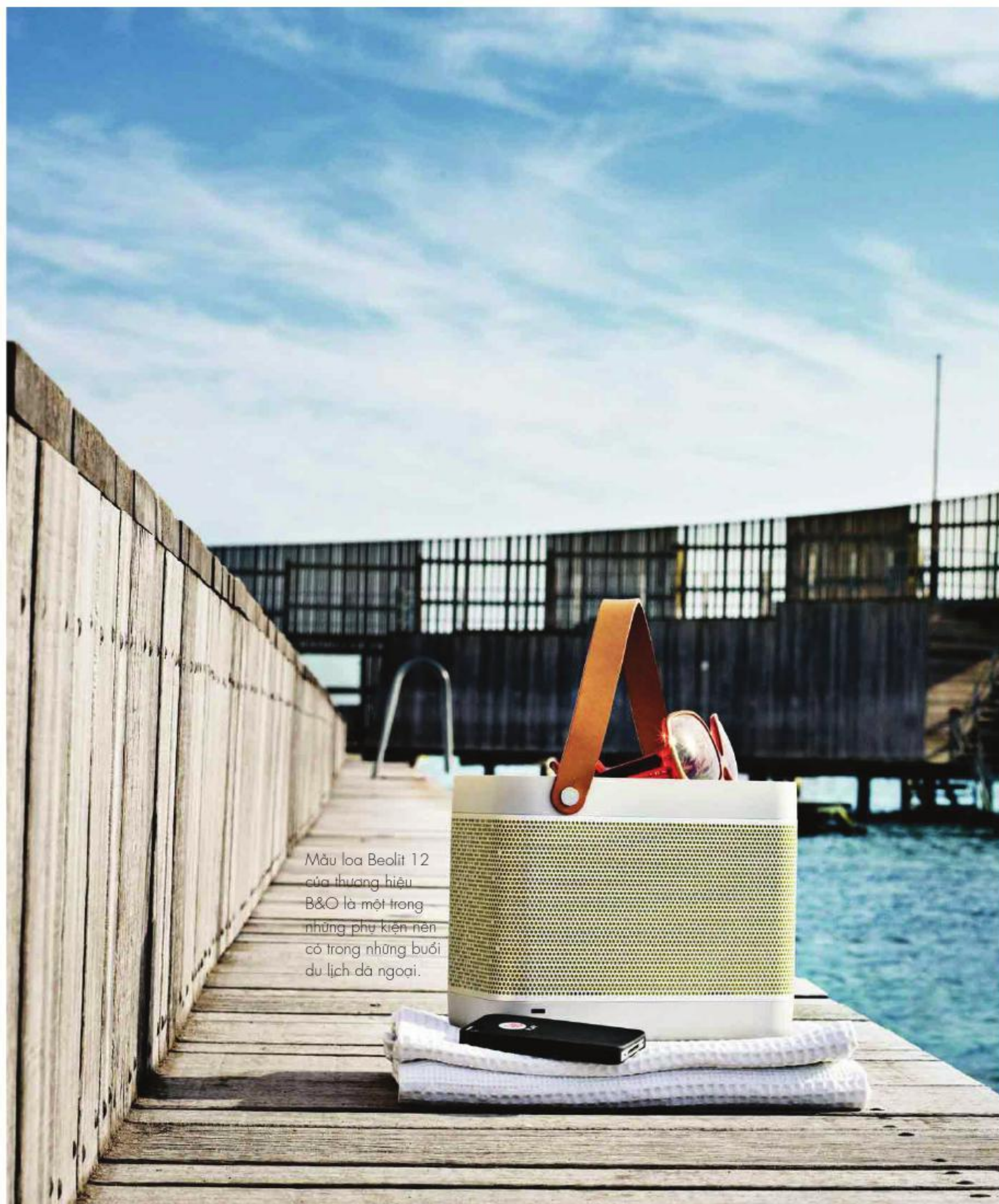
Tùy theo sức của mình, lặp lại bài tập này càng nhiều vòng càng tốt trong thời gian 20 phút hoặc ít hơn.

Xin cảm ơn những chia sẻ của anh!



LET'S HAVE A LIFE

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



Mẫu loa Beolit 12 của thương hiệu B&O là một trong những phụ kiện nên có trong những buổi du lịch dã ngoại.

98

BEST TABLET



102

CARS:
5 MẪU XE GIA ĐÌNH TỐT NHẤT



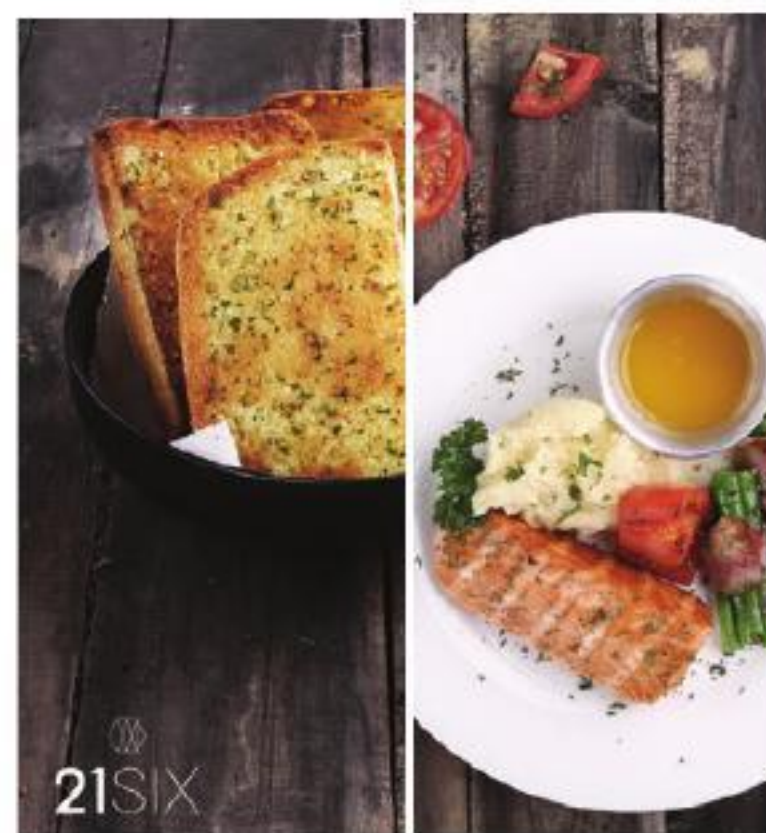
“To travel is to live.”
Hans Christian
Andersen, The Fairy
Tale of My Life
-An Autobiography”

STYLE

www.facebook.com/stylemagazine
Liên hệ quảng cáo: 04.3773.8005

114

ẨM THỰC NGÀY CHỜM THU



120

DÉCOR: NHỮNG ĐƯỜNG
CONG TUYỆT MĨ





BEST TABLET

Với những chiếc tablet dưới đây, một người có thể hoàn toàn chinh phục cả thế giới!

Nguyễn Mạnh Đức

SONY XPERIA Z4 TABLET

Được đánh giá là vừa chạm vào ngưỡng hoàn hảo, và ra mắt trong sự kiện MWC (Triển lãm di động thế giới) 2015 vừa qua tại Barcelona, Xperia Z4 Tablet là một kế thừa đỉnh cao của Xperia Tablet Z2. Thiết kế máy chắc chắn, tuy vẫn sử dụng chất liệu vỏ nhựa, giống như Nexus 9 nhưng hạn chế tối đa chống bám dầu vân tay. Nút nguồn và điều chỉnh âm lượng được đặt ở phía bên trái, trong khi các cổng micro-USB nằm ở phía bên phải của máy. Cạnh trên bên trái của máy tính bảng được bố trí cổng cảm tai nghe, tiếp theo là khe cắm thẻ microSD và SIM. Mặc dù không phải là một màn hình siêu sắc nét nhưng IPS LCD của Sony nhờ được tích hợp công nghệ xử lý hình ảnh "X-Reality for Mobile", nên vẫn có màu sắc và độ tương phản chân thực. Máy sở hữu camera trước đạt độ phân giải 5.1 MP, ống kính góc rộng đẹp. Nhược điểm nằm ở việc camera chính (8.1 MP) không hỗ trợ đèn flash LED.

APPLE IPAD AIR 2

Nếu không tính tới các máy tính bảng Windows, iPad Air 2 đang là sản phẩm nhanh nhất, mạnh nhất, màn hình tuyệt vời nhất ở thời điểm hiện tại. Apple lựa chọn làm máy mỏng đi, biến nó thành chiếc tablet mỏng nhất thế giới (6.1mm) thay vì làm máy gọn lại. iPad Air 2 dùng A8X, con chip không chỉ mạnh mẽ hơn nhiều về đồ họa như mọi khi mà còn cải tiến lớn về sức mạnh xử lý, đặc biệt là xử lý đa nhân. A8X có 3 nhân xử lý bên trong thay vì chỉ 2 như iPhone 6, có thể Apple đang để phòng cho khả năng nâng cấp trong tương lai cho các bản iOS có xử lý đa nhiệm tốt hơn hiện tại.



SONY XPERIA Z3 TABLET COMPACT

Sony Xperia Z3 Tablet Compact sở hữu khả năng chống nước, bụi (IP68) nhẹ và mỏng nhất trên thị trường. Máy chỉ nặng 270g, dày 6,4mm. Xperia Z3 Tablet Compact sở hữu ngôn ngữ thiết kế tối giản OmniBalance với hai phiên bản màu. Về thông số phần cứng, máy sở hữu màn hình 8 inch độ phân giải 1.080 x 1.920 pixel, cho mật độ điểm ảnh 275 PPI. Xperia Z3 Tablet Compact sử dụng chip lõi tứ Qualcomm Snapdragon 801 tốc độ 2,5GHz, nhân đồ họa Adreno 330 cùng RAM 3GB. Bộ nhớ trong của thiết bị này là 16GB tuy nhiên bộ nhớ khả dụng chỉ đạt 11GB.



SAMSUNG GALAXY TAB S 8.4

Về ngoài của Samsung Galaxy Tab S 8.4 làm chúng ta liên tưởng tới chiếc Galaxy S5 phóng to, nhưng độ mỏng còn ấn tượng hơn chỉ 6.5mm, chỉ xếp sau độ mỏng của Z2 Tablet nhưng cũng được xem là chiếc tablet mỏng nhất trên thị trường. Màn hình trên Samsung Galaxy Tab S 8.4 có kích thước giống như tên gọi là 8.4 inch, độ phân giải 2560x1440, mật độ điểm ảnh đo được là 359 ppi. Công nghệ Super AMOLED trên thiết bị này được cải tiến khá nhiều, không còn hiện tượng ám màu hay quá sặc sỡ mà thực tế hơn.



IPAD MINI 4

Mẫu iPad Mini năm nay nhìn chung không có nhiều thay đổi về mặt thiết kế ngoài độ mỏng và chiều dài. Nút cảm ứng Touch ID nằm ở cạnh phía dưới máy. Nhược điểm của sản phẩm là không hỗ trợ khe cắm thẻ microSD. Màn hình hiển thị Retina trên mini iPad 4 có độ sáng và sắc nét giống như mini 2 đã ra mắt cách đây hai năm - 2048 x 1536-pixel, tương đương với Galaxy Tab S2, và kém hơn hẳn so với màn hình OLED Venue 8 7000 cỡ 8,4-inch, độ phân giải 2560 x 1600, cung cấp 324 điểm ảnh/inch.





GADGET CỦA THÁNG

Chúng tôi tin chắc rằng 5 món công nghệ dưới đây sẽ rất hữu ích cho bạn.

Hải Minh

I DIGITSOLE SMART INSOLES

Chỉ cần một đế sạc, bạn có thể sưởi ấm đôi chân và theo dõi các bước đi của bạn? Bạn có thể kết nối Digitsole qua Bluetooth và sử dụng ứng dụng Android hay iOS để điều chỉnh nhiệt độ của bàn chân. Đế lót cũng theo dõi bước chân và cho biết bạn đã đốt bao nhiêu calo. Năm 2014, thiết bị này cũng tham gia chiến dịch Kickstarter và mang lại số tiền ủng hộ là 80.000 đô, gấp đôi con số dự tính. Nhiều người cho rằng, thiết bị này thật tuyệt, mà chỉ có giá 200USD thì quả là lựa chọn tốt.

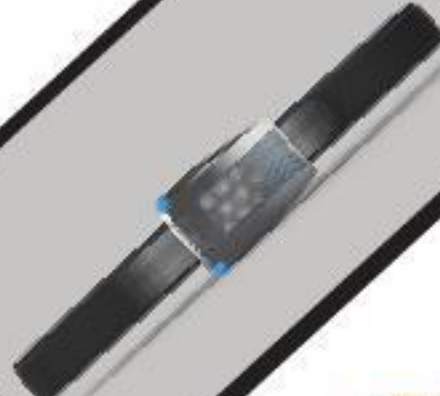
2

QUITBIT LIGHTER

Bạn có biết thứ gì thực sự cần để giúp bỏ thuốc lá? Đó là chiếc bật lửa 100 đô. Mỗi chiếc Quitbit đều chứa một cuộn dây nóng và cần sạc tuần hút thuốc và đồng bộ với iPhone hoặc Android để cung cấp chi tiết sơ đồ thời gian hút thuốc của bạn. Thậm chí, bạn có thể đặt giới hạn cho mình, và đương nhiên bật lửa sẽ ngừng châm thuốc nếu bạn đi quá giới hạn.

**BELTY**

Hãy tưởng tượng một chiếc dây lưng có thể tự điều chỉnh khi bạn ngồi xuống, tự giãn khi bạn quá no. Công ty Emiota, Pháp đã tạo ra giấc mơ này, nhưng không dừng lại ở đó vì Belty còn theo dõi vòng eo và đo hoạt động của bạn. Cùng với động cơ nhỏ, chiếc dây lưng có một gia tốc và con quay hồi chuyển. Có thể bạn chỉ cần một chiếc dây lưng bình thường, nhưng nếu nó biết báo khi bạn tăng cân, cân tập thể dục thì vẫn tốt hơn chứ nhỉ?



3

SONY SYMPHONIC LIGHT

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



5

BUDGEE ROBOT

Thời đại người máy phục vụ đã đến. Người máy Budgee được thiết kế để mang túi xách và đi theo bạn ở một khoảng cách nhất định. Bạn có thể điều khiển nó bằng smartphone hoặc máy tính bảng. Budgee có khả năng tránh chướng ngại vật, mang tới 23 kg và di chuyển với vận tốc 6,5km/h. Bạn cũng có thể chỉnh màu mắt và giọng nói. Bạn chúng tôi không biết làm thế nào để giải quyết việc tăng ý thức cho robot. Chỉ cần bỏ ra 1.400USD, bạn đã có thể sở hữu một em Budgee.



5 MẪU XE GIA ĐÌNH TỐT NHẤT

Bạn đang cần một chiếc xe cho gia đình? Liệu có dễ để chọn?
Hãy tham khảo cách chọn của Style nhé.

Nguyễn Mạnh Đức



HYUNDAI SONATA: XE SEDAN TỐT NHẤT

Hyundai Sonata mang đến sự lựa chọn hàng đầu cho khách hàng đang tìm kiếm một chiếc sedan với nội thất rộng rãi và êm ái. Ở phía trước, Sonata 2015 được làm mới phần đèn chiếu sáng và đèn sương mù. Nhìn vào phần nóc, Hyundai đã thiết kế nóc Sonata giống như dòng sedan coupe: Nóc ở từ hàng ghế thứ hai trở đi dốc thoải về phía đuôi xe. Ở phía sau, đèn hậu kích thước lớn nằm ngang choán hết phần đuôi và cốp, chúng nổi bật với các dải đèn viền LED. Về tiện nghi, chiếc xe có hệ thống kiểm soát hành trình thông minh ASCC, phát hiện điểm mù, cảnh báo đi lệch làn đường LDWS, chức năng rảnh tay Hands Free, túi khí ở chân người lái, đèn LED hiện đại, phanh điện tử, sưởi cho hàng ghế sau. Tại thị trường Hàn, chiếc sedan phân khúc C này được trang bị 3 tùy chọn động cơ 4 xy-lanh, bao gồm phiên bản dung tích 2.0L 149 mã lực, CCVL dung tích 2.0L 166 mã lực và GDI dung tích 2.4L 190 mã lực, hộp số có thể tùy chọn giữa số sàn 6 cấp hoặc số tự động 6 cấp. Tất cả các mẫu xe này đều sử dụng hệ dẫn động cầu trước.

CHEVROLET TRAVERSE: — XE SUV TỐT NHẤT

Đây là chiếc xe có không gian nội thất rộng nhất với dung tích khoang hàng hóa lên tới 3.327 lít. Trên thực tế, tuy được xếp vào dòng SUV 7 chỗ nhưng Chevrolet Traverse lại có thể đủ chỗ ngồi cho 8 hành khách. Được thiết kế dựa trên nền tảng của một chiếc sedan, Chevrolet Traverse 2015 sở hữu thân hình nhỏ gọn, cho phép dễ dàng lưu thông và xoay sở trong khi tham gia giao thông. Xe được trang bị động cơ V6 3.6 lít, với công suất 288 mã lực. Đi kèm là hộp số tự động 6 cấp và tùy chọn hệ dẫn động cầu trước hoặc hệ dẫn động 4 bánh. Mức tiêu hao nhiên liệu của các phiên bản Traverse trang bị dẫn động cầu trước là 13.8 lít/100 km đường thành phố và 9.8 lít/100 km đường cao tốc.



VOLKSWAGEN GOLF TDI BLUEMOTION: XE TIẾT KIỆM NHIÊN LIỆU NHẤT

Volkswagen Golf TDI BlueMotion là phiên bản tiết kiệm nhiên liệu nhất trong lịch sử dòng xe hatchback Volkswagen Golf. Đây là thế hệ thứ ba của dòng xe Golf TDI, tiết kiệm nhiên liệu hơn 15% so với dòng tiền nhiệm, với mức tiêu thụ nhiên liệu 3,2 lít/100 km, lượng khí thải tương ứng chỉ ở mức 85g/km. Chiếc xe gia đình này được trang bị động cơ diesel 1.6 lít, bốn xi-lanh, với công suất tối đa 110 mã lực, momen xoắn cực đại 250 Nm tại 1.500 vòng/phút. Ngoài động cơ được cải tiến, bộ lốp chịu áp suất và nhiệt độ, cùng hệ thống Start/Stop, hệ thống phanh tái sinh năng lượng, cùng hộp số tay sáu cấp cũng góp phần không nhỏ vào khả năng tiết kiệm nhiên liệu của Volkswagen Golf TDI BlueMotion. Mức giá được Volkswagen đưa ra cho Golf TDI BlueMotion tại thị trường Đức là từ 21.900 Euro – tương đương 28.255 USD.



TOYOTA SIENNA: XE MINIVAN TỐT NHẤT

Toyota Sienna 2015 là một trong những chiếc minivan bán chạy nhất và tốt nhất tại Mỹ. Toyota Sienna 2015 sở hữu phần đầu xe ấn tượng với các mẫu Sienna LE, XLE và Limited được thiết kế lưới tản nhiệt mới có vị trí thấp. Đèn pha LED-DRL mới được trang bị cho các mẫu SE và Limited. Ngoài ra, Toyota Sienna 2015 còn có cánh gió phía sau và cốp nâng điều khiển bằng điện. Nội thất trong chiếc Sienna 2015 được trang bị bảng điều khiển trung tâm với màn hình lớn hơn. Đồng hồ được thiết kế mới. Ở phiên bản cao cấp đồng hồ hiển thị nhiều màu sắc. Tùy chọn trên hầu hết mẫu Toyota Sienna 2015 bao gồm định vị DVD, bộ phần mềm kết nối ứng dụng di động Entune của Toyota, hệ thống giải trí ghế sau DVD với hai màn hình rộng 16.4 inch và audio cao cấp. Động cơ Toyota Sienna ở phiên bản tiêu chuẩn được trang bị động cơ V6, dung tích 3.5 lít. Tay lái trợ lực điện tử là một điểm mới ở Toyota Sienna 2015, giúp ích nhiều khi phải tải một trọng lượng lớn và chạy trên đường cao tốc.



HONDA CRV: XE CROSSOVER TỐT NHẤT

Mới đây, tạp chí Auto Pacific đã công bố giải thưởng Vehicle Satisfaction Awards (VSAs) lần thứ 19 - giải thưởng các xe có sự hài lòng cao nhất do các khách hàng bình chọn tại toàn nước Mỹ. Giải thưởng này được xây dựng từ một cuộc bình chọn trên 65.999 khách hàng trên khắp nước Mỹ mua xe trong khoảng thời gian năm 2015 bao gồm xe du lịch và xe bán tải. Và Honda CR-V 2015 là mẫu xe hiện đang dẫn đầu bảng xếp hạng trong phân khúc xe Hatchback và Crossover tầm trung. Với việc đạt được những giải thưởng cao quý này, Honda CR-V 2015 đã thêm một lần nữa khẳng định với khách hàng đây chính là sự lựa chọn tốt nhất so với các đối thủ trong phân khúc crossover. Kết quả này không quá bất ngờ khi doanh số bán của Honda CR-V 2015 liên tục chiếm lĩnh phân khúc Crossover cỡ trung tại thị trường Mỹ với doanh số bán kỷ lục 163.019 xe trong nửa đầu năm 2015.



HANOI OFFICE

Unit 8&9A, 3rd Floor, International Center, 17 Ngo Quyen Str., Hanoi, Vietnam

T: +84 4 39416666 | F: +84 4 39368338

E: info@paradisevietnam.com | W: www.paradisevietnam.com

NHỮNG KHU NGHỈ ĐẸP NHẤT VIỆT NAM

Bạn có nghĩ rằng mình đã đi hết các khu nghỉ đẹp nhất Việt Nam!? Vậy hãy tham khảo danh sách “những khu nghỉ phải đến” của Việt Nam nhé.

Nguyễn Xuân Hòa



AN LÂM NINH VÂN BAY

Tọa lạc tại vịnh Ninh Vân xinh đẹp, khu nghỉ dưỡng An Lâm Ninh Vân Bay nằm nép mình cạnh khu rừng nhiệt đới và các khối đá granite lớn. Hệ thống 35 biệt thự của An Lâm Ninh Vân Bay được thiết kế độc đáo với đa dạng tiện nghi thiết yếu nhằm mang đến cho du khách kỳ nghỉ hoàn hảo.

Kiến trúc các biệt thự đều đảm bảo 2 không gian trong nhà và ngoài trời, khiến du khách có được cảm giác mới lạ khi chỉ vài bước chân là bạn đã có thể hòa mình vào thiên nhiên bao la xung quanh. Mỗi phòng nghỉ đều trang bị TV LCD, máy lạnh, mini bar, két sắt, máy pha trà/cà phê, phòng tắm ngoài trời với vòi phun mưa thư giãn... Dù bạn là doanh nhân hay khách du lịch muốn quên đi bao bận rộn, mệt mỏi, An Lâm Ninh Vân Bay Villas sẽ là nơi yên bình, thích hợp cho chuyến du lịch Nha Trang thư thái.

Tôi phải thừa nhận rằng ngành du lịch Việt đang phát triển mạnh, đặc biệt là các khu nghỉ dưỡng. Không cần phải đi đâu xa, không cần phải xuất ngoại, bạn chỉ cần chuẩn bị tốt tài chính và chọn các khu nghỉ đẹp nhất (theo đánh giá riêng của chúng tôi) là đảm bảo bạn sẽ có một kỳ nghỉ ấn tượng.

AMANOI

Nằm bên vịnh biển Vĩnh Hy thơ mộng, khu nghỉ dưỡng Amanoi là sự kết hợp hoàn hảo của những bãi biển hoang sơ mà kiêu sa nhất trên mảnh đất hình chữ S này. Nơi đây có khung cảnh đẹp tuyệt vời với những bãi cát trắng xóa được ôm trọn bởi bờ biển trong xanh đem lại cảm giác thư thả cho du khách. Amanoi có 36 villa sang trọng, trong số đó có một vài villa có hồ bơi riêng và toạ lạc trên đồi với tầm nhìn bao quát vịnh Vĩnh Hy. Khi đặt chân đến đây du khách sẽ được tận hưởng cảm giác ngọt ngào, giữa không gian yên bình và thoáng đãng. Ngoài hệ thống khách sạn, nhà biệt thự, Amanoi còn có hai nhà hàng sang trọng, sân tennis, trung tâm giải trí dưới nước... Và khi đến Amanoi du khách không thể không trải nghiệm dịch vụ Luxury Spa. Sau đó du khách có thể dành thời gian thư giãn bên hồ bơi, tản bộ dọc theo bãi biển hoặc thưởng thức một bữa ăn với những ly vang dưới bầu trời xinh đẹp, đầy sao của Việt Nam.

SIX SENSES NINH VÂN BAY

Nằm trên bán đảo tuyệt đẹp của vịnh Nha Trang, Six Senses Ninh Vân Bay đẹp trong mắt du khách bởi những mái nhà được lợp bằng dừa, những hồ nước trong xanh, những tiếng gió vi vu, những con sóng nhỏ của biển như vỗ về ai đó những giấc ngủ ngon.

Six Senses Ninh Vân Bay gồm 54 villa cao cấp, tất cả các villa đều có hồ bơi ngoài trời, khu phòng khách rộng và hầm rượu cá nhân cùng đầy đủ tiện nghi sang trọng. Từ phòng ngủ tại Six Senses Ninh Vân Bay, du khách có thể nghỉ ngơi giữa một bầu không khí trong lành, tự nhiên bởi những làn gió biển thổi vào, những làn gió của cây cỏ núi rừng sẽ làm tâm hồn du khách được thanh thản và bình yên. Hay du khách có thể dạo bước trên những dải cát trắng của bờ biển cùng những người thân yêu. Đó là những gì mà Six Senses Ninh Vân Bay muốn đem đến cho du khách.

BANYAN TREE LĂNG CÔ

Là khu nghỉ dưỡng 5 sao cao cấp, Banyan Tree luôn là sự lựa chọn hoàn hảo cho 01 kỳ nghỉ lý tưởng ở Huế. Banyan Tree bao gồm 32 biệt thự một phòng ngủ hướng kênh đào và 17 biệt thự một phòng ngủ hướng biển, trải dọc theo bờ biển Cảnh Dương. Tất cả các biệt thự đều được trang bị nội thất hiện đại như tivi LCD/Plasma, truyền hình cáp... Banyan Tree còn cung cấp rất nhiều phương tiện giải trí như sân golf tại chỗ, thể thao dưới nước, bể bơi ngoài trời, bể sục, phòng thể dục, massage, sân chơi squash giúp du khách có thể tận hưởng thời gian nghỉ dưỡng thoải mái trong resort. Để tận hưởng những trải nghiệm nhẹ nhàng hơn, Banyan Tree Spa, một thương hiệu đã đoạt nhiều giải thưởng quốc tế, chính là một lựa chọn cho du khách.



THE NAM HẢI

Nằm bên bờ cát trắng nguyên sơ trải dài, The Nam Hải Hội An đã định hình một tiêu chuẩn mới cho sự sang trọng xa hoa tại Việt Nam, góp phần tô điểm thêm cho linh hồn Đông Dương đích thực với khung cảnh tuyệt đẹp hướng tầm nhìn ra biển.

Buổi tối, The Nam Hải mang vẻ huyền bí với không gian biển cả tràn ngập một màu xanh, mờ ảo, lung linh. The Nam Hải mang lại cảm giác tiện nghi, thoải mái như ở thành phố, thậm chí còn tuyệt vời hơn rất nhiều. Thường thức một loại cocktail đặc biệt hay một ly rượu sâm panh khi hoàng hôn buông xuống tại khu vực quầy bar sẽ khiến đầu óc và tâm hồn du khách như hoà vào vẻ đẹp của thiên nhiên quanh mình.



RICHARD MCDONOUGH:

HÃY ĐỂ COCKTAIL ĐÁNH THỨC NHỮNG NIỀM HỨNG KHỞI!



“Cocktail không phải là thứ thức uống để người ta kéo lê chính mình qua những ngày buồn nản. Cocktail là để đánh thức những niềm hứng khởi!”

- Richard McDonough.

Ngay từ những buổi ra mắt làng ẩm thực Việt đầu năm 2015, Richard McDonough đã nhanh chóng gây tiếng vang với những kỹ thuật độc đáo của Mordenist Cuisine (hay molecular gastronomy - ẩm thực phân tử). Theo chân anh, những thiết bị tưởng chừng chỉ có trong các phòng thí nghiệm khoa học như máy ly tâm, ni-tơ lỏng... lần lượt xuất hiện trên quầy bar để tham gia vào những bữa tiệc vừa đậm tính biểu diễn, vừa xuất sắc về hương vị.

Và không chỉ được biết đến như một “nhà khoa học bên quầy bar”, tên tuổi của Richard còn gắn liền với những kiệt tác cocktail mà anh sáng tạo. Trong lĩnh vực này, anh tự nhận mình là một “mood therapist” – một chuyên viên trị liệu cho tâm trạng, bởi anh cho rằng: “Cocktail luôn biết đánh thức và khơi dậy những niềm lạc quan trong mỗi thực khách bằng vô vàn cung bậc màu sắc và hương vị! Chính vì vậy

mà mọi tâm trạng đều có thể trở nên tốt hơn nhờ một ly cocktail đúng điệu!”

Mong muốn đưa mọi người vượt ra khỏi những giới hạn an toàn của chính họ, giúp họ khám phá những hương vị tưởng chừng không thể có thật, Richard đã không ngừng tạo ra những công thức cocktail mới, kết hợp phong phú sự ngọt ngào của trái cây với những thức uống có cồn xa hoa bậc nhất. **“Cocktail là cả một thế giới đa dạng, nhưng người chuyên gia sẽ luôn biết cách chọn cho thực khách của mình một hương vị đúng với tâm trạng và cá tính của họ.”** - anh chia sẻ.

Với anh, chân dung, gu thẩm mỹ và cá tính của một thực khách có thể được hé lộ chỉ qua ly cocktail mà họ chọn. Ví như James Bond – quý ngài điệp viên trong loạt phim 007 luôn thể hiện sự sành điệu của mình bằng một ly Martini. Trò chuyện về chi tiết đắt giá này, Richard cho biết: **“Martini với một ít vỏ chanh, lắc ngay trước khi phục vụ là một lựa chọn tuyệt vời của**



ngài Bond. Ly cocktail khi thưởng thức sẽ có độ lạnh hoàn hảo làm nổi bật là sự nồng nàn của vodka Belve trong khi lớp tinh dầu chanh trên bề mặt lại khiến mỗi ngụm thức uống trở nên thanh mát hơn! Tôi đã thử và phải lòng món thức uống xuất sắc này!”

Suốt nhiều thập kỉ qua, loại “cocktail James Bond” này vẫn liên tục được các fan hâm mộ 007 ưa thích. Và 007 – Spectre cũng hứa hẹn sẽ mang đến cơn sốt Martini tại khắp các quầy bar trên thế giới. Với nguồn cảm hứng từ ngài Bond,

Richard McDonough đã sáng tạo riêng một loại thức uống dành cho Spectre: Belve Double O Heaven. **“Một thức uống với màu sắc và những bọt khí hoàn hảo tựa champagne nhưng hương vị lại vô cùng khác biệt nhờ kết hợp sự đậm đà của Belve và các loại trái cây!”** Richard hé lộ.

Và như lời hứa hẹn của anh, không chỉ hương vị cocktail mà những kỹ thuật biểu diễn tối tân của Ẩm thực phân tử sẽ sớm chinh phục các fan hâm mộ của quý ngài điệp viên James Bond!

SIX SENSES CÔN ĐẢO

Six Senses Côn Đảo là khu nghỉ dưỡng 5 sao đầu tiên ở Côn Đảo với 50 biệt thự làm bằng gỗ, nằm dọc sát bờ biển dài suốt 1,6 km. Các biệt thự sang trọng ở Six Senses Côn Đảo đều có hồ bơi riêng tạo cảm giác vô tận với tầm nhìn ra Biển Đông.

Ở Six Senses du khách có thể tận hưởng dịch vụ quản gia tại phòng nghỉ của mình vào bất cứ lúc nào. Mỗi biệt thự của Six Senses đều có khu vực ăn uống và tiếp khách rộng rãi, đầu DVD, TV màn hình phẳng và Wi-Fi. Khu nghỉ làm mọi thứ để tập trung vào các trải nghiệm của du khách, đảm bảo sự dễ chịu và thư giãn cho du khách.

INTERCONTINENTAL ĐÀ NẴNG

InterContinental Đà Nẵng là một trong những khu nghỉ dưỡng cao cấp nhất Việt Nam và Đông Nam Á. Tựa lưng vào bán đảo Sơn Trà và được bao quanh bởi cảnh quan tuyệt đẹp với bao quát toàn cảnh biển Đông, khu nghỉ dưỡng là lựa chọn của những du khách muốn tìm kiếm những trải nghiệm tuyệt vời, những gì đặc biệt nhất ở Đà Nẵng cũng như dành cho du khách một khoảng thời gian đáng nhớ nhất trong cuộc đời. InterContinental Đà Nẵng nằm tách biệt với không gian rất riêng tư của núi rừng nhiệt đới tươi tốt và cảnh quan ngoạn mục trên biển Đông. Khu nghỉ dưỡng có 197 phòng nghỉ và 22 phòng suite sang trọng đầy đủ tiện nghi với quang cảnh và tầm nhìn tuyệt đẹp từ bán đảo Sơn Trà ra Vịnh Đà Nẵng. Với 2 nhà hàng và 1 quầy bar, du khách sẽ được thưởng thức những món ăn đậm đà truyền thống Việt Nam hay hương vị tinh tế của Pháp. Những du khách ham mê chơi golf có thể tham gia đánh golf tại sân golf nổi tiếng Montgomerie.

Và giờ thì bạn đã biết mình sẽ phải đi đâu rồi chứ?



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

Nhà Hàng Long Đình

Hương vị Hồng Kông đích thực



Nhà hàng Long Đình 64B Quán Sứ, Hà Nội - Tel: 043 942 9168 - Hotline: 0902 286 286

 longdinh.vn

 [nhahanglongdinh](https://www.facebook.com/nhahanglongdinh)

ẨM THỰC NGÀY CHỖM THU

Gió mùa về và không khí se lạnh thực sự là một thứ gia vị lý tưởng tăng cảm giác ngon miệng cho tất cả mọi người. Có những món Âu không hề khó làm, bạn có thể thử sức ngay tại nhà. Hãy để Style gợi ý cho bạn một vài thực đơn dễ thực hiện dưới đây.


21SIX



CÁ HỒI SỐT BƠ CHANH LEO

NGUYÊN LIỆU

- + Cá hồi: 200g
- + Chanh dây
- + Sốt mayonnaise
- + Muối, tiêu, tỏi
- + Bơ, mật ong
- + Khoai tây: 2 củ
- + Rau thơm



THỰC HIỆN

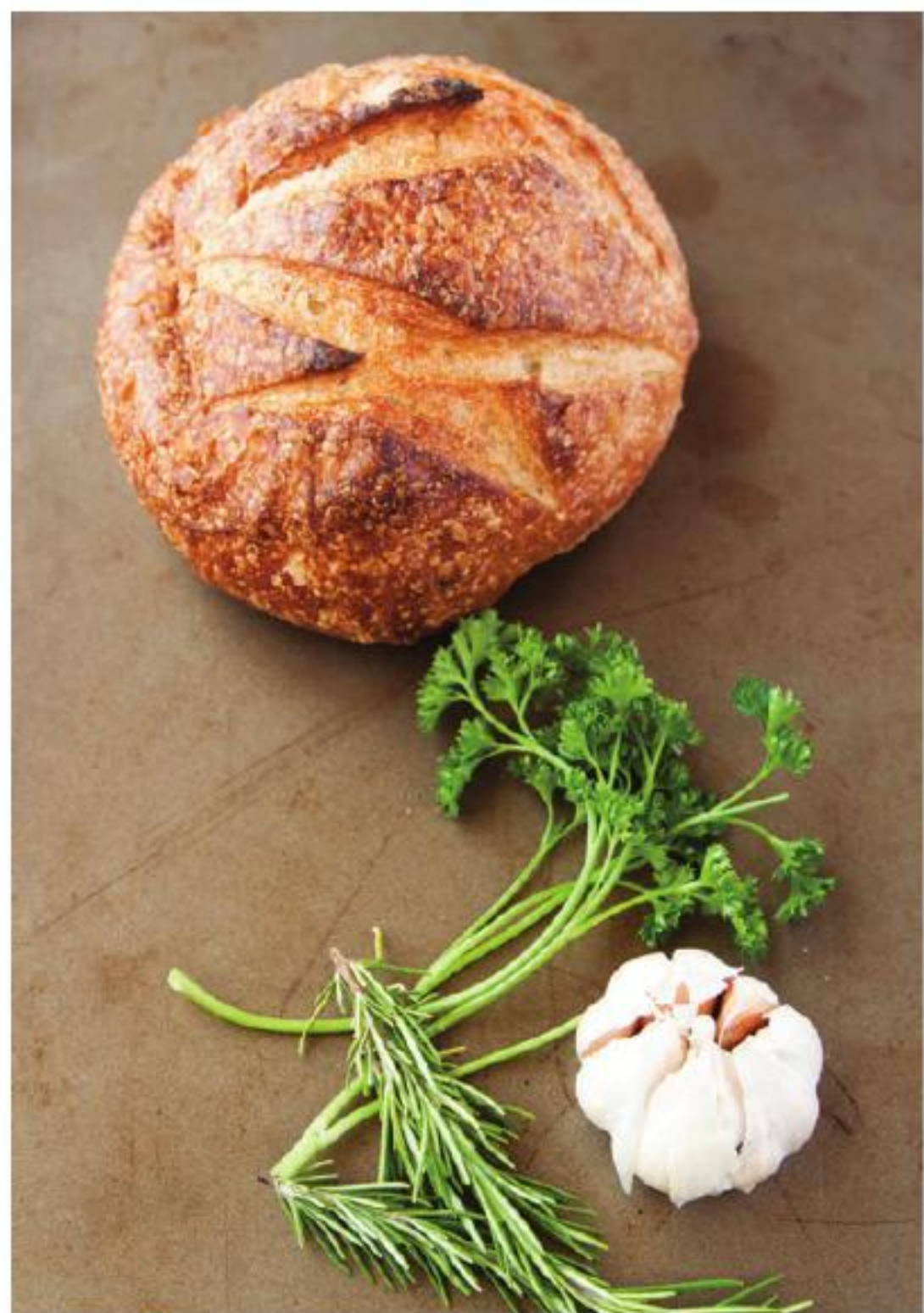
- + Rửa cá hồi với nước muối loãng rồi xắt miếng vừa ăn. Sau đó ướp với muối, tiêu và tỏi đập giập trong khoảng 15 phút.
- + Khoai tây rửa sạch, cắt nhỏ, đem luộc chín rồi nghiền nhuyễn. Trộn thêm mayonnaise và hạt tiêu cho vừa khẩu vị rồi rắc rau thơm xắt nhỏ lên.
- + Bắc chảo, cho ít bơ vào, chiên cá chín vàng đều hai mặt. Sau đó, bày cá ra đĩa riêng.
- + Cắt đôi chanh leo vắt lấy nước rồi bỏ bớt hạt. Tiếp tục cho bơ, nước chanh dây và mật ong vào chảo đảo đều. Khi hỗn hợp sệt lại thì cho thêm một muỗng canh đầy mayonnaise vào trộn.
- + Bày khoai tây nghiền vào đĩa với cá hồi rồi rưới nước sốt lên trên.



BÁNH MÌ NƯỚNG BƠ TỎI

NGUYÊN LIỆU

- + Bánh mì
- + Bơ Pháp: 60gr
- + Bột canh, đường
- + Tỏi: 1 củ
- + Rau ngò ri



THỰC HIỆN

- + Nướng giòn bánh mì
- + Tỏi bóc vỏ, băm nhỏ. Rau ngò thái nhỏ
- + Bơ bỏ quay lò vi sóng khoảng 30 giây đến khi tan hết
- + Cho tỏi, ngò ri, 1 thìa nhỏ bột canh, 1 thìa nhỏ đường vào bát đựng bơ trộn đều
- + Phết hỗn hợp lên bánh mì
- + Xếp bánh vào khay nướng khoảng 10 phút.



THẺ ƯU ĐÃI VÀNG

Ưu đãi lớn nhất trong năm

Đăng ký ngay qua Hotline 0902 286 286



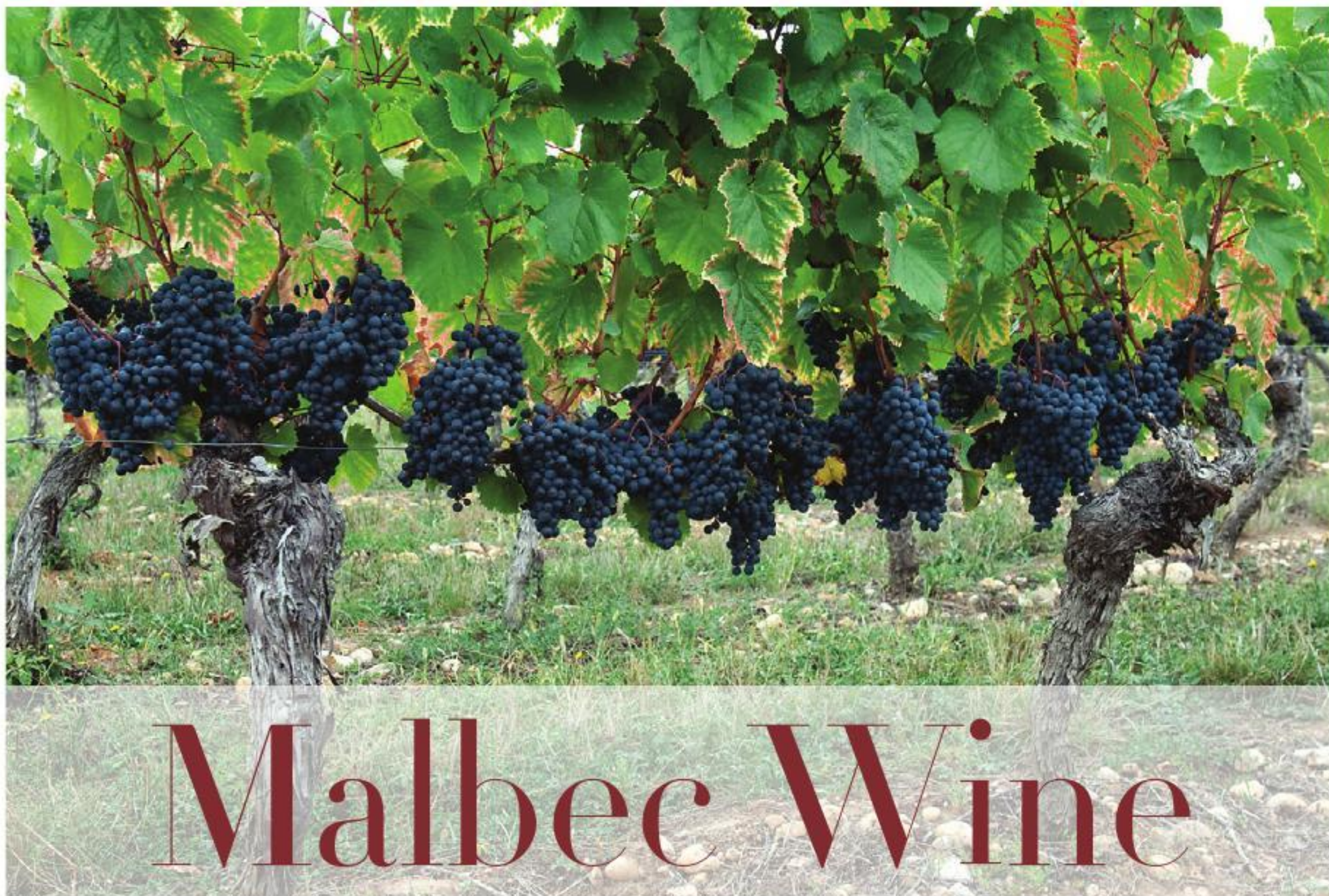
• Thẻ **20.000.000** vndđ **20%** Ưu đãi

• Thẻ **10.000.000** vndđ **15%** Ưu đãi

• Thẻ **3.000.000** vndđ **10%** Ưu đãi

Web : www.giavien.vn / Facebook: www.facebook.com/nhahanggiavien

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



MALBEC WINE LÀ GÌ?

Là một loại rượu được làm từ giống nho đặc trưng của Argentina. Rượu có vị đậm, chắc, thơm mùi hương quả mận chín và hương khói. Rượu vang Malbec là lựa chọn cao cấp hơn của Cabernet Sauvignon và Syrah. Nhưng tất nhiên, mọi thứ không chỉ có thế.

ARGENTINA:

Hương vị chủ yếu từ một ly vang Malbec Argentina là hương quả mận xôi, quả mận và quả anh đào. Các hương vị khác có hương chocolate sữa, bột cocoa, hương hoa violet, mùi hương da thuộc, và phụ thuộc vào thời gian ủ trong thùng gỗ sồi mà rượu có thể có hương thuốc là ngọt ngào vị hậu.

PHÁP:

Trong khi vang Malbec của Argentina đậm hương quả ngọt. Vang Malbec của Pháp lại khá trái ngược. Vang Malbec của vùng Cahors thoát đầu có hương bánh tart lý chua và vị đắng nhẹ. Vang Malbec vùng Cahors và Loire của Pháp đều có nồng độ acid cao, hương của rượu có mùi hạt tiêu đen và gia vị. Do nồng độ tannin và acid trong rượu ở mức trung, trong khi nồng độ cồn thấp hơn, rượu vang Malbec của Pháp có xu hướng để dành được lâu hơn.

KẾT HỢP

Không giống với Cabernet Sauvignon, vang Malbec không có kết thúc lâu dài. Bởi điều này nên nho Malbec rất hợp với những món thịt đỏ, nạc (thịt đà điểu là một gợi ý không tồi.)

Rượu cũng đặc biệt hợp với những món có vị hơi nặng như pho mát xanh (blue cheese) hoặc

những món có vị thô mộc như nấm hoặc những món có gia vị là thìa là Ai Cập. Ngoài

ra, rượu còn hợp với những món thịt như thịt vịt, đùi gà, thịt cừu, thịt bò, thịt đà điểu và thịt vai của heo.





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



Ngày nay, “tinh tế” là một từ bị sử dụng quá nhiều nhưng một chiếc giường sắt uốn thực sự xứng đáng với tính từ miêu tả đó. Sắt uốn không bao giờ lỗi mốt và luôn giữ được vẻ đẹp thanh lịch bất chấp sự chảy trôi của thời gian.

Anh Trâm



Người Việt Nam quen sử dụng giường gỗ và chỉ bắt đầu biết đến khái niệm giường sắt uốn trong một vài năm trở lại đây. Tuy nhiên, trong quan niệm của nhiều người, nội thất bằng sắt lạnh lẽo, rẻ tiền, kém sang trọng. Thực tế thì, những chiếc giường sắt uốn đã được châu Âu sử dụng từ thế kỷ 17. Khác với những chiếc giường gỗ nặng nề, rắn chắc, giường sắt thanh mảnh, duyên dáng hơn. Độ uốn dẻo của sắt cho phép các nghệ nhân thả sức sáng tạo, chơi với đường cong hay họa tiết. Mỗi chiếc giường sắt uốn thực sự là một tác phẩm nghệ thuật đem đến cho phòng ngủ của bạn sự sang trọng, lộng lẫy của quý tộc thời xưa.

Giường sắt uốn cũng có độ bền vượt trội so với những lựa chọn khác như giường gỗ. Một chiếc giường sắt uốn chất lượng có thể được sử dụng trong vài thập kỉ mà vẫn giữ nguyên được vẻ như mới. Khi mua giường sắt uốn cần chú ý nhất đến các mối hàn. Nếu mối hàn chất lượng kém, giường sẽ nhanh xuống cấp và tạo ra những tiếng cọt kẹt khó chịu khi bạn tựa mình. Tốt nhất bạn nên chọn một chiếc giường sắt uốn có phần dót giường bằng gỗ để giấc ngủ được ngon và sâu hơn.

Một chiếc giường thấp sẽ tạo cảm giác phòng ngủ rộng rãi, thoáng mát hơn nhưng một chiếc giường cao sẽ tăng sự sang trọng cho căn phòng. Những chiếc giường sơn màu trắng sẽ tạo vẻ thanh lịch, sạch sẽ, nữ tính, còn những chiếc giường sơn đen hoặc màu đồng tạo cảm giác cổ kính, gothic.

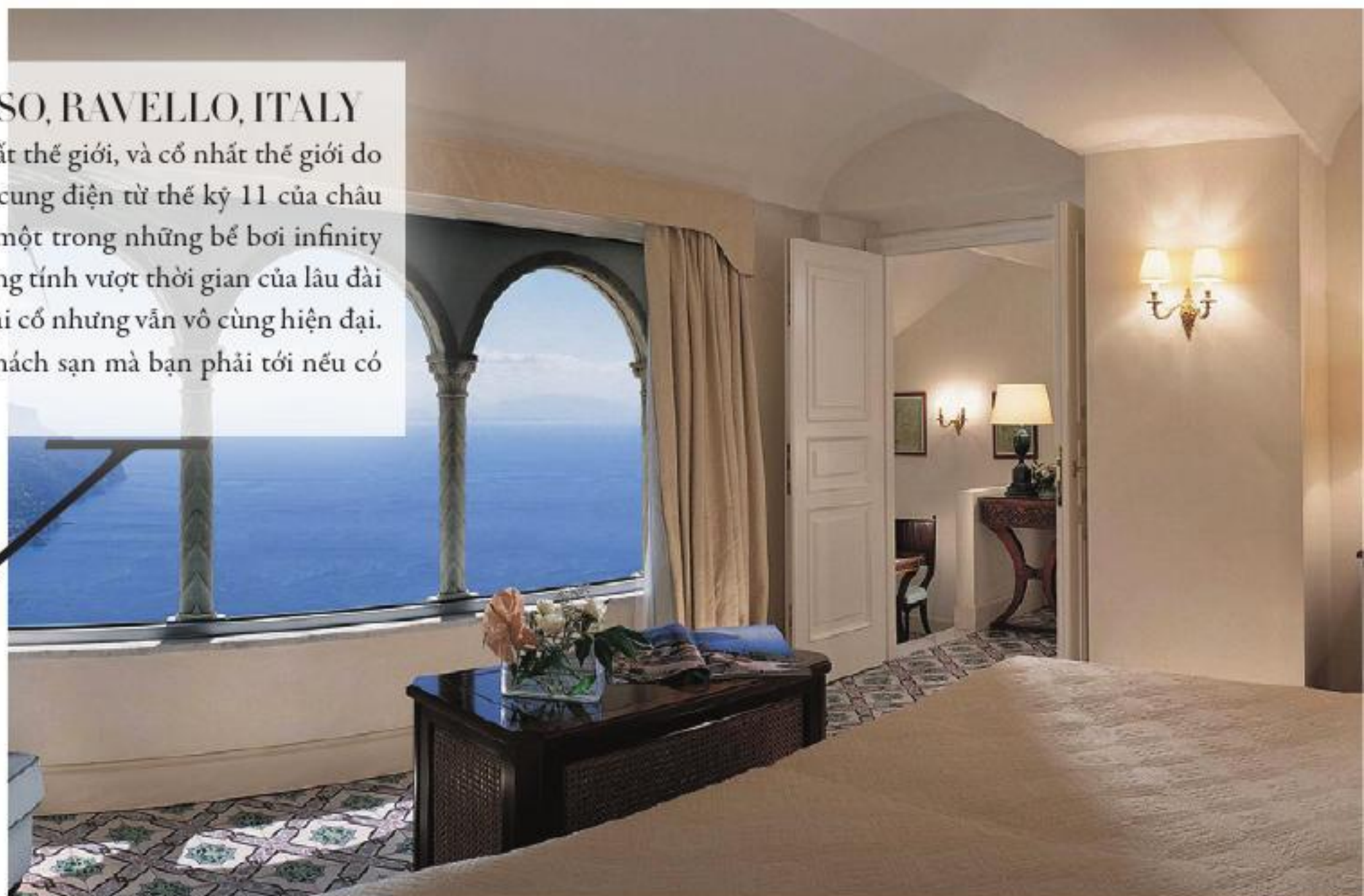
Hãy chú ý chọn chiếc giường sắt có kiểu dáng phù hợp với nội thất của căn phòng. Một phòng ngủ theo chủ nghĩa tối giản sẽ hợp với chiếc giường có những thanh ngang, thẳng, không họa tiết. Phòng ngủ kiểu Victoria hoặc Shabby Chic sẽ kết hợp hoàn hảo với chiếc giường sắt uốn với lớp sơn sần. Một phòng ngủ lãng mạn nữ tính sẽ trở nên ấm áp hơn với giường ngủ mái che. Đối với phòng ngủ kiểu Pháp hoặc Tuscan, hãy thử với chiếc giường sắt có họa tiết trang trí cầu kì.

Nếu sợ giường sắt đem lại cảm giác lạnh lẽo thì bạn hãy chọn những bộ chăn nệm màu sắc trầm ấm để trung hòa lại. Chúng vừa tạo sự cân bằng cho căn phòng vừa đem đến cảm giác ấm áp mỗi khi bạn bước vào phòng. Hãy chất đầy giường ngủ của mình bằng những chiếc gối bông xinh xắn bởi phần đầu giường bằng sắt với rất nhiều họa văn có thể khiến phần lưng bạn không được thoải mái khi ngồi dậy.



BELMOND HOTEL CARUSO, RAVELLO, ITALY

Một trong những khách sạn đẹp nhất thế giới, và cổ nhất thế giới do được chuyển đổi từ một trong những cung điện từ thế kỷ 11 của châu Âu. Được biết, khách sạn này sở hữu một trong những bể bơi infinity đẹp nhất châu Âu. Thiết kế cổ điển mang tính vượt thời gian của lâu đài mang tới cho khách sạn một vẻ đẹp hoài cổ nhưng vẫn vô cùng hiện đại. Đây có thể xem là một trong những khách sạn mà bạn phải tới nếu có dịp tới Ý.



KHI KHÁCH SẠN LÀ NHÀ

Into the World đồng nghĩa với việc “Xách Vali Lên Và Đi,” và chỉ có những người am hiểu và lịch duyệt mới lựa chọn được cho mình những chỗ dừng chân là các khách sạn “cool” nhất – dù rằng trong một số trường hợp, giá phòng chẳng rẻ chút nào.

Cẩm Nhung



THE ADDRESS DOWNTOWN DUBAI

Dubai có quá nhiều thứ để nói tới mức ngay cả những chữ “Nhất” của thành phố này cũng nhanh chóng bị thay thế bởi những cái đỉnh khác. Tuy nhiên, không phải vậy là những chữ nhất này không có giá trị.

Chẳng hạn, khách sạn The Address Downtown Dubai tuy không thể so với khách sạn cánh buồm Burj Al Arab nhưng lại sẽ cho bạn những góc view hoàn hảo để chiêm nghiệm và lắng nghe các âm thanh của Dubai.

HOTEL KAKSLAUTTANEN, FINLAND

Một cách đi “phượt” giá cao vô cùng thú vị - bạn sẽ ngủ trong các lều tuyết (igloo) bằng thủy tinh và ngắm sao trời. Quang cảnh của Finland vào ban đêm cũng vô cùng đặc biệt, hứa hẹn sẽ mang tới cho bạn rất nhiều cảm xúc với những hiệu ứng khúc xạ ánh sáng tự nhiên. Đặc biệt, mỗi chiếc lều ở đây cũng được trang bị đầy đủ các tiện nghi của một khách sạn 05 sao và có khoảng cách vừa đủ tách biệt để đảm bảo tính riêng tư cho mỗi căn phòng.

**POST RANCH INN, CALIFORNIA**

Kiến trúc ngoại thất, landscape luôn có ý nghĩa quan trọng hết như thiết kế nội thất. Khách sạn nằm bên một mỏm núi với không gian trong lành và thanh sạch, quang cảnh thật yên bình khiến cho bạn có cảm giác như đang lạc vào thiên đường. Những bể bơi ngoài trời trên đỉnh núi sẽ là không gian không chỉ giúp bạn thư giãn mà còn thể có những trải nghiệm cũng như chiêm nghiệm lý thú về cuộc sống.



PARIS DELI

Với thiết kế sang trọng, mang đậm phong cách kiến trúc phương Tây, nhà hàng Paris Deli đã từng bước khẳng định được thương hiệu của mình trong lòng thực khách Sài thành không chỉ bởi không gian mà còn bởi vị tinh túy của ẩm thực Pháp. Được thiết kế ấm cúng và nhiều cây xanh như một khu vườn trong nhà, Paris Deli là địa điểm lý tưởng cho bạn và cả gia đình tại bất cứ thời điểm nào trong ngày. Ngay từ cửa ra vào, mỗi góc phòng, bên cạnh mỗi bàn, đến những bức tranh trên tường, đâu đâu cũng tràn một màu xanh của các chậu cây cảnh. Trên mỗi bàn ăn đều không thiếu bình hoa hồng - loài hoa tượng trưng của nước Pháp tươi thắm. Trong không gian yên tĩnh, tách biệt với cái ồn ào, vội vã bên ngoài, lắng nghe những giai điệu jazz Pháp lãng mạn trữ tình, thực khách có thể chọn cho mình những món ăn được chế biến tỉ mỉ như thịt bò Úc, cá hồi nướng, bít tết... và các món tráng miệng thơm ngon. Với phong cách phục vụ lịch sự, thân thiện, Paris Deli là một địa điểm lý tưởng cho các doanh nhân, nhân viên văn phòng, các cặp đôi, nhóm bạn bè,... thư giãn, hàn huyên và thưởng thức tinh túy của ẩm thực Pháp với những bản tình ca Pháp lãng mạn.



LE CHAMP

Nhà hàng Le Champ được thiết kế hài hòa và tinh tế, mô phỏng toàn cảnh nước Pháp kết hợp với văn hóa Việt Nam tạo nên một không gian nghệ thuật của cuộc sống, nhẹ nhàng, yên tĩnh và có sự riêng tư ngay trung tâm Sài Gòn năng động. Qua tấm gương ngăn cách giữa 2 thế giới, thực khách sẽ cảm thấy như đang được sống ở một thế giới khác, thả mình vào một miền quê yên bình với những cánh đồng vàng óng trải dài, dập dềnh theo từng cơn gió như những con sóng, nhẹ nhàng và êm đềm. Tại Le Champ, thực khách có thể chọn cho mình những món ăn mang đậm hương vị ẩm thực Pháp như thần bò sốt tiêu (gồm nấm, BBQ, phô mai, rượu vang), vịt sốt cam, phi lê cá hồi sốt bơ chanh, thịt heo muối chiên giòn... Tất cả các món ăn tại Le Champ đều được chế biến từ những nguyên liệu được tuyển chọn kỹ lưỡng cùng các đầu bếp với nhiều năm kinh nghiệm chế biến các món Âu, chắc chắn sẽ đem đến cho thực khách những giây phút tuyệt vời nhất.

THẾ GIỚI BÁNH CREPE TẠI LUVIA

Tọa lạc tại TTTM Vincom A, Tp.HCM, Luvia là nhà hàng chuyên phục vụ các món bánh và đồ uống được chế biến theo phong cách châu Âu. Chính những điểm này khiến Luvia nhanh chóng trở thành điểm đến không thể bỏ qua của các tín đồ hảo ngọt. Điểm cuốn hút đặc biệt của Luvia chính là bánh crepe nổi tiếng của Pháp được trang trí rất đẹp mắt. Loại bánh này có màu sắc vàng nhẹ được làm từ bột mì kết hợp với các loại trái cây như dâu tây, chuối, xoài, đào, kiwi,... đi kèm với sốt chocolate, kem tươi, hạnh nhân cùng nhiều loại topping như cốm màu, đậu phộng... Nếu thích các loại bánh crepe mặn, bạn có thể lựa chọn món bánh crepe cá ngừ sa lát, gà xào nấm, giảm bông trứng, bò xào hành tây,... Những hương vị này được trộn lẫn với nhau sẽ mang đến cho bạn một bữa tiệc bánh crepe không thể nào quên. Ngoài ra, Luvia còn phục vụ nhiều món ăn nhẹ như: khoai tây viên chiên phô mai, chả cá viên chiên, cánh gà chiên giòn, bánh mì Ý nhân cá ngừ, bánh mì nhân giảm bông, thịt xông khói,...





LUSH BAR

Là một trong những địa chỉ đứng đầu danh sách những điểm hẹn thú vị nhất khi đêm đến tại Tp.HCM, Lush Bar là nơi bạn có thể cảm nhận rõ nét nhất đời sống về đêm nhộn nhịp của giới trẻ thành thị. Được thiết kế bởi Steven Baeteman – MIA, một trong những công ty kiến trúc hàng đầu châu Á, Lush tự hào là quán bar có phong cách nội thất bậc nhất, và dường như độc nhất trong thiết kế. Toàn bộ không gian Lush được thiết kế dựa trên nền chủ đề Anime, để mang lại 3 không gian riêng biệt và độc đáo. Các tác phẩm nghệ thuật trưng bày tại Lush, đều được thu thập từ các họa sĩ hàng đầu trên toàn thế giới. Khu sảnh trước với lối thiết kế thanh lịch, hiện đại dành cho những thực khách dùng cơm trưa và thư giãn cùng bạn bè. Khu vực sảnh sau được tích hợp hai loại hình bar và thời trang, dành cho khách hàng Việt và du khách nước ngoài đến giải trí vào ban đêm. Sang trọng, phong cách, đẹp mắt, Lush còn đáng được tán dương bởi gu nhạc nhảy quốc tế hay, hiện đại và cập nhật để thỏa cơn khát âm nhạc của giới trẻ Sài Gòn lẫn du khách trong và ngoài nước. Tại Lush, âm nhạc đẳng cấp được điều hành bởi những tay chơi DJ hàng đầu Việt Nam, am hiểu phong cách âm nhạc bar quốc tế. Chính điều đó đã tạo nên một Lush Bar đẳng cấp trong suốt hơn 6 năm qua.



LA BRASSERIE DE SAIGON

La Brasserie de Saigon được xem là một trong những nhà hàng đáp ứng được tiêu chuẩn 4 – 5 sao, hoặc một dạng nhà hàng fine-dinning cao cấp được đông đảo thực khách sành ăn biết đến. Không gian của La Brasserie de Saigon không quá lớn, nhưng nhờ vậy lại tạo được cảm giác vô cùng ấm cúng và gần gũi, không quá xô bồ, khiến bất kỳ ai một lần ghé đến đều phải nhớ nhung nơi đây. Chọn lối thiết kế theo đúng phong cách châu Âu tinh tế và sang trọng, La Brasserie de Saigon càng trở nên lộng lẫy vào ban đêm nhờ ánh đèn vàng trang nhã, cuốn hút đến lạ kỳ. Thực khách khi đi đến La Brasserie de Saigon với gia đình, bạn bè, hoặc với một nửa của mình đều có thể yên tâm rằng, nhà hàng không chỉ đáp ứng được mọi yêu cầu khắt khe về không gian, cung cách phục vụ, mà còn làm thỏa mãn nhu cầu thưởng thức ẩm thực hảo hạng. Khi đến La Brasserie de Saigon, thực khách không nên bỏ qua những món đặc trưng của nhà hàng như: trứng chần, nấm truffle, gan ngỗng áp chảo, tôm hùm và thịt cừu với khoai tây nén,... và cùng tráng miệng với bánh Crepe Suzette – một loại bánh truyền thống của Pháp rất được yêu thích, chắc hẳn sẽ không làm bạn thất vọng.

SHAHAR COFFEE LOUNGE



Tọa lạc bên khu vực hồ Bán Nguyệt lãng mạn và thơ mộng, Shahar Coffee Lounge nằm tách biệt khỏi cái náo nhiệt của Sài Gòn với một thế giới hoàn toàn khác. Từng chiếc ghế ngồi, rèm treo tường, họa tiết trên trần, hoa văn, nội thất trang trí, đèn chùm,... cho đến phong cách âm nhạc, các loại món ăn thức uống, đều được chăm chút rất kỹ lưỡng, mang lại cảm giác như đắm chìm giữa văn hóa Trung Đông. Với tông màu xanh chủ đạo, Shahar Coffee Lounge luôn tạo cho thực khách cảm giác mát mẻ và dễ chịu. Ngoài ra, Shahar Coffee Lounge còn mang đến cho bạn nhiều sự trải nghiệm với chương trình biểu diễn múa bụng do những vũ công chuyên nghiệp thực hiện và hút shisha với nhiều mùi hương độc đáo. Khi đến Shahar Coffee Lounge, bạn cũng đừng quên chọn cho mình những ly cocktail thơm ngon, ly cafe đậm đà, nước trái cây, sinh tố, mocktail hấp dẫn,... hay các loại đồ uống có cồn mang hương vị độc đáo.

STYLE TALKS

FEATURES - OPINIONS - PILLOW TALKS



Wardrobe: **Lanvin** (Runway)

128

MINH TÚ: HẠNH PHÚC KHI
ĐƯỢC ĐÀN ÔNG... NHÌN LÊN



136

PHIM VIỆT TÌM ĐƯỜNG
RA BIỂN LỚN



“Thế giới là một sân
khấu, và sân khấu đó
là thế giới giải trí.” -
Howard Dietz”

STYLE

www.facebook.com/stylemagazine
Liên hệ quảng cáo: 04.3773.8005

138

GÀO: “TÔI ĐÃ NHẢY NẠI HƠN
RẤT NHIỀU”



142

PHỤ NỮ ĐÃ THỰC SỰ Ý THỨC
BÌNH QUYỀN?



SHOWBIZ
CLOSE-UPKATE HUDSON BẬT KHÓC KHI
NGHE ADELE HÁT

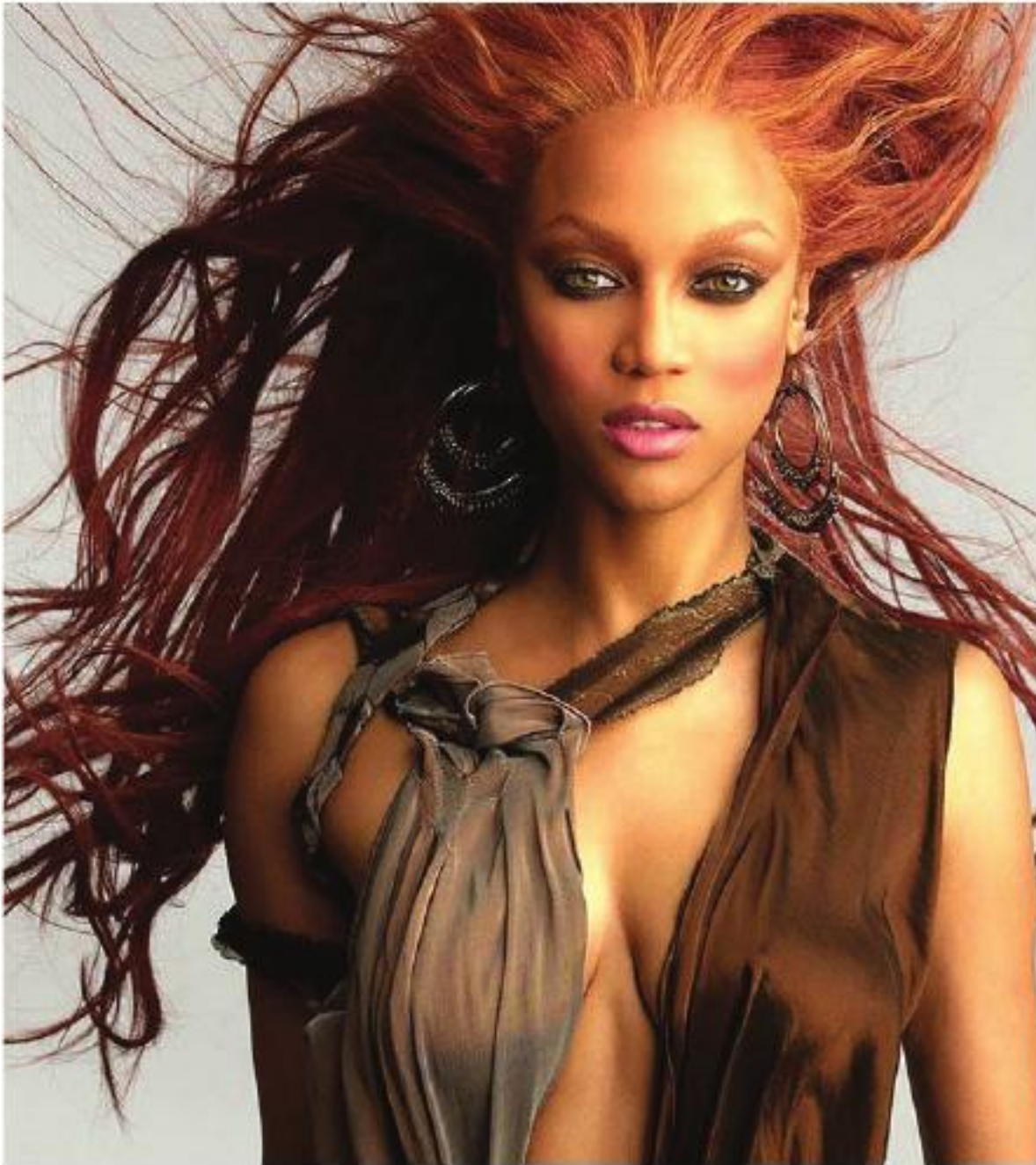
Không chỉ những fan ruột của hoạ my của nước Anh, Adele bật khóc trước bản hit mới của cô: Hello mà ngay cả nữ diễn viên người Mỹ, Kate Hudson cũng bật khóc khi bản nhạc này. Thậm chí, cô còn viết trên Instagram của mình: 'When @adele puts out a new single... She's done it again!' Được biết Instagram của Kate có tới 2,5 triệu người theo dõi.

DAVID BECKHAM KHOE HÌNH
XĂM MỚI

David Beckham mới đây vừa khoe hình xăm mới nhất trong bộ sưu tập (không ngừng tăng lên) của mình. Được biết hình xăm này đặc biệt dành cho cô con gái nhỏ của vợ chồng nhà Beck. Hình xăm này gồm một dòng chữ Pretty lady Harper phía dưới một bông hồng lớn.

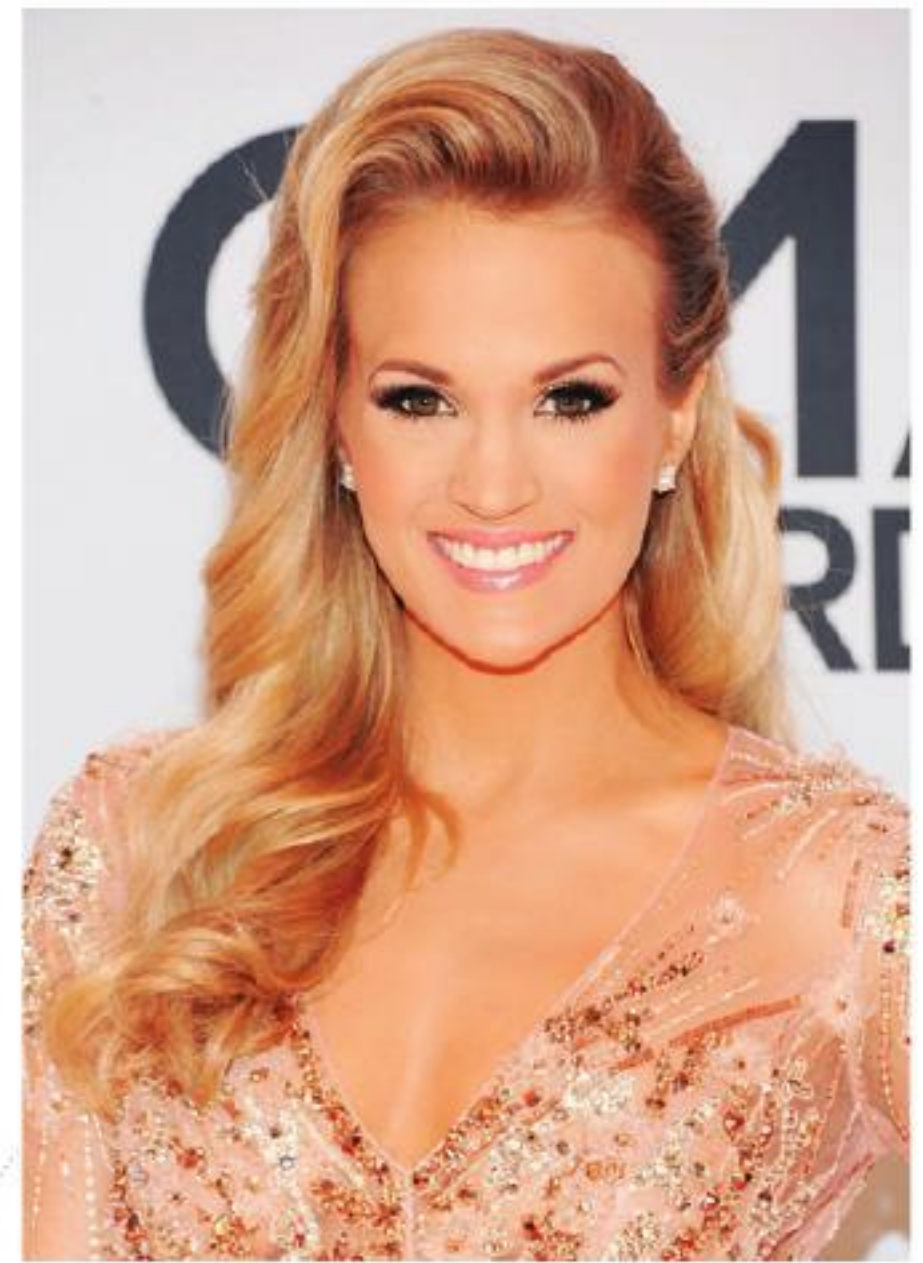
KENDALL JENNER BÁN ĐỒ
TRÊN EBAY

Được biết, mới đây Kendall Jenner vừa quyết định "thanh lý" khoảng 30 món đồ cũ của mình trên eBay – toàn bộ số này đều là "hàng thiết kế" với mức giá dao động từ 99 cent tới \$700. Được biết lý do của việc thanh lý số đồ này là để gây quỹ từ thiện.



TYRA BANKS BẤT NGỜ TUYÊN BỐ “KHAI TỬ” NEXTTOP MỸ

Trong khi mùa 22 của “America’s Next Top Model” đang được phát sóng và đi vào chặng đua cuối cùng, tìm ra ngôi vị Quán quân thì vừa qua Tyra Banks đã bất ngờ thông báo quyết định “khai tử” show thực tế riêng của mình sau 12 năm nuôi nấng. Cô đồng thời đăng tải lên tài khoản Twitter cũng như Instagram về quyết định gây sốc người hâm mộ này. Kèm theo bức hình số 22 là những dòng tâm sự vô cùng xúc động. “Tôi nghĩ rằng “America’s Next Top Model” mùa 22 sẽ là mùa cuối cùng. Vâng, tôi thực sự tin rằng đã đến lúc... Wow, tôi rất tự hào về những gì mà “Top Model” đã làm được.”



CARRIE UNDERWOOD ĐỔI TÊN CHO CON VÌ FIFTY SHADES OF GREY

Mới đây Carrie Underwood đã chia sẻ cô đã thay đổi tên của con mình vì bộ phim Fifty Shades of Grey. Được biết cô ca sĩ người Mỹ này và chồng đã lựa chọn ra 03 cái tên để đặt cho con trai mình, yêu cầu của 02 vợ chồng là cái tên phải thể hiện được sự kết hợp của 02 người. Trong 03 cái tên này có Christian, tuy nhiên khi biết về Fifty Shades of Grey, Carrie đã quyết định rút cái tên đó ra khỏi danh sách



AMBER ROSE KHOE ẢNH KHOẢ THÂN NHƯNG CHENH GỤC

Ngôi sao của làng nhạc Hip-Hop, nhà thiết kế thời trang và diễn viên Amber Rose mới đây tiếp tục gây bão khi thực hiện một shoot hình nude để đăng tải trên tạp chí chuyên dành cho đàn ông GQ. Đáng nói hơn nữa khi một tit bài vô cùng gây shock đã đi theo bài viết về cô ca sĩ này: How to Be a Bad Bitch.

**SHOWBIZ
CLOSE-UP**

MINH TÚ

HẠNH PHÚC KHI ĐƯỢC ĐÀN ÔNG... NHÌN LÊN

Năm 2015 là năm của Minh Tú khi bỗng dưng mọi đặc điểm trên cơ thể cô đều được tôn vinh là chuẩn mực của vẻ đẹp mới: Da rám nắng, môi căng mọng, vòng hai nhỏ xíu, vòng ba tròn đầy, đôi chân dài, khỏe mạnh, săn chắc...

Minh Tú đã từng bị so sánh với vịt con xấu xí. Cô có hai lựa chọn: hoặc sống với mặc cảm hoặc nỗ lực chuyển mình hóa thiên nga. Minh Tú đã chọn cách thứ 2.



Anh Trâm

“THỰC RA SEXY RẤT KHÁC VỚI KHIÊU DÂM”

Những tấm ảnh Tú chia sẻ trên facebook rất nóng bỏng và khiêu khích. Đàn ông nhìn vào sao tránh khỏi nghĩ... bậy. Tú nghĩ sao?

Em không biết đàn ông nhìn thấy những hình đó sẽ nghĩ gì, có thể họ cũng bị cám dỗ. Nhưng khi họ gặp em ở ngoài, họ sẽ thấy khác, ở ngoài em không ăn vận hở hang đến vậy. Mà em nói thiệt, một trong những niềm hạnh phúc lớn nhất của người phụ nữ là được nhiều người đàn ông...nhìn lên. Ví dụ mình đi ra đường, sẽ có những người nhìn chằm chằm vào mình, nhưng có những người, người ta mặc cỡ, không dám nhìn thẳng, chỉ nhìn lên lên thôi. Đó cũng là một niềm tự hào chứ!

Theo Tú đâu là phần quyến rũ nhất trên cơ thể một người đàn bà?

Đó là ánh mắt gợi tình. Người ta thường nói mắt là cửa sổ tâm hồn, em thấy điều đó đúng. Khi một người đàn ông nhìn vào một người phụ nữ, đầu tiên người ta sẽ để ý tới dáng vóc rồi khuôn mặt, nhưng để có cảm tình hay không người ta sẽ nhìn vào con mắt. Thực ra sexy rất khác với khiêu dâm. Có những người phụ nữ cời hết, chụp ảnh ưỡn ẹo, nhưng không có sexy là không có sexy. Có những người phụ nữ không làm gì hết, người ta chỉ ngồi đó người ta nhìn, nhưng chị vẫn thấy người ta sexy. Nó lạ vậy đó!

Luyện tập các vòng rất cực khổ, luyện tập thần thái và ánh mắt còn khó hơn nhiều. Tú cho biết đã làm thế nào để có một đôi mắt thật gợi mời, quyến rũ?



“ Khi một người đàn ông nhìn vào một người phụ nữ, đầu tiên người ta sẽ để ý tới dáng vóc rồi khuôn mặt, nhưng để có cảm tình hay không người ta sẽ nhìn vào con mắt. ”

Ngày xưa mắt của em hay chớp, hai mắt cũng không đều nhau. Em đã phải đứng trước gương rất lâu, tập mấy chục giây không chớp mắt. Bây giờ, dù em đi ra nắng, nắng có gắt cỡ nào, em cũng có thể giữ mắt được 30-40s hoặc hơn. Em có thể kiểm soát được hai mắt, có thể nhấc khuôn mày bên trái hoặc bên phải, hoặc nhấc hai bên, có thể nhíu hai mí dưới để có một ánh mắt thật dữ dội, tập trung.

Da mặt ong, môi mọng, răng trắng, vòng eo chạm rốn, hông quả đào, mông quả táo, ... Mọi chuẩn mực về đẹp mới đều hiện diện ở Tú. Có vẻ Tú là người rất biết đi trước thời đại?

Muốn phát triển hình ảnh mình phải biết: mình có cái gì, mình thiếu cái gì, mình cần phải làm cái gì, mình có thực sự thích hình ảnh mình hướng đến hay không. Chứ không phải ekip cứ bắt sao thì mình làm vậy. Thú thật gương mặt của em không high fashion, không lạ. Những người mẫu Runway, họ rất ốm, mặt không xinh, nhưng có một sức hút gì đó rất

ma mị. Em tự biết mặt mình không thể như vậy được, em hợp với kiểu commercial hơn. Hồi ở Singapore em vẫn đi diễn thời trang nhưng số tiền kiếm được rất ít. Thu nhập chính đến từ chụp lookbook, quảng cáo, quay tvc.

Em thực sự thích hình ảnh em đang hướng tới: một người mẫu mạnh mẽ, nóng bỏng. Em muốn trở thành người mẫu có hình thể nóng bỏng nhất Việt Nam.

“BỊ CHÊ NHIỀU ĐÃ KHIẾN TÔI THAY ĐỔI”

Ai cũng nói đến sự thay đổi nhưng thực hiện được thì rất ít. Điều gì đã đem đến cho Tú sức mạnh “lột xác”?

Động lực khiến em thay đổi nhiều nhất là bị người ta chê. Em cảm thấy mình giống một cô gái xấu xí vậy. Người ta chỉ khen em cá tính thôi chứ chưa bao giờ khen đẹp. Đàn ông, con trai cũng không dòm ngó gì nhiều. Thời điểm đó em cũng làm mẫu được 3 năm rồi mà không ai biết Minh Tú là ai hết. Trong khi mấy cô tham gia chương trình truyền hình thực tế ai cũng biết, cũng hâm mộ. Em cũng thấy chạnh lòng: ủa sao mình cố gắng hoài mà không được như vậy. Đã đến lúc mình phải thay đổi rồi, phải đi

nước ngoài xem nước ngoài như thế nào.

Đẹp tự nhiên nhưng không tự nhiên mà đẹp.

Hàn quá trình thay đổi cũng rất cực khổ?

“Một trong những niềm hạnh phúc lớn nhất của người phụ nữ là được nhiều người đàn ông...nhìn lên”

Em có một cuốn sổ: vạch rõ ra em đang muốn gì, và phải làm gì. Từ đó vẽ ra những cái nhỏ nhỏ: tháng đầu tiên cần tăng bao nhiêu cân, tăng như thế nào, tập như thế

nào. Khoảng thời gian đầu tiên rất dễ nản vì những cái em làm phải chờ rất lâu mới thấy được kết quả. Ngày nào em cũng ngồi tính lượng calories nạp vào. Thèm ăn cái gì cũng phải nhịn mồm. Em hay để hình của các cô người Mỹ Latinh trong điện thoại. Mỗi lần không nâng tạ nổi, là lại hỏi chính mình: ủa, bây giờ có muốn đẹp hay không? Đẹp hơn người thì không có rồi, muốn người khác chú ý đến phải có gì đặc biệt. Mỗi người chỉ sống có lần thôi à, em muốn sống hết mình, cố gắng hết sức.

Tại sao Tú không vào agency mà lại làm người mẫu tự do?

Một cái show ở nước ngoài khoảng 400-700 USD cho một người mẫu bình thường, trong khi ở Việt Nam, giá chỉ tầm 2,3 triệu. Agency sẽ được hưởng từ 30-50%, số tiền còn lại sao đủ cho chị đi lại, ăn uống, sinh hoạt. Em thấy hoạt động tự do cũng ổn. Thực ra, ở Việt Nam em cũng có một team làm việc chung với nhau: em, anh Chu Thanh Phong, anh Tee Le và một bạn quản lý show. Khi làm việc ở nước ngoài, em cũng có agency.

Người mẫu các bạn thường than là có nhiều thiệt thòi nhưng nếu các bạn không nói ra thì ai biết các bạn có thiệt thòi gì?! Người ngoài nhìn vào thường nghĩ người mẫu hẳn là một nghề rất sung sướng!

Không có đâu chị, làm người mẫu cũng cực lắm. Người mẫu bây giờ rất nhiều nhưng khán giả chỉ biết đến những người mẫu tham gia truyền hình thực tế. Những người mẫu khác thì có khi về hưu rồi cũng không ai biết đến. Sô chấu cũng không nhiều, tiền cũng chẳng bao nhiêu. Người mẫu chuyện tình yêu không bao giờ suôn sẻ. Người ta nghe đến từ “người mẫu”, người ta đã không muốn yêu thật lòng rồi.

Người mẫu bọn em ai cũng muốn có tình yêu. Không phải như mọi người hay nghĩ người mẫu là phải cặp với người có tiền đâu. Bọn em cũng cần tình cảm chân thành, chứ cũng không cần tình yêu vật chất. Nhưng em thấy đa số người mẫu lận đận trong chuyện tình cảm lắm chị ơi.





PHOTO: TEE LE
STYLIST: LOUIS DANG
MAKEUP & HAIR: T.L
MODEL: MINH TU
WARDROBE: LANVIN (RUNWAY)
PRODUCER : HOANG ANH TRAN

“ĐỪNG COI RA NƯỚC NGOÀI LÀ THÀNH CÔNG LỚN GÌ”

Một vài năm trở lại đây, ở Việt Nam có một làn sóng những người mẫu tấn công thị trường quốc tế. Họ ký với các agency nước ngoài hoặc sải bước ở các tuần lễ thời trang danh tiếng. Tú nghĩ gì về điều này?

Việt Nam ngày càng phát triển hơn, giới trẻ cũng có nhiều cơ hội để đi nước ngoài hơn các đàn chị. Đó cũng là một điều đáng mừng cho làng mẫu Việt Nam. Nhưng đi nước ngoài là một chuyện, có kiếm được tiền sống ở nước ngoài không là một chuyện khác. Đa số người mẫu mình đi ra nước ngoài để trải nghiệm, cọ xát, nói thẳng ra là muốn PR tên tuổi ở Việt Nam. Người ta muốn là nhóm người mẫu đầu tiên ra nước ngoài để chứng minh sự chuyên nghiệp. Em cũng đi nước ngoài, không biết các bạn khác sao, nhưng em kiếm được tiền.

Có vẻ những người mẫu Việt Nam vẫn đơn thân vận động, làm việc riêng lẻ thay vì kết hợp với nhau thành một cộng đồng lớn mạnh. Phải chăng người mẫu Việt đang cạnh tranh với nhau hơn là nâng đỡ nhau để cùng thành công?

Chị nói đúng rồi đó. Người mẫu mình đi ra nước ngoài đa phần là cạnh tranh. Tụi em ở Việt Nam chưa bao giờ chơi chung với nhau hết, chỉ gọi là biết biết nhau thôi. Mạnh ai đi diễn, mạnh ai ngồi chỗ, chưa bao giờ nói chuyện với nhau nên tình cảm bạn bè cũng không có. Mỗi người lại sống ở một nước, nên cũng khó.

Tú đã có kinh nghiệm làm việc ở Singapore, đã từng sải bước catwalk ở New York Fashion Week, theo Tú, Người mẫu Việt Nam so với những người mẫu quốc tế thua kém hơn ở những điều gì? Người mẫu Việt Nam cần phải thay đổi gì để thành công hơn?

Tỉ lệ nhân trắc học của người Việt Nam không chuẩn. Người Việt Nam bận đồ châu Âu hay bị thiếu vai lắm. Ra ngoài, tiếng Anh là quan trọng nhất bởi đó là ngôn ngữ giao tiếp cơ bản ở nước ngoài. Ngoài ra, các bạn cũng cần tự tin, sẵn sàng lăn lộn. Ở nước ngoài, phải bươn chải dữ lắm.

Em mong các bạn nếu có điều kiện, thì hãy cứ tìm cơ hội đi ra nước ngoài. Đi ra nước ngoài không phải sự thành công gì nhưng mà mình sẽ có sự va chạm, trải nghiệm. Tư duy mình sẽ thay đổi, tích cực hay tiêu cực là do bản thân mình. Việt Nam là một bầu trời nhỏ, ra thế giới, một bầu trời lớn hơn, chị sẽ phải học cách sống như thế nào để thích nghi với môi trường đó. Như vậy sẽ trưởng thành nhanh hơn.

“Đa số người mẫu mình đi ra nước ngoài để trải nghiệm, cọ xát, nói thẳng ra là muốn PR tên tuổi ở Việt Nam. Người ta muốn là nhóm người mẫu đầu tiên ra nước ngoài để chứng minh sự chuyên nghiệp. Em cũng đi nước ngoài, không biết các bạn khác sao, nhưng em kiếm được tiền.”



Sau khi chinh phục sàn diễn ở New York Fashion Week, Minh Tú định làm gì tiếp theo? Bước kế tiếp của bạn sẽ là gì?

Hiện tại em sẽ tập trung phát triển sự nghiệp trong nước. Đầu năm sau có thể em sẽ đi nước ngoài nhưng chưa biết đi đâu. Em định làm việc 1-2 tháng rồi về vì gia đình em còn ở đây, ba mẹ cũng lớn tuổi rồi. Em nhận được lời mời ở lại Mỹ làm việc một năm nhưng cũng đang cân nhắc. Nói thật xa nhà là một cái chuyện đau khổ lắm. Ở Singapore nhớ nhà, là em bay về liền, một hai tiếng là tới. Mỹ thì rất xa và có những ngày rất lạnh. Đợt vừa rồi, hên là em còn kiếm được tiền, ở Mỹ một năm, không biết có kiếm được hay không nữa...

Tôi bất ngờ đấy. Nhìn cơ thể bốc lửa, phong thái độc lập mạnh mẽ như Tú, không ngờ Tú lại “bện” gia đình đến vậy?

Em sống với mẹ từ lúc lọt lòng cho đến năm 22 tuổi. Em mới chỉ dọn ra ngoài khoảng 1 năm nay thôi. Em không được gắn gũi với ba từ nhỏ. Người mà em gần bó nhất chính là mẹ của em. Chuyện gì em cũng kể cho mẹ: em có bồ, bồ với em gây lộn, em thích ăn cái gì... Mẹ cũng dễ tính, hiện đại, luôn chịu lắng nghe, chỉ dẫn cho em... Em không sống xa gia đình được.

ĐẤU TRƯỜNG SINH TỬ: HÚNG NHẠI 2

Đạo diễn: Francis Lawrence
Khởi chiếu: 20/11/2015

Sau khi được tôn vinh như “Húng Nhại” – biểu tượng cho niềm hy vọng và khát khao tự do, Katniss Everdeen cùng những người dân ở Quận 13 quyết tâm đứng lên thực hiện cuộc khởi nghĩa nhằm vào Capitol và tổng thống Snow. Luôn đi trước một bước, Snow âm mưu biến Capitol thành Đấu Trường Sinh Tử lần thứ 76. Một lần nữa, Katniss cùng nhóm của mình bắt buộc sẽ phải tham gia vào trò chơi man rợ này để chấm dứt tất cả.

**007: SPECTRE**

Đạo diễn: Sam Mendes
Khởi chiếu: 06/11/2015

Phần thứ 24 về điệp viên đào hoa James Bond đến nay vẫn còn nhiều ẩn số chưa được tiết lộ. Daniel Craig vẫn trở lại với vai diễn 007, dù trước đây đã có tin đồn rằng anh sẽ thôi hợp tác. S.P.E.C.T.R.E. là tên gọi của một tổ chức tội ác mà Bond từng đối đầu trong những tập phim trước, đồng thời tập đoàn bí ẩn Quantum từng đối mặt với anh trong Casino Royale và Quantum of Solace cũng sẽ trở lại. Liệu Spectre và Quantum là một, hay Bond sẽ phải cùng lúc đối đầu với hai tổ chức cực kỳ nguy hiểm? Tất cả chỉ có thể được hé lộ khi bộ phim chính thức ra mắt vào tháng 11 sắp tới.

**VICTOR FRANKENSTEIN**

Đạo diễn: Paul McGuigan
Khởi chiếu: 27/11/2015

Dựa trên cuốn tiểu thuyết kinh điển của Mary Shelley, phim Victor Frankenstein là câu chuyện xoay quanh nhà khoa học cấp tiến Victor Frankenstein (do James McAvoy đảm nhận) cùng người đồng sự thông minh Igor Strausman (do Daniel Radcliffe thủ vai) với những nghiên cứu để đời gây chấn động nhân loại. Tuy nhiên, những thí nghiệm của Victor đã đi quá xa và gây ra những hậu quả kinh hoàng. Duy chỉ có Igor là có thể đưa bạn của mình ra khỏi bờ vực của sự điên loạn và cứu Victor thoát khỏi những sáng tạo kỳ quái của mình.

**CHÚ KHỦNG LONG TỐT BỤNG**

Đạo diễn: Peter Sohn
Khởi chiếu: 25/11/2015

Bộ phim đặt ra giả thiết: Nếu như mảnh thiên thạch đã khiến loài khủng long tuyệt chủng không đâm vào Trái Đất, chuyện gì sẽ xảy ra? Arlo là một chú khủng long thiếu niên màu xanh lá không may bị cuốn trôi theo một dòng sông đang chảy xiết và lạc mất gia đình. Từ đây, cậu bắt đầu cuộc hành trình của riêng mình và may mắn tìm được người bạn đồng hành là cậu bé Spot. Làm bạn với loài người, cùng nhau chu du qua những nơi khắc nghiệt và bí ẩn, Arlo dần học được cách đối đầu với nỗi sợ của mình và phát hiện ra khả năng tiềm ẩn bấy lâu.

**BÊN BỜ BIỂN**

Đạo diễn: Angelina Jolie
Khởi chiếu: 27/11/2015

Mùa thu năm nay, “ông bà Smith” sẽ cùng nhau tái hợp trong một tác phẩm điện ảnh mới, nhẹ nhàng, đậm chất lãng mạn mang tên By the Sea – Bên bờ biển. Bộ phim là câu chuyện về cuộc đấu tranh trong hôn nhân giữa Vanessa – một cựu vũ công – và anh chồng mang tên Roland, vốn là nhà văn. “Phim xoay quanh 3 cặp cùng những khía cạnh khác nhau trong đời sống. Nhưng ngay giữa trung tâm, câu hỏi vẫn là chuyện gì đã xảy ra với Roland và Vanessa. Tại sao họ lại đến nơi này?”, nữ diễn viên bày tỏ.





● JANET JACKSON, UNBREAKABLE (02/10)

Sau 7 năm mòn mỏi chờ đợi, cuối cùng fan hâm mộ có thể thở phào “Nữ hoàng nhạc Pop đã trở lại”. Album phòng thu thứ 11 của Janet Jackson dự kiến sẽ được lên kệ vào ngày 02/10 tới đây. Ở album này, cô hợp tác với những đồng sự lâu năm như Jimmy Jam và Terry Lewis, những người đã cùng làm nên thành công của Rhythm Nation 1994 và Janet. No Sleep, ca khúc được trích ra từ album mới nhất hiện đang chễm chệ trên bảng xếp hạng Adult R&B – một tín hiệu khả quan, dự báo thành công của album sắp tới.



● SELENA GOMEZ, REVIVAL (09/10)

“Người đàn bà trẻ con” trở lại trưởng thành hơn, tự chủ hơn, quyến rũ hơn trong album tiếp theo mang tên Revival. Đây chính là sản phẩm âm nhạc đầu tiên của Selena Gomez kể từ khi cô rời hãng đĩa Hollywood Records của Disney. Cùng với bìa đĩa táo bạo và single mở đường Good For You gợi tình, album sắp tới của cô nàng kẹo ngọt được dự đoán sẽ mang màu sắc khác hẳn với những sản phẩm âm nhạc trước đây.

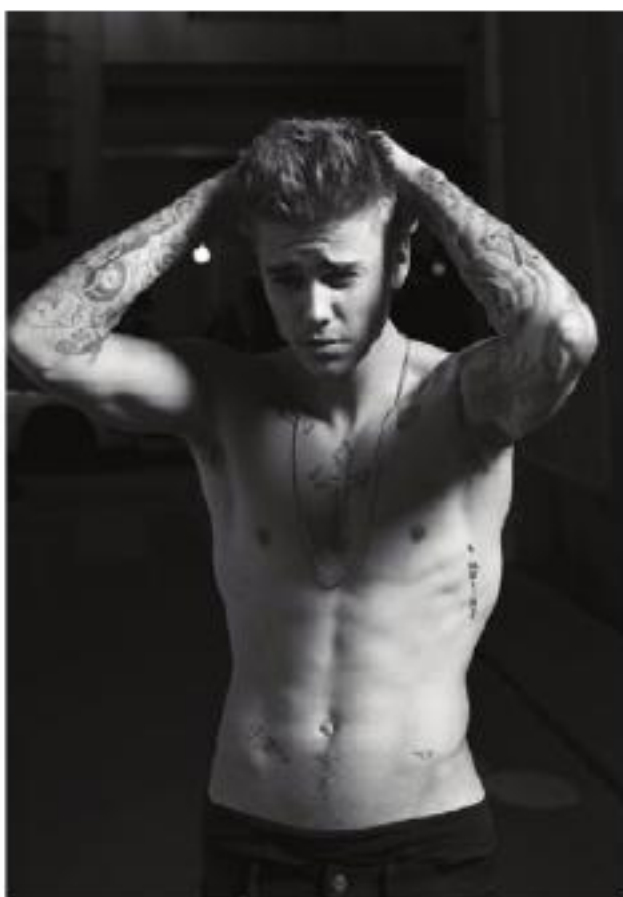


● **DEMI LOVATO, CONFIDENT (16/10)**

Demi Lovato chia sẻ đây là album “được giải phóng” nhất mà cô từng làm ra. Album mới là sự kết hợp giữa ca từ gợi cảm và giọng ca mạnh mẽ. Cùng lứa với các công chúa Disney như Miley Cyrus, Selena Gomez, giọng ca của Demi được giới chuyên môn đánh giá cao nhất. Nếu bạn từng mê mẩn các hit của cô nàng như Skycraper, Give Your Heart a Break hay Let it Go...rất có thể điều tương tự sẽ xảy ra với các ca khúc mới trong Confident.

● **JUSTIN BIEBER, PURPOSE (13/11)**

Sau hai năm giông bão về cả sự nghiệp lẫn chuyện tình cảm, Justin Bieber sẽ trở lại với album thứ 4 mang tên Purpose vào ngày 13/11 tới đây. Album sẽ là sự kết hợp giữa R&B, EDM và pop. Chuyện tình cảm tan vỡ với Selena Gomez là nguồn cảm hứng lớn trong album mới nhất này. “Tôi muốn kể cho mọi người câu chuyện của mình, tôi muốn truyền cho họ niềm hy vọng. Tôi đã tuyệt vọng trong một thời gian dài, tôi đã ở trong bóng tối quá lâu nhưng điều quan trọng là phải biết vượt qua nó. Biết rằng ở đâu đó ngoài kia luôn ngập ánh sáng mặt trời” – hoàng tử nhạc pop tâm sự.

● **CARRIE UNDERWOOD, STORYTELLER (23/10)**

Single mở đường cho album tiếp theo của Carrie Underwood mang tên Smoke Break. Nữ hoàng nhạc đồng quê chia sẻ bài hát giống như một “thánh ca cho những người làm việc chăm chỉ” với ca từ thể hiện sự trốn thoát những áp lực của cuộc sống. Cô tiết lộ album mới sẽ truyền thống và địa phương hơn tất cả những album khác cô từng sản xuất. Tuyên bố này của Carrie hẳn làm các fan của dòng nhạc đồng quê rất hài lòng. Người hâm mộ đã chán nghe những album mang danh nhạc đồng quê nhưng pha tạp chất pop quá nhiều rồi.

● **ONE DIRECTION, MADE IN THE A.M. (13/11)**

Năm 2015 đánh dấu một năm nhiều sóng gió với ban nhạc nổi tiếng nhất hành tinh One Direction. Tháng 3, Zayn Malik quyết định rời nhóm, tháng 7, Louis Tomlinson công bố anh sắp là cha. Tháng 8 vừa qua 1D cũng vừa thông báo chính thức về việc “đường ai nấy đi” vào đầu năm sau. Vì thế, không có gì ngạc nhiên khi album cuối cùng của 1D Made In the A.M. rất được các fan ngóng đợi. Album sẽ bao gồm một bài hát nói về việc để mất một người quan trọng, một bài hát về thời gian khó khăn, chao đảo vừa qua của 1D, và những bài khác được truyền cảm hứng từ nhạc pop những năm 1960.



PHIM VIỆT TÌM ĐƯỜNG RA BIÊN LỚN



Mặc cho những người bì quan vẫn luôn “định ninh” rằng phim Việt mãi tụt hậu so với thế giới, những cá nhân như Nguyễn Hoàng Điệp, Phan Đăng Di,... vẫn nỗ lực miệt mài “dem chuông đi đánh xứ người” và giành được những kết quả rất đáng khích lệ.

Anh Trâm

OSCAR: MÃI CHỈ LÀ GIẤC MƠ!

Đầu tháng 10, người yêu điện ảnh Việt xôn xao trước tin *Trúng số* sẽ đại diện cho Việt Nam tham dự vòng Sơ tuyển giải Oscar lần thứ 88, hạng mục “Phim nổi tiếng nước ngoài”. Ngạc nhiên là bởi *Trúng số* là một phim hài, không phải là phim chính kịch – thể loại phim dễ thắng giải ở Oscar. Đây cũng là phim thương mại, do tư nhân sản xuất chứ không phải do nhà nước đặt hàng như tiền lệ. Chưa kể, nếu so với những ứng cử viên khác như *Đập cánh giữa không trung* hay *Dịu dàng*, thì *Trúng số* có vẻ yếu thế hơn. *Đập cánh giữa không trung* đã “chinh chiến” và gặt hái được nhiều thành công tại các LHP quốc tế, trong đó phải kể đến giải Phim hay nhất tại Tuần lễ phê bình phim thuộc LHP Venice. Một phim khác rất đáng chú ý là *Cha và con và...*, của đạo diễn Phan Đăng Di, từng lọt vào vòng tranh giải của LHP Berlin 2015 nhưng lại không đủ điều kiện được chọn do chưa được trình chiếu thương mại ngoài rạp trong khoảng thời gian cần thiết. *Nước 2030* hoặc *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* cũng là hai trường hợp đáng tiếc khác lỡ hẹn với Oscar.

Oscar được coi là giải thưởng điện ảnh danh giá nhất hành tinh. Mỗi năm hàng trăm bộ phim từ các quốc gia đổ về chỉ để tranh một giải duy nhất *Phim nước ngoài xuất sắc nhất*. Cơ hội chiến thắng của *Trúng số* vì thế được ví von là cũng khó ngang với cơ hội...trúng số vậy.

Trước đây Việt Nam đã từng nhiều lần gửi phim đi tranh giải Oscar. Phần lớn đó đều là những phim do Nhà nước bỏ tiền đầu tư như: *Mùa len trâu*, *Áo lụa Hà Đông*, *Chuyện của Pao*, *Đường đời*, *Khát vọng Thăng Long*, *Mùi cỏ cháy*... Tuy nhiên, các phim này đều không lọt vào danh sách đề cử rút gọn. Cho đến nay mới chỉ *Mùi đu đủ xanh* của đạo diễn Trần Anh Hùng là làm được điều này. Năm 2013, *War Witch* của Kim Nguyễn, một đạo diễn gốc Việt cũng có mặt trong Top 5 đề cử giải Oscar cho Phim nói tiếng nước ngoài hay nhất. Tuy nhiên *War Witch* là đại diện của Canada chứ không phải Việt Nam.

MỘT VÀI ĐIỂM SÁNG TẠI LHP QUỐC TẾ



Đối với một quốc gia chưa có tên trên bản đồ điện ảnh thế giới, tham gia các liên hoan phim quốc tế là một cách tốt để quảng bá, phát triển thị trường điện ảnh mới. Campuchia và Iran là những ví dụ điển hình của sự thành công khi đi theo hướng ấy. Những thành công đáng khích lệ tại LHP Cannes hay Busan đã là động lực thúc đẩy sự chuyển mình mạnh mẽ của điện ảnh nước bạn.

Nhìn lại, trong quá khứ, Việt Nam đã có những phim thắng lớn ở các liên hoan phim quốc tế. Những phim như *Nước về Bắc Hưng Hải*, *Lũy thép Vĩnh Linh*, *Vĩ tuyến 17 ngày và đêm*... đều nhận được các giải thưởng cao quý tại LHP Moscow. *Cánh đồng hoang* thậm chí còn được giải HCV tại LHP này. *Con chim vành khuyên* nhận giải thưởng đặc biệt tại LHP quốc tế Karlovy Vary (Tiệp Khắc), ... Tuy nhiên, công bằng mà nói, đó đều là những LHP của khối các nước xã hội chủ nghĩa, trong phạm vi nhỏ hẹp.

Trên thế giới, có khoảng 550 LHP quốc tế khác nhau, tuy nhiên, danh giá nhất là 3 LHP: Cannes (Pháp), Venice (Italia), Berlin (Đức). Ngoài ra, những LHP uy tín khác phải kể đến: Toronto (Canada), Sundance (Mỹ), BFI (Anh), Rotterdam (Hà Lan). Cho đến nay, những bộ phim của đạo diễn Trần Anh Hùng mang lại nhiều vẻ vang vinh dự nhất cho điện ảnh Việt. *Mùi đu đủ xanh* của anh giành được giải Camera vàng tại LHP Cannes cho phim đầu tay, đồng thời lọt vào

danh sách đề cử Oscar rút gọn cho Phim tiếng nước ngoài hay nhất. Phim *Xích lô* đem lại cho anh giải Sư tử vàng ở LHP Venice khi Trần Anh Hùng mới chỉ 33 tuổi. Gần đây, Việt Nam mới có thêm phim *Cha và con và...* của đạo diễn Phan Đăng Di lọt vào tranh giải chính thức tại LHP Berlin. Thành tích này được giới chuyên môn nhận xét còn vượt xa việc đoạt giải của số phim Việt Nam tại các LHP khác.

Đầu tháng 10, *Cha và con và...* cùng với phim *Quyên* tham dự LHP Busan. *Đập cánh giữa không trung*, *Mùi hương nước mắm*, *Live From New York* cũng vừa có cơ hội tham dự LHP Quốc tế London (BFI London Film Festival) diễn ra từ ngày 7 đến 18/10. Đó là những tín hiệu đáng mừng của điện ảnh Việt, bởi "có nụ mừng nụ". Nói như đạo diễn Victor Vũ phim Việt cứ đi ra được nước ngoài, tiếp cận với điện ảnh thế giới, dù ít hay nhiều, dù lớn hay nhỏ thì cũng đã là mừng rồi.

ĐỂ PHIM VIỆT "XUÔI CHÈO MÁT MÁI"

Dĩ nhiên việc phim Việt có đi ra được biển lớn hay không phụ thuộc phần lớn vào tài năng của các nhà làm phim. Tuy nhiên, những chính sách hợp lý có thể giúp con đường ra biển lớn bớt bão giông, và xuôi chèo mát mái hơn. Đạo diễn Phan Đăng Di và nhà tuyển phim Marcus Mạnh Cường Vũ từng nhiều lần đề cập trên báo sự cần thiết của một quỹ điện ảnh quốc gia. Quỹ này sẽ tập trung hỗ trợ những tác phẩm giàu tính nghệ thuật và dám đi vào những đề tài gai góc. Hiện nay, đa số phim Việt cất cánh được đều nhờ những quỹ điện ảnh nước ngoài.

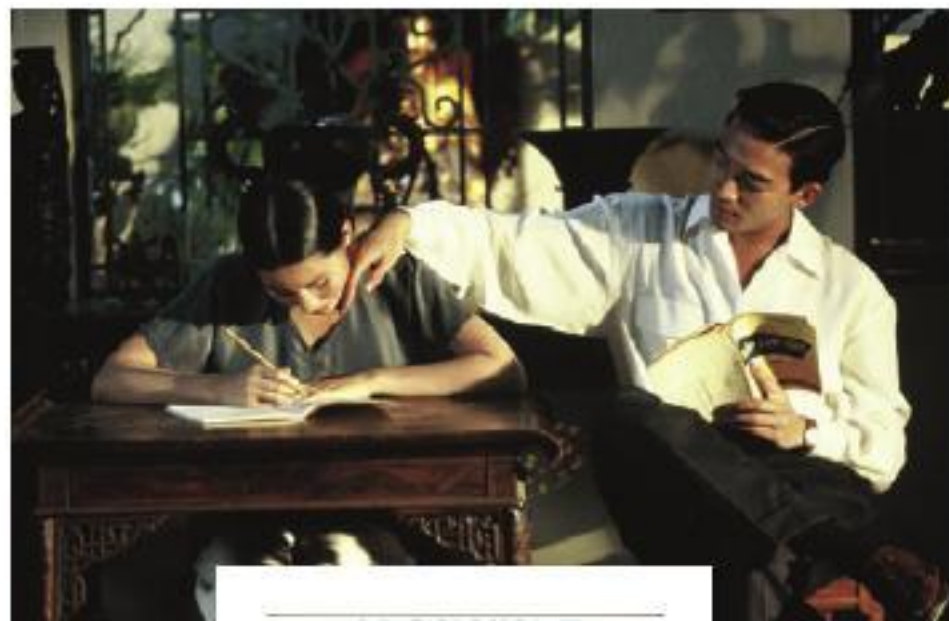
Cả *Đập cánh giữa không trung* và *Cha và con và...* đều phải rất vất vả đi xin tài trợ. Các dự án bị hoãn từ năm này sang năm khác, bị chậm tiến độ cũng vì lý do ấy.

Nếu phim tư nhân tập trung vào phim giải trí, mục đích thương mại được đặt lên hàng đầu, dẫn đến những bộ phim "mì ăn liền" kém chất lượng thì phim nhà nước lại khó khan, khai thác những

đề tài đã sáo mòn như chiến tranh hoặc hậu chiến. Gần đây, *Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh* của Victor Vũ là một phim "sạch", được cả giới chuyên môn và khán giả đón nhận. Cứ bắt tay thành công giữa phim tư nhân và nhà nước là lời gợi ý về một hướng đi mới của phim Việt.

Song song với quỹ điện ảnh, Việt Nam cần có chính sách đưa phim Việt Nam ra nước ngoài. Việt Nam có thể tổ chức

nhiều hơn những tuần lễ phim Việt tại nước bạn, để giới thiệu cho bạn bè năm châu điện ảnh Việt. Mới đây các tuần lễ phim Việt tại Italia và Mỹ đều nhận được những phản hồi rất tích cực. Các phim dự LHP cũng cần sự hỗ trợ nhiều hơn từ nhà nước, thay vì các nhà làm phim "tự lực cánh sinh", lo từ A đến Z như hiện nay.





GÀO

“Tôi đã nhận nại hơn rất nhiều”

Trước khi phỏng vấn Gào, tôi đã nghe dư luận đồn thổi quá nhiều điều về cô. Trong mắt tôi, Gào là một cá tính thú vị. Cô khiêm tốn nhưng cũng đầy tham vọng, cực kỳ khát khe và đòi hỏi cao ở bản thân nhưng cũng tin ở chính mình.

Anh Trâm

“Tôi có rất nhiều tham vọng nhưng chẳng tham vọng nào lớn hơn gia đình mình”



“KHÔNG ỒN” RỒI SẼ THÀNH “RẤT ỒN”

Skybooks trong năm nay ra liền 2 cuốn sách đều có tựa liên quan đến chữ “ồn”. “Tạm biệt em ồn” và “Chúng ta rồi sẽ ồn thôi”. Tôi không muốn so sánh nhưng có vẻ điều đó phản ánh phần nào sự bất an, sự “không ồn” và sự cô đơn ở người trẻ. Người ta thiếu nên người ta mới tìm, mới thấy dễ đồng cảm?

Thật ra đến khi bạn nói, tôi mới biết họ còn có một cuốn khác tên như vậy. Còn về tác phẩm “Chúng ta rồi sẽ ồn thôi”, thì nó là cảm xúc mà tôi nghĩ bất kỳ người nào cũng từng trải qua. Ai cũng có lúc mệt mỏi, vấp vấp, chịu tổn thương trong cuộc sống và tự nhủ với mình rằng mọi chuyện rồi sẽ ổn. Cuốn sách nhận được nhiều sự đồng cảm cũng là điều tự nhiên thôi, khi mà xã hội, đang có rất nhiều người cảm thấy...chưa ổn.

“Chúng ta rồi sẽ ồn thôi” là câu cửa miệng của nhiều người. Đó là sự thật hay chỉ là lời chúng ta trấn an nhau thôi?

Đến tận cùng rồi mọi chuyện có ổn không? Tận cùng là bao giờ? Nó là tương lai phải không? Đã là tương lai thì có ai đi tới đó đâu mà biết được. Nhưng câu nói đó không chỉ là lời động viên, trấn an bản thân khi gặp khó khăn. Nó còn là tinh thần lạc quan để vượt lên trên nghịch cảnh. Dù chuyện gì xảy ra, thì cũng phải lạc quan mà bước tiếp. Ý nghĩa của câu nói ấy, chính là như vậy.

Nhiều người sẽ nghĩ rằng tựa sách hơi nhàm chán?!

Cuốn sách là tâm sự của tôi và Minh Nhật về quãng thời gian đã qua. Những thứ thực sự không ổn đã diễn ra, và cả hai đã từng rất suy sụp. Tựa sách như một lời nhắc nhở chính mình, chẳng phải bao chuyện “không ồn” rồi cũng đã “rất ồn” đó sao? Khi ta gặp rắc rối, ta nghĩ mình đang chết đuối giữa biển lớn mênh mông, mà không có cái phao nào cả. Nhưng khi bình tĩnh nhìn lại, cái “biển lớn” mà ta đang giẫy dụa, hoá ra chỉ là một vũng nước nhỏ xíu xiu...Chọn một tựa sách câu khách cũng rất khó, nhưng chọn một tựa sách ý nghĩa với chính mình còn khó hơn. Dù nó có nhàm chán, nhưng nó đúng, đúng với bản thân người viết.

“CHẲNG CÓ THAM VỌNG NÀO LỚN HƠN GIA ĐÌNH MÌNH”

Lời tựa của cuốn sách: “Giá như ai cũng thật sự hạnh phúc như về ngoài của họ?”. Nếu đem câu hỏi đó hỏi ngược lại Gào thì sao?

Trong sách tôi có viết một câu: “Mọi người thấy em hạnh phúc, bởi vì em muốn mọi người thấy như thế!” Có những lúc tôi cảm thấy rất mệt mỏi nhưng tôi luôn cố gắng để mọi người nhìn thấy những mặt tích cực nhất. Người ta gọi đó là tạo ra năng lượng tích cực, để thu hút về những điều tích cực. Điều đó không có nghĩa là lúc nào tôi cũng ổn, chỉ có điều, tôi đã biết cách kiểm soát mình hơn, để cảm thấy ổn nhanh nhất có thể.

Ngày trước, mỗi lần cảm thấy lo lắng chuyện gì, tôi thường cáu giận, ném đồ đạc hoặc phát ngôn bừa bãi. Mọi chuyện chẳng vì thế mà tốt hơn lên, ngược lại còn rối tung hết cả. Bây giờ tôi có thể buồn, có thể khóc, có thể lo lắng, mất ngủ, nhưng tôi cư xử trầm lắng hơn xưa rất nhiều. Tôi chỉ thờ dãi, để cho nó tự qua đi, để cho mình bình tâm trước khi phản ứng bất cứ điều gì.

Trong thời gian qua, nếu có một bài học nào tâm đắc nhất mà chị chiêm nghiệm được thì đó là gì?

Chồng tôi rất thương vợ, nhưng vô cùng nóng tính. Một cá tính như tôi để hòa hợp được là điều rất khó. Nhưng rốt cuộc thì, chồng tôi đã thay đổi trước, không phải vì tôi mà là vì con cái của cả hai. Một người đàn ông còn có thể hy sinh được, chẳng lẽ tôi là phụ nữ, lại còn sân si? Bài học lớn nhất mà tôi học được từ gia đình này, đó là sự nhẫn nại trước mọi hoàn cảnh. Không phải thứ gì cũng có thể vì mình mà vứt bỏ. Có những cái lớn hơn, như gia đình chẳng hạn thì cái tôi hay cá tính, cũng chỉ để xếp xó mà thôi.

“Bây giờ tôi chưa thấy mình là nhà văn đúng nghĩa mà chỉ là người viết những cảm xúc. Như vậy đối với tôi chưa đủ.”



Chị nói vậy, các nhà nữ quyền sẽ giãy nảy lên đấy. Lẽ nào theo chị, để duy trì tổ ấm, phụ nữ vẫn là người nên “cho” nhiều hơn và nhận lại hơn?

Tôi không có ý như vậy. Tôi chỉ nghĩ rằng đàn ông khi từ bỏ cái tôi khó hơn phụ nữ rất nhiều. Phụ nữ sinh ra mềm mỏng hơn, thay đổi cũng dễ hơn. Trong mỗi quan hệ này, chồng tôi cũng cố gắng, thì tôi cũng không thể chỉ đứng nhìn. Cả hai bên, phải cùng nhau mới được. Tôi có rất nhiều tham vọng nhưng chẳng tham vọng nào lớn hơn gia đình mình.

“THỰC RA CÁC NHÀ VĂN ĐI TRƯỚC NÓI ĐÚNG ĐẮY”

Người xưa quan niệm nhà văn phải là người có cuộc sống trầm lặng, “ta đại ta tìm nơi vắng vẻ” có những giây phút tĩnh thì mới viết được những cái gì thật sự sâu sắc. Trong khi những nhà văn trẻ ngược lại, họ lao vào chốn lao xao, cuộc sống ồn ã, đi sự kiện, giao lưu fan, sử dụng mạng xã hội. Chị nghĩ gì về sự thay đổi này?

Tôi nghĩ mọi sự thay đổi là nhu cầu tất yếu của xã hội. Không chỉ riêng định nghĩa về nhà văn mà các nghề nghiệp khác cũng vậy. Ngay cả quan điểm về vẻ đẹp, đẹp xưa là kín đáo đoan trang, đẹp nay có thể hở hang đôi chút chẳng hạn. Định nghĩa của xã hội cũng quan trọng nhưng không quan trọng bằng định nghĩa của chính mình. Ở nghề nghiệp nào cũng vậy, bạn muốn trở thành người như thế nào? Muốn người khác nhìn nhận bạn ra sao thì hãy hướng về phía đó. Quan trọng là ở mình cả thôi.

Đến hẹn lại lên, trong những hội chợ sách hoặc thỉnh thoảng trên báo lại có một nhà phê bình than phiền rằng có quá nhiều tản văn, tiểu thuyết ngôn tình mà thiếu đi những cuốn sách thực sự chất lượng. Chị có đồng tình với ý kiến của các nhà văn lúta trước hay cho rằng mọi người đang quá khắt khe với người viết trẻ?

Tôi đồng tình. Thực ra tôi luôn nghĩ cuốn “Chúng ta rồi sẽ ổn thôi” sẽ là cuốn tản văn cuối cùng mà tôi viết. Thời gian tới, tôi muốn viết về một đề tài đáng yêu hơn, là gia đình. Cách đây 8 năm, khi tôi cho ra tác phẩm đầu tiên, nhiều nhà phê bình đã nói rất nặng lời. Khi đó, tôi còn trẻ nên đã phản ứng rất mạnh mẽ. Giờ nghĩ lại, tôi thấy mình đã sai rồi. Việc trưởng thành trong cuộc sống khiến tôi nhận ra rằng mọi ý kiến của người đi trước đều đáng trân trọng. Chúng ta nên chọn lọc và chấp nhận cả khen – chê để trở nên tốt hơn. Đối với tôi, viết không phải một nghề, nó là sở thích, đam mê. Tôi đã có nghề để nuôi sống bản thân rồi nên không bị áp lực phải ra sách thời điểm nào, câu khách ra sao. Tôi rất ngưỡng mộ những nhà văn của quá khứ. Họ thành công vì tác phẩm của họ mang hơi thở thời đại, từ những điều bình dị nhất. Cuộc sống này đâu chỉ có chuyện yêu đương nam nữ. Tôi hy vọng các cây viết trẻ cũng mở rộng thêm đề tài như các bậc tiền bối đã khuyên.

Rốt cuộc thì Gào mong muốn gì ở những tác phẩm của mình, muốn hướng đi của mình như thế nào?

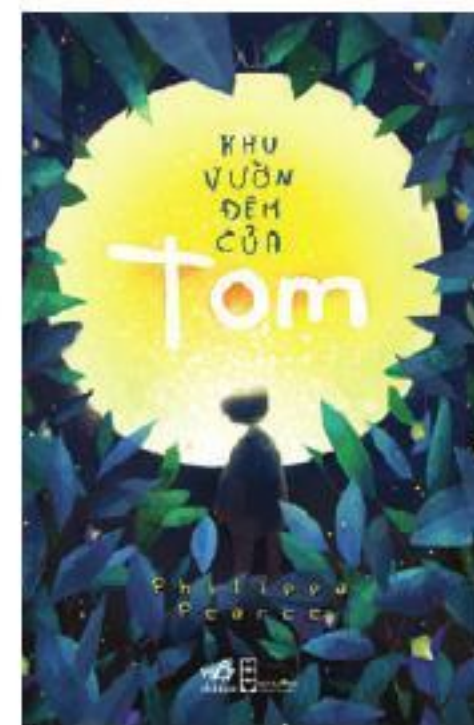
Tôi muốn trở thành một nhà văn, có tác phẩm khiến bản thân hài lòng. Bây giờ tôi chưa thấy mình là nhà văn đúng nghĩa mà chỉ là người viết những cảm xúc. Như vậy đối với tôi chưa đủ. Nói trước sợ bước không qua, nên tốt nhất là nói in ít thôi, cứ làm đi đã!

CÒN CHỊ CÒN EM

Hai chị em sinh đôi Anna - Lotte, 3 tuổi mồ côi mẹ, 6 tuổi mồ côi cha, bị chia cắt trong cuộc Thế chiến II rồi hơn 70 năm sau tình cờ gặp gỡ. Anna, sống ở Đức - đã là vợ một sĩ quan SS, còn Lotte, lớn lên ở Hà Lan - từng yêu thương, che giấu một chàng trai Do Thái trước quân Đức phát xít. Vốn là ruột thịt nhưng những tổn thương khốc hại đã khoét sâu giữa hai chị em một hố ngăn cách. Liệu cả hai có thể trở về hòa nhập như định mệnh vốn là chị em song sinh của mình? Sách dày 480 trang, do Nhã Nam phát hành, NXB Hội Nhà Văn xuất bản.
Giá bìa: 100.000 VND.

**KHU VƯỜN ĐÊM CỦA TOM**

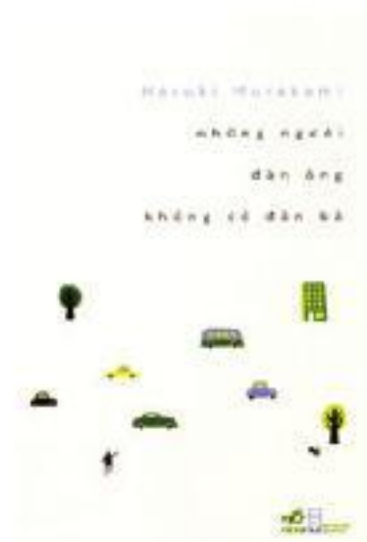
Do em trai bị sỏi, Tom buộc phải đến ở một thời gian tại nhà dì Bartholomew. Trong một đêm không ngủ, cậu tình cờ phát hiện ra bí mật về chiếc đồng hồ tử đứng và khu vườn chỉ xuất hiện lúc nửa đêm. Ở đây, cậu gặp và cùng cô bé Hatty khám phá từng ngóc ngách của khu vườn. Sự thật về khu vườn và người bạn mới quen dần dần được hé lộ. Sách do Nhã Nam và NXB Hội Nhà Văn hợp tác xuất bản, dày 249 trang.
Giá bìa: 60.000 VND.

**BLOG CỦA MAY - ANH LÀ GIA VỊ ĐỜI EM**

Tiếp nối sự thành công của Blog của May - Dừng chỉ hôn lên môi, Anh là gia vị đời em tiếp tục là người bạn thân thiết với độc giả. Cuốn sách không chỉ dành cho những người phụ nữ mạnh mẽ, dám yêu, dám sống, cho những người mới yêu còn rụt rè, nhút nhát, hay cho những ai quan tâm đến phụ nữ, mà còn dành cho những người chồng, người bạn trai muốn hiểu và chia sẻ rõ hơn với vợ/người yêu mình. Sách do công ty Bách Việt và NXB Dân trí hợp tác xuất bản, dày 228 trang.
Giá bìa: 69.000 VND.

**NHỮNG NGƯỜI ĐÀN ÔNG KHÔNG CÓ ĐÀN BÀ**

Những người đàn ông không có đàn bà là tập truyện ngắn mới nhất của Haruki Murakami ra đời sau 9 năm kể từ tập truyện ngắn Những câu chuyện kỳ lạ ở Tokyo, xuất bản năm 2005. Tập truyện gồm 7 truyện ngắn, được thiết lập theo một mô-típ, một chủ đề riêng. Bầu không khí chung của cả cuốn sách là sự bình tĩnh đến kỳ lạ, tuy không mấy bình yên. Nó phù hợp để đọc cả với những người vốn vẫn tránh Murakami vì không quen với thể giới siêu thực của ông. Sách do Nhã Nam và NXB Hội Nhà Văn xuất bản, dày 270 trang.
Giá bìa: 72.000 VND.

**CHIM CỔ ĐỎ**

Làm mất mặt lực lượng cảnh sát Na Uy trong chuyến viếng thăm của tổng thống Mỹ, Harry Hole bị chuyển công tác sang cục An ninh, theo dõi các hoạt động của chủ nghĩa phát xít mới trên đất Na Uy. Trong thời gian này anh phải điều tra cái chết của một người ủng hộ chủ nghĩa phát xít. Và đó mới chỉ là khởi đầu của một cuộc thanh trừng mà sát thủ tiến hành để lập lại cái mà hắn cho là công lý. Thủ phạm tự gọi mình là Chim cổ đỏ, tuyên bố rằng chỉ có Thượng Đế mới có quyền phán xét hắn. Sách được phát hành bởi Nhã Nam và NXB Hà Nội, dày 525 trang.
Giá bìa: 125.000 VND.



PHỤ NỮ, ĐÃ THỰC SỰ Ý THỨC BÌNH QUYỀN?

Bình quyền nam nữ hay bình đẳng giới có nghĩa là phụ nữ và nam giới có vị trí như nhau và có cơ hội như nhau để làm việc và phát triển.



Hễ là đàn ông thì từ gia trưởng tới cấp tiến với ảnh hưởng của cơm Tây và khói bụi thị thành sẽ đều có suy nghĩ, rằng đàn ông đương nhiên làm chủ gia đình và làm chủ cả... xã hội. Điều này hẳn làm phụ nữ các em không chấp nhận, cho nên thấy khắp nơi từ ti vi, báo đài, mạng xã hội cho đến các diễn đàn, hội thảo, đâu đâu cũng đang hùng hực đấu tranh cho cái gọi là “nam nữ bình quyền”.

NHỮNG LIỆU PHỤ NỮ ĐÃ THỰC SỰ Ý THỨC BÌNH QUYỀN?

Các em hô vang khẩu hiệu bình quyền, nhưng khi móc hầu bao trả tiền, nhiều em đương nhiên coi đó là việc của nam giới. Anh nào sòng phẳng kiểu Tây mà hô “xe” (share) với “pháo” thì chắc không sống nổi với các em. Trừ những gã “kém tâm” thì khỏi bàn, còn đàn ông chân chính tại anh luôn coi việc mời cơm, rút ví là chuyện của mình đấy chứ. Bọn anh cũng luôn coi việc trao hoa, tặng quà trong những dịp “Va lung tung”, “Ráng sinh” hay “Kì niệm ngày lọ ngày chai” là trách nhiệm cao cả. Mặc dù bọn anh râu hùm hàm én thể thôi, nhưng cũng muốn được phụ nữ thi thoảng trả tiền cho một bữa ăn nho nhỏ gọi là quan tâm quý mến. Bọn anh cũng muốn được nhận những món quà từ bà xã trong các dịp như một sự ghi nhận và thể hiện tình yêu, chứ đâu phải chỉ nam giới mới cần cảm ơn người kết hôn và sinh con cho họ! Như thế mới là bình quyền!

Các em muốn bình đẳng, nhưng nhiều em gái luôn chỉ tâm huyết sao cho kiếm được một anh giàu sang để nuôi gia đình hay chu cấp người tình, tóm lại là tự biến mình trở thành “cây trồng”, “vật nuôi” hơn là tự phấn đấu và khẳng định. Ồ, các em muốn bình đẳng mấy vụ làm việc nhà, chăm sóc con cái thì sao không sòng phẳng với bọn anh ở cả vụ “làm kinh tế”, “nuôi trồng” này chứ? Bọn anh cũng cố gắng lắm đấy, nhưng nói thật, một người thành đạt, vạn người bình dân, các em cứ lấy chuẩn “đại gia” ra mà so làm bọn anh thấy chạnh lòng. Bọn anh chê cơm không ngon, nhà không sạch thì bị mang tiếng gia trưởng, nhưng các em chê chồng bất tài không kiếm được nhiều tiền, không mua được kim cương, “hơ mét”, “eo vì”, “gu chì”, thì lại chẳng sao, chả mang tiếng gì sất. Thế mà bảo bình quyền!

CÁI GIÁ CỦA SỰ BÌNH ĐẲNG

Này nhé, các em đẩy tự tin của người phụ nữ hiện đại, thì cũng nên thi thoảng “hảo hán” bỏ chút quỹ đen ra chi những khoản này khoản nọ của gia đình, thay vì cất biến ở đâu đó trong sổ tiết kiệm hay tự lén mang đi đầu tư nhà cửa, đất đai và cười cười rất duyên bảo chồng tiếp tục “chuyển khoản”. Trong khi quỹ đen của các em phần nhiều là do tụi anh gây dựng, các em lại không hề thoải mái vui tươi cho bọn anh một quỹ đen ngược lại, thế mà gọi là... bình đẳng. Các em vin vào lý thuyết là để ngăn ngừa bọn anh có “xiển” nuôi bồ nhí! Nhưng công bằng xét riêng góc độ tài chính nhé, bọn anh có “nuôi bồ nhí” cũng không tốn bằng các em “nuôi đồ hiệu”, “nuôi thẩm mỹ viện”, hay nuôi cả những lô đất nằm im ắp chiếu, nuôi những khoản tự ý đầu tư một đi không trở lại do kinh nghiệm chinh chiến không cao. Còn bọn anh vì sĩ diện đàn ông nên cấm đoán than thở câu nào, dù trong lòng vô cùng... buốt ruột!

Ừ, bình đẳng nam nữ trong công việc là đúng. Nhưng quả thật nhiều em nhân viên nữ đẩy các sếp anh ở thế khó xử. Các em chân ướt chân ráo bước vào công ty với lời hứa lúc phỏng vấn tuyển dụng sang sảng như lời thề ...Hypocrit. Ấy vậy mà chưa đầy nửa năm đã đám cưới, bụng bầu, rồi vin vào thiên chức làm mẹ, làm vợ, làm dâu để đi muộn, về sớm, lượn như đèn cù trong giờ làm, mà đa phần chả phải vì bận việc nhà mà bận chuyện dây cà dây muống. Thế thì hỏi thủ trưởng nào còn muốn tuyển dụng hay giao việc, giao quyền,

muốn quy hoạch cán bộ nữ đây? Rất hiểu cái khó khăn vất vả của phụ nữ, nhưng tụi anh đang hồ nghi rằng liệu có phải tất cả các em đều thực sự muốn phấn đấu bình quyền trong công việc, hay cũng có những người luôn sẵn sàng “buông tay súng” rồi đổ riết tất cả là tại thiên chức mà thôi?

ĐẶT MÌNH VÀO VỊ TRÍ CỦA NGƯỜI KHÁC

Nếu muốn bình đẳng giới, phải hỏi lại các em đã thực sự yêu quý chính giới của mình chưa? Nếu luật cấm lựa chọn giới tính thai nhi không ra đời thì có bao nhiêu người mẹ vẫn muốn bỏ đứa con trong bụng khi biết là con gái. Có những người vợ còn buồn nẫu hơn cả chồng khi sinh gái mới khổ. Có những chị bùm miệng cười chê nhà khác không có con trai, lên cả “phây” bình luận rất to. Vậy rõ là trước khi nam giới coi thường chị em, thì chính phụ nữ đã tự biến con gái mình hay con gái người khác thành công dân hạng hai mất rồi, lấy gì mà phái nữ cùng tiến lên mà đòi bình đẳng giới?

Phụ nữ các em cũng đã thực sự biết cảm thông cho những người cùng phái chưa? Mẹ chồng khắc nghiệt với nàng dâu, chị dâu em chồng hơn thua chan chát, góm, ở nhà là bọn anh cứ im tịt cho lành. Nơi công sở, khi ai đó lỡ lầm hay gặp chuyện thì phi, phụ nữ xung quanh sẽ lên án, dè bêu, bàn tán nhiều hơn là vị tha, chia sẻ. Nếu đối ngược người đó là nam giới, có khi các em lại dễ cảm thông hơn với một câu chép miệng, “*Ừ thì đàn ông mà...*” Khi phụ nữ thành

đạt và được nhiều nam nhi mến mộ, lập tức những đồng nghiệp nữ hay phụ nữ khác thay vì tự hào và cổ sủy thì “Gato” nhỏ to rằng, “*Chắc là có quan chức, đại gia nâng đỡ chứ mặt đó thì làm được gì*”, hay “*Trông thế thôi, chứ gia đình chán chết, kiếm tiền cho lắm vào...*” Rồi lại nói đến chuyện ngoại tình, có những người phụ nữ luôn bảo rằng cần mỗi tình yêu, nhưng lại mưu toan đủ điều chỉ trực phá hoại hạnh phúc của một người cùng giới khác. Ngược lại, người phụ nữ trong nhà chỉ chăm chăm đi đánh ghen người thứ ba là “giật chống bà” mà không nghĩ ngược lại rằng “chống bà” tán con nhà người ta trước, hay các bà chưa để ý chăm chút bản thân cho tươi mới, cho chồng còn cảm hứng mặn mà yêu đương...Tóm lại, có nhiều trường hợp, chính phụ nữ gây tổn thương cho phụ nữ trước khi đàn ông làm khổ họ!





SUY NGHĨ CHO NGƯỜI VÀ CHO MÌNH

Các em ơi, xét trong chuyện tình cảm, các em cũng nên công bằng nhé. Nếu đã là bình đẳng giới thì chuyện yêu đương cũng vậy. Khi duyên hết tình tan, sao bỗng dưng đàn ông tội anh lại bị lên án là những kẻ “lợi dụng”. Yêu là cùng trao cùng nhận, cùng tận hưởng cảm xúc tâm hồn và cảm giác thể xác. Vậy mà các em cứ tự thoái thác cái sự bình quyền ấy, rồi lại kêu rất to là các em đã “cho”, đã “dâng hiến”, rồi đàn ông chỉ biết “nhận” và “lợi dụng” là sao đây hả giới? Chắc vì đàn ông là phái mạnh nên bất luận thế nào cùng bị coi là phũ, là bạc, như kiểu xe máy và xe đạp lỡ tông nhau thì có nói gì xe máy cũng vẫn sai lẽ lẽ vậy.

Các em ạ, có điều khó nói này mà tội anh đây cũng xin nhỏ to vài câu cho hết nhẽ. Nếu các em thực sự tự tin và muốn bình quyền, hãy cởi mở hơn trong chuyện gối chăn. Các em luôn muốn hỏi rằng mình có hấp dẫn không, có làm bọn anh ngây ngất không, trong khi bản thân lại im thin thít khi bọn anh cần hỏi điều ngược lại, rồi bảo vì truyền thống văn hóa Á Đông nó thế. Đàn ông bọn anh vô ngực kinh nghiệm thế thôi chứ nói thật, cũng chả biết đàn nào mà lần đầu. Nên cứ muốn các em nêu cao tinh thần bình đẳng nam nữ mà chỉ bảo vài câu cho bọn anh nhờ, rằng cần phải làm gì để các em vui, và làm thế nào để các

em vui hơn nữa? Rõ khổ, cái sự mẫn nguyện của đàn ông bọn anh khá đơn giản như là một câu chuyện, trong khi với các em thực sự là một pho tiểu thuyết. Không chấp cái loại đàn ông chỉ biết mình, tội anh rất muốn ga lăng xăng vụ này để thể hiện tình yêu và khả năng đấy nhá. Bọn anh cũng muốn được nhận, cũng muốn đôi lúc được... thụ động yêu đương, nên trong trường hợp này các em càng đòi bình quyền bao nhiêu thì đàn ông vẫn minh càng hoan hô nhiệt liệt bấy nhiêu đấy, các em thân yêu ạ!

“Này nhé, các em đầy tự tin của người phụ nữ hiện đại, thì cũng nên thi thoảng “hảo hán” bỏ chút quỹ đen ra chi những khoản này khoản nọ của gia đình, thay vì cất biến ở đâu đó trong sổ tiết kiệm hay tự lên mang đi đầu tư nhà cửa, đất đai và cười cười rất duyên bảo chồng tiếp tục “chuyển khoản”

Tội anh biết Liên hợp quốc đã có Hiến chương quy định rõ cái gọi là bình đẳng giới, nên điều này không cần phải bàn lại nữa rồi. Dù vẫn còn chút ích kỷ và tham lam, nhưng đàn ông bọn anh đủ hiểu rằng, bình đẳng nam nữ là điều tất yếu phải đến trong xã hội văn minh, rằng những người phụ nữ thời hiện đại như các em thật đáng khâm phục, luôn phấn đấu để “giỏi việc nước, đảm việc nhà, đậm đà nhan sắc, vững chắc yêu thương”. Thế nên, tròng giang đại hải từ này đến giờ cũng là để gửi đến phụ nữ các em một thông điệp: *Thế giới này chỉ*

có bình quyền thực sự, khi một nửa thế giới thực sự muốn bình quyền. Luôn cần và yêu thương phụ nữ, thế nên tội anh sẽ luôn ủng hộ, trước khi các em suy ngẫm thật kỹ và tự trả lời cho mình câu hỏi: Phụ nữ, đã thực sự ý thức về sự bình quyền?

1 - LANCÔME

Để hòa chung niềm vui vào mùa cưới năm nay, lần đầu tiên trong nhiều năm qua, Lancôme trân trọng mang đến chương trình “Cô dâu xinh” với những món quà ngọt ngào dành riêng cho cô dâu khi mua hóa hơn 15.000.000 VND tại cửa hàng cùng nhiều ưu đãi như gửi tặng set nước hoa hương tình yêu, 6 lần chăm sóc da mặt trên các cửa hàng của hãng và đặc biệt hơn, ưu đãi giảm giá từ các đối tác của Lancôme. Chương trình sẽ bắt đầu từ thời điểm này cho tới hết tháng 12/2015.



2 - SHU UEMURA

Từ 14 – 18/10/2015 tuần lễ thời trang Quốc Tế Việt Nam 2015 diễn ra với sự góp mặt của các nhà thiết kế hàng đầu tại Việt Nam cùng sự góp mặt của các nhà thiết kế tên tuổi từ các quốc gia Pháp, Ý, Dubai, Nhật Bản,... Lần thứ hai đồng hành cùng Vietnam International Fashion Week, Shu Uemura hân hạnh là nhà tài trợ trang điểm cho chương trình thời trang đẳng cấp nhất. Với nguồn cảm hứng vô tận cùng sự sáng tạo không ngừng, Shu Uemura hứa hẹn sẽ mang đến những cung bậc cảm xúc trong không gian thời trang đậm chất nghệ thuật.

3 - WILDFEST

WildFest là một phần của chương trình Cùng Hành động tạo sự Thay đổi - một chiến dịch quốc gia nhằm thu hút sự chú ý và tạo ảnh hưởng đối với cộng đồng về các vấn đề có liên quan tới nạn buôn bán động vật hoang dã tại Việt Nam, đặc biệt nhằm chấm dứt việc buôn bán sừng tê giác. Sự kiện chính của WildFest sẽ diễn ra vào Chủ Nhật, sáng ngày 08/11, tại Hoàng thành Thăng Long thành phố Hà Nội. Để có cơ hội nhận được những tấm vé miễn phí tham dự sự kiện WildFest lần này, xin tham khảo chi tiết trên trang web wildfest.org hoặc [facebook.com/OperationGameChange](https://www.facebook.com/OperationGameChange).



4 - KITCHMATE

Kitchmate được sản xuất tại Malaysia dựa trên dây chuyền công nghệ tiên tiến của Đức với các dòng sản phẩm bếp điện từ hiện đại và tiện ích: bếp đơn, bếp đôi đến bếp ba, bốn, máy hút mùi, lò nướng, lò vi sóng...Nét nổi bật của những mẫu thiết kế mà Kitchmate mang đến chính là sự tối giản các chi tiết và màu sắc, tạo cảm giác sạch sẽ, gọn gàng, mở ra một căn bếp thông thoáng, nhẹ nhàng và rất hiện đại. Địa điểm: Vincom Bà Triệu, Vincom Royal City, Lotte Tây Sơn (Hà Nội) Diamond Plaza, Vincom Center Đồng Khởi, CMC Plaza, Phan Khang Tân Bình, phòng chờ quốc nội sân bay Tân Sơn Nhất (TP.HCM)

5 - LOCCITANE SHEA BUTTER HONEY

Tháng 11, L'Occitane cho ra mắt nhiều sản phẩm mới: Son Dưỡng Bơ Đậu Mỡ hương Mật Ong 12ml (260.000 VND), Kem Dưỡng Tay Bơ Đậu Mỡ hương Mật Ong 30ml (260.00 VND), Kem Dưỡng Bơ Đậu Mỡ hương Mật Ong 100ml (610.000VND), Gel Tắm Bơ Đậu Mỡ hương Mật Ong 250ml (490.000 VND), Tẩy Tế Bào Chết Bơ Đậu Mỡ hương Mật Ong 175gr (690.000 VND). Kết hợp tinh chất bơ đậu mỡ và mật ong vùng Provence giúp nuôi dưỡng và bảo vệ làn da, đồng thời để lại mùi hương thơm ngát dễ chịu.



shu uemura

2

shu uemura
HÂN HẠNH TÀI TRỢ TRANG ĐIỂM

shu sẽ mang đến cho quý khách giả những cung bậc cảm xúc trong không gian thời trang đậm chất nghệ thuật và sáng tạo.

www.facebook.com/shuueemura.vietnam www.instagram.com/shuueemura

VIETNAM INTERNATIONAL FASHION WEEK 2015



6 - TRẢI NGHIỆM MALAYSIA THÁNG 10

Tháng 10 này, người hâm mộ của Giải đua xe mô tô Malaysia MotoGP chắc hẳn sẽ cực kì phấn khích khi sự kiện hằng năm này được tổ chức lần thứ 25 và các golf thủ sẽ hào hứng với sự trở lại của giải CIMB Classic – PGA Tour. Tháng 10 cũng diễn ra Lễ hội ẩm thực quốc tế Malaysia, Lễ hội Nghệ thuật Thổ dân Quốc tế, Lễ hội Sắc màu Citrawarna@Kuala Lumpur hay Lễ hội Nghệ thuật và Văn hóa Hồi giáo Quốc tế Putrajaya.



7 - CHATEAU DALAT

Ladora Winery vừa chính thức ra mắt dòng vang mới CHATEAU DALAT của công ty. CHATEAU DALAT được chia ra làm 3 dòng chính: SPECIAL, RESERVE, SIGNATURE. CHATEAU DALAT là kết tinh của một quá trình tìm kiếm, chọn lọc từ nguyên liệu giống nho, với kỹ thuật trồng và chăm sóc chuẩn mực của Ý. Qua đó những lứa nho tốt nhất được hái về, ép cốt nho và đưa qua các công đoạn lên men, ủ và tinh chế trên dây chuyền công nghệ của Ý, và dưới sự giám sát khắt khe của các chuyên gia quốc tế để đạt được những chai vang tinh tế nhất.

8 - GRABCAR

GrabCar chính thức phát động chiến dịch #GrabItBeatIt trên toàn khu vực Đông Nam Á để nâng cao ý thức bảo vệ và nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tự kiểm tra ngực nhằm phát hiện sớm căn bệnh ung thư vú - nguyên nhân gây tử vong hàng đầu ở phụ nữ trên toàn thế giới. Những chiếc áo thun "Vòng 1 là để yêu" với số lượng có hạn sẽ được bán ra nhằm đóng góp cho các hoạt động hỗ trợ bệnh nhân của Quỹ hỗ trợ bệnh nhân ung thư - Ngày mai tươi sáng. Chiến dịch này là một phần trong các nỗ lực của GrabCar nhằm bảo vệ an toàn và sức khỏe phụ nữ.



9 - ELEGANZ FURNITURE

Có mặt tròn 9 năm tại Việt nam, Eleganz Furniture đã làm tốt được vai trò của mình: giúp khách hàng thể hiện được cái tôi cá nhân trong từng sản phẩm, được chính tay mình can thiệp vào từng thiết kế, từng mẫu vải, da, gỗ, nỉ hay thậm chí là màu sơn theo ý của chủ nhân. Hệ thống 21 nhà cung cấp đến từ CHLB Đức với chất lượng tuyệt hảo làm cho khách hàng vô cùng hài lòng. Để kỉ niệm sinh nhật lần thứ 9, Eleganz vừa áp dụng ưu đãi 10% cho mọi hóa đơn mua hàng từ ngày 15/9 - 15/10/2015 như một lời cảm tạ gửi tới quý khách hàng.

10 - PING

PING là một thương hiệu chuyên cung cấp các thiết bị sân golf, có trụ sở tại Phoenix, Arizona. Pink PING G30 Driver được sản xuất với công nghệ y hệt so với các cây Driver G30. Với phiên bản dành cho người chơi thuận tay phải thì sẽ có 2 sự lựa chọn về độ mở mặt gậy là 9 và 10.5 độ, người chơi thuận tay trái chỉ có phiên bản 10.5 độ. Độ mở này có thể tùy chỉnh tăng giảm 1 độ với R flex và S flex cho cả 2 tay trái và tay phải.



1 - GOLDEN LYPRES® – SẢN PHẨM ĐỘC QUYỀN SÁNG CHẾ

Được sản xuất bởi Công ty Hsiehs Bio-Tech (Singapore), GOLDEN LYPRES® là sản phẩm chăm sóc sức khỏe mang tầm thời đại đã được đăng ký Độc Quyền Sáng Chế theo Hiệp Ước Hợp Tác Sáng Chế Quốc Tế PCT về cả sản phẩm lẫn quy trình. Qua đó, Công ty cũng đã nhận được Chứng Nhận Độc Quyền ở các quốc gia như: Mỹ, Singapore, Trung Quốc, Đài Loan, Hồng Kông, Nhật Bản... và đặc biệt gần đây nhất là Chứng Nhận Độc Quyền của Liên minh Châu Âu (EU). GOLDEN LYPRES® hy vọng sẽ là món quà sức khỏe quý giá nhất cho mọi người trên toàn thế giới. Thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: www.hsbiotech.com; Email: pvservice@hsbiotech.com; hoặc gọi: 08 3827 6446.

2 - MCUBE ĐÔNG SƠN

Nếu Professional 3 Đông Sơn chỉ được chế tác giới hạn 100 mẫu, ngụ ý 100 người con Tiên Rồng truyền thuyết, thì số lượng khối lập phương mCube Đông Sơn còn hạn chế hơn, với đúng 68 phiên bản. Mỗi phiên bản được khắc số từ 01 đến 68. Đi từ mẫu thiết bị di động Professional 3 Đông Sơn tới thiết bị sạc năng lượng di động mCube Đông Sơn, Mobiado tiếp tục chứng tỏ bản lĩnh tiên phong đích thực. Thiết bị di động của hãng không chỉ là tác phẩm công nghệ đắt giá mà còn mang những via ngầm văn hóa nhân sinh vô giá.



3 - D' LE ROI SOLEIL

Tại buổi Lễ tri ân khách hàng và Công bố hợp tác SHB – Tân Hoàng Minh đối với D' Le Roi Soleil ngày 10/10 vừa qua, Tân Hoàng Minh đã dành tặng cho chủ nhân các căn hộ những phần quà có giá trị và ý nghĩa. Được biết, chỉ cần chuẩn bị 30% tiền giá trị căn hộ để nộp vào tài khoản ký quỹ tại SHB. 65% còn lại sẽ được SHB cho vay. Chủ đầu tư Tân Hoàng Minh cam kết tài trợ toàn bộ lãi suất cho các khách hàng cho đến khi bàn giao căn hộ.

4 - TRIỂN LÃM Ô TÔ QUỐC TẾ VIỆT NAM 2015

Triển lãm Ô tô Quốc tế Việt Nam 2015 đã chính thức kết thúc vào 18h ngày 13/10/2015. Triển lãm đã đạt được những thành công nhất định, bước đầu xây dựng rõ nét hình ảnh thương hiệu với logo riêng, màu sắc đen và vàng làm nổi bật hình ảnh sự năng động, hiện đại và sang trọng đại diện cho các thương hiệu tham gia triển lãm lần này. Trong suốt 5 ngày triển lãm tại thị trường Hà Nội, VIMS 2015 đã thu hút tổng cộng hơn 70.000 lượt khách tham quan, hơn 50 xe trưng bày, gần 200 hợp đồng được ký kết cùng với các màn trình diễn độc đáo và ấn tượng tại cả hai khu vực A1 và A3.



5 - CAPITALAND

CapitaLand tổ chức mở bán tòa tháp Orchid – tháp đẹp nhất tại Vista Verde từ ngày 11.10.2015 đến nay, thu hút hơn 1000 lượt khách hàng tham dự. Con số này tiếp tục khẳng định sức hút mạnh mẽ của thị trường Bất Động Sản Khu Đông – thành Phố Hồ Chí Minh nói chung và ông lớn nước ngoài trong lĩnh vực Bất Động Sản tại Việt Nam – CapitaLand. Hơn 100 căn hộ được đặt mua ngay trong buổi sáng mở bán đầu tiên cho thấy Vista Verde là một trong dự án được mong đợi nhất tại Quận 2.

6 - OKTOBERFEST

Tối 22/10, hơn 1.400 khách đã tham gia vào buổi lễ khai mạc của lễ hội bia Đức lớn nhất tại Hà Nội trong năm nay, thưởng thức bia Đức và cùng hòa mình vào không khí sôi động trên nền nhạc dân gian vùng Bavarian được trình diễn bởi ban nhạc Anton Showband tại khách sạn JW Marriott Hotel Hanoi. Được biết 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.

**7 - BUDWEISER MADE FOR MUSIC 2015**

Sau thành công rực rỡ của cuộc thi BUDJs 2014 vào cuối năm rồi, nhãn hàng Budweiser đã khởi động cuộc đua tìm kiếm DJ hàng đầu Việt Nam với BUDJs 2015, dành cho các fan yêu thích nhạc điện tử (EDM). Năm nay, quy mô của BUDJs đã được Budweiser đẩy lên một tầm cao mới, quy tụ đến 30 DJ tài năng hàng đầu hiện tại đang được yêu thích nhất cả nước. Theo dõi hành trình của BUDJs tại trang chính thức của BUDJs www.budjs.com hoặc truy cập facebook của Budweiser để biết thêm thông tin chi tiết www.facebook.com/BudweiserVietnam.

8 - CAYE SERENO

Công ty tư vấn bất động sản quốc tế Savills được chỉ định là đơn vị phụ trách các chương trình phân phối bán hàng cho Caye Sereno, dự án siêu biệt thự nghỉ dưỡng vừa giành giải “Dự án biệt thự nghỉ dưỡng đẹp nhất” tại Giải thưởng Bất động sản Việt Nam 2015. Để biết thêm thông tin chi tiết hoặc sắp xếp một buổi tham quan dự án, quý khách vui lòng liên hệ với Savills: 0912833333.

**9 - RENAULT**

Trong buổi khai mạc Triển lãm ô tô Quốc tế Việt Nam (VIMS 2015) tại Hà Nội sáng 9/10, hãng xe lớn thứ 4 thế giới – Renault đã cùng lúc tung ra 3 mẫu xe hoàn toàn mới, bao gồm: Duster SUV, Sandero Stepway hatchback và Logan sedan. Mẫu có giá thấp nhất chỉ từ 599 triệu đồng, không chỉ mang đến sự ngạc nhiên cho khách hàng mà đây được coi là một “cuộc cách mạng” về giá của xe ô tô nhập khẩu tại thị trường châu Á. Hãng xe Pháp coi đây là sự kiện đánh dấu mốc 5 năm có mặt tại Việt Nam.

10 - BMW

Tại Triển lãm Ô Tô Quốc Tế Việt Nam 2015, Euro Auto – nhà nhập khẩu được ủy quyền chính thức của thương hiệu BMW, đã chính thức khai trương gian hàng có quy mô chưa từng có, chuyển tải chủ đề chính Cảm Xúc Thăng Hoa. Trưng bày tại gian hàng là chuỗi tám (08) mẫu xe hùng hậu, thuộc nhiều phân khúc đa dạng: Sedan, MPV, đến SUV, và cả Motorsport, hướng đến nhiều nhóm đối tượng khách hàng khác nhau. Mỗi tuyệt tác BMW đều sở hữu phong cách và dấu ấn riêng biệt, đồng thời vẫn hướng đến một mục tiêu là chuyển tải tinh hoa của nền công nghệ xe hơi đến từ nước Đức.



1 - LINDA FARROW

Trong những năm gần đây, lựa chọn của các ngôi sao Hollywood là những cây kính thời trang của Linda Farrow. Được biết, Linda Farrow không chỉ là lựa chọn của tạp chí Vogue – Cuốn Thánh Kinh Của Làng Thời Trang Thế Giới mà còn là phụ kiện yêu thích của Stylist, biên tập viên quyền lực của Vogue Anna Del Russo và một danh sách dài các ngôi sao và người nổi tiếng như Angelina Jolie, siêu mẫu Alessandra Ambrosio và Kendall Jenner.

2 - TIMES SQUARES

Times Squares vừa tổ chức một sự kiện đặc biệt chính thức ra mắt với công chúng Tòa nhà Times Square. Sự kiện đã giới thiệu tòa nhà 39 tầng tích hợp khách sạn sang trọng và khu căn hộ dịch vụ cao cấp, khách sạn The Reverie Saigon và khu căn hộ The Reverie Residence. Điểm nhấn của sự kiện là việc công bố những phòng Suite bậc nhất được cộng đồng trong nước và quốc tế mong đợi từ lâu. Ông Kent Lui, Kiến Trúc Sư Trưởng của tòa nhà nhấn mạnh sự khai trương Khách sạn The Reverie Saigon và Khu căn hộ hạng sang The Reverie Residence đã mang đến một “Địa chỉ vàng giữa lòng Sài Gòn”.



3 - METROPOLE

Được tổ chức lần thứ 8, lễ hội ẩm thực Les Arômes giúp bầu không khí các nhà hàng của Metropole trở nên ấm áp hơn. Từ 28/10 đến 5/12 tới đây, một chuỗi sự kiện ẩm thực với sự hiện diện của những đầu bếp danh tiếng thế giới sẽ được tổ chức tại khách sạn. Tâm điểm của chuỗi sự kiện là tiệc rượu đặc biệt ngày 29/10 với những món ăn Pháp tinh tế do chính tay bếp trưởng Gilles Reinhardt đến từ nhà hàng 3 sao Michelin Paul Bocuse lên thực đơn và chế biến.

4 - ANAMANDARAVILLASDALAT

Nhân dịp 20/10, Ana Mandara Villas Dalat gửi lời tri ân đến những người phụ nữ yêu thương trong gia đình qua ưu đãi đặc biệt: 5.460.000 VND cặp đôi/ phòng / hai đêm. Điều kiện áp dụng: Áp dụng cho đặt phòng mới, nghỉ ít nhất 02 đêm, từ ngày 03/9–30/10/ 2015; Giá trên đã bao gồm 10% thuế và 5% phí phục vụ; Phụ thu 420.000 VND/ phòng/ đêm khi nâng cấp lên loại phòng cao hơn.



5 - JW MARRIOTT HANOI

Khách sạn JW Marriott Hanoi vinh dự đón nhận giải thưởng “Top 5 Khách sạn tốt nhất Việt Nam” - The Guide Awards 16 với hạng mục “Khách sạn tốt nhất về dịch vụ MICE tại Việt Nam” năm 2014-2015. Với tổng diện tích khu phòng họp và hội nghị lên đến 5.000 m2, 450 phòng ở hạng sang, chuỗi 5 nhà hàng và quán bar sang trọng, khách sạn JW Marriott Hanoi là địa điểm lý tưởng phục vụ cho các sự kiện MICE (hội nghị, hội thảo, sự kiện và triển lãm) hay tiệc cưới cao cấp tại Việt Nam.





6 - HERITAGE PHOTO TOUR

Hành trình Du miền Sơn lâm – Crossing Oblivious Highlands sẽ mang 10 nhiếp ảnh gia chuyên chụp ảnh phong cảnh hàng đầu Việt Nam trong một hành trình 1.000 km trên những chiếc xe Ford New Ranger và Ford Everest du khảo miền núi Tây Bắc thăm khu sinh quyển Tà Xùa, Suối Giàng, những thung lũng ruộng bậc thang Mù Cang Chải đang vào mùa... Chương trình tổ chức bởi tạp chí Heritage trong chương trình Hành trình di sản 2015 do công ty Ford Việt Nam tài trợ.

7 - KHÁCH SẠN NIKKO

Khách sạn Nikko triển khai chương trình Thẻ tích điểm One Harmony, đưa tới nhiều quyền lợi cho hội viên: Giảm 10% khi sử dụng các dịch vụ nhà hàng tại khách sạn; Giảm 50% tại Cake Shop, đi 4 trả 3 tại nhà hàng, tặng bánh nhân ngày sinh nhật; Ưu tiên khi check in/check out, ưu tiên nâng cấp phòng nghỉ tại các Khách sạn, Resort và nhiều ưu đãi hấp dẫn khác. Đăng ký miễn phí và không mất phí duy trì thẻ hàng tháng.

8 - GKHAIR

Thương hiệu GKhair đã chính thức ra mắt tại Tp.HCM ngày 29/9/2015 với sự có mặt của đông đảo các nhà tạo mẫu tóc khu vực miền Trung và miền Nam. GKhair là sản phẩm đầu tiên trên thế giới có chứa hoạt chất Juvexin có tác dụng phục hồi mái tóc qua xử lý hóa chất, giúp cho mái tóc trở nên mềm, bóng, làm tăng hiệu quả của màu nhuộm trên mái tóc. GKhair sẽ chinh phục được những khách hàng Việt Nam khó tính và những nhu cầu làm đẹp cầu kỳ nhất.



9 - TUDOR

Thương hiệu đồng hồ Thụy Sĩ, Tudor mới đây vừa giới thiệu mẫu đồng hồ lặn mới Heritage Black Bay "Black" với một phong cách ấn tượng và màu sắc đen tuyền. Được biết ra mắt mẫu đồng hồ là một trong những hoạt động kỷ niệm 60 năm ra đời mẫu đồng hồ lặn. Bộ sưu tập Tudor Heritage Black Bay trước bao gồm những mẫu có các màu đỏ burgundy và xanh midnight blue (giới thiệu lần lượt trong năm 2012 và 2014). Mẫu đồng hồ Tudor Heritage Black Bay "Black" mới cũng mang những dấu ấn thiết kế đặc trưng như hình tam giác màu đỏ.



10 - EBEL

Hệ thống chuỗi cửa hàng cao cấp Miluxe Boutique mới đây đã chính thức trở thành đối tác phân phối chính hãng của thương hiệu đồng hồ Thụy Sĩ lâu đời Ebel. Thương hiệu Ebel sẽ chính thức xuất hiện từ tháng 10 này. Ngoài ra được biết, Ebel là thương hiệu cao cấp nhất của tập đoàn phân phối đồng hồ Movado Group và từ lâu được xem là đối thủ nặng ký của thương hiệu đồng hồ Rolex trên thị trường thế giới.

ĐỊA CHỈ MUA SẮM

FASHION

ACCESSORIZE

- Vincom Center, 191 Bà Triệu, Hà Nội.
- Garden Mall, Mê Trì, Mỹ Đình, Từ Liêm.
- 47 Nguyễn Trãi, Q1, Tp. HCM
- 48 Đồng Du, Q1, Tp. HCM
- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.

ALDO

- 1-3-5-7 Đinh Tiên Hoàng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Vincom City Tower, 191 Bà Triệu, Hà Nội.
- Parkson Viet Tower, 198 Tây Sơn, Hà Nội.
- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.

Axara

- Vincom Center, 191 Bà Triệu, Hà Nội.
- Vincom Center Đồng Khởi, 72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM
- Balenciaga
- Khu mua sắm cao cấp Rex Arcade, 4 Lê Lợi, Q1, Tp. HCM

BALLY

- Tráng Tiên Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Khu mua sắm cao cấp Rex Arcade, 4 Lê Lợi, Q1, Tp. HCM

BANANA REPUBLIC

- Eden Mall, 71 Đồng Khởi, Q1, Tp. HCM
- BCBG Max Azria
- Vincom Center, 191 Bà Triệu, Hà Nội.
- Vincom Đồng Khởi, 45A Lý Tự Trọng, Q1, Tp. HCM

BỐN MÙA BOUTIQUE

- 30 Hàng Cán, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

BRUNELLO CUCINELLI

- 63 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

BURBERRY

- Burberry Opera Business Centre, 6 Tráng Tiên, Hà Nội
- Burberry Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, TP.HCM
- Rex Hotel, 155 Nguyễn Huệ, Q1, TP.HCM

CARTIER

- Tráng Tiên Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Rex Hotel, 141 Nguyễn Huệ, Q1, Tp. HCM

CHANEL

- Khu mua sắm cao cấp Rex Arcade, 4 Lê Lợi, Q1, Tp. HCM

CHARLES & KEITH

- 36 Lê Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- 18-20 Nguyễn Trãi, Q1, Tp. HCM
- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.

CHLOÉ

- Khu mua sắm cao cấp Rex Arcade, 4 Lê Lợi, Q1, Tp. HCM

CHOPARD

- Sofitel Legend Metropole, 15 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Khu mua sắm cao cấp Rex Arcade, 4 Lê Lợi, Q1, Tp. HCM

- **CHRISTIAN LOUBOUTIN**

- 143 Đồng Khởi, Q1, Tp. HCM

CHULA

- 43 Nhật Chiêu, Tây Hồ, Hà Nội.

DEVON LONDON

- 19 Quan Thánh, Ba Đình, Hà Nội.
- Tầng 2, 151/13 Đồng Khởi, Q1, Tp. HCM.

EMPORIO ARMANI

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

FCUK

- Vincom Galleries, 191 Bà Triệu, Hà Nội
- Pico Mall, 229 Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội.
- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.

GIVENCHY

- Khu mua sắm cao cấp Rex Arcade, 4 Lê Lợi, Q1, Tp. HCM.

HA LINH THU

- Showroom: 6 Tráng Tiên, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Vincom Center, 191 Bà Triệu, Hà Nội.
- Hà Truong Showroom
- 37 Xuân Diệu, Tây Hồ, Hà Nội.

I HATE FASHION

- 38 Phan Bội Châu, Hoàn Kiếm, Hà Nội

JIMMY CHOO

- 6 Tráng Tiên, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM

JUST CAVALLI

- Tráng Tiên Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Tp. HCM

KAREN MILLEN

- Vincom Center, 191 Bà Triệu, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.

KENZO

- Tráng Tiên Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

KELLY BUI

- 2D Lý Quốc Sư, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Vincom Galleries, 191 Bà Triệu, Hà Nội
- 102 Thái Hà, Đống Đa, Hà Nội.
- Vincom Mega Mall, Royal City, 72A Nguyễn Trãi, Hà Nội.
- Vincom Mega Mall, Times City, 458 Minh Khai, Hà Nội.
- Savico Megamall, 7-9 Nguyễn Văn Linh, Hà Nội.
- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM
- Saigon Center, 65 Lê Lợi, Q1, Tp. HCM.

KIN BY CONG TRI

- 198 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM

LANCÔME

- Parkson Việt Tower, Hà Nội.
- Tráng Tiên Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

LA PERLA

- Vincom, 72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.

LÂM GIA KHANG

- Tầng 1, Căn hộ 42 Bis, Lý Tự Trọng, Q1, Tp. HCM

LOUIS VUITTON

- Sofitel Legend Metropole, 15 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Opera View, 161 Đồng Khởi, Q1, Tp. HCM.

LÝ GIÁM TIẾN

- 286/31 Trần Hưng Đạo, Q1, Tp. HCM

MAGONN DESIGN

- 9 Âu Triệu, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- 19 Mã Mây, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- 66 Mai Hắc Đế, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- 106B H3 Thành Công, Ba Đình, Hà Nội.
- 41 Hai Bà Trưng, Q1, Tp. HCM
- 109 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.

MANGO

- Tráng Tiên Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Vincom 2, 191 Bà Triệu, Hà Nội.
- 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.
- 40-42 Nguyễn Trãi, Q1, Tp. HCM.
- 96 Mạc Thị Bưởi, Q1, Tp. HCM.
- 65 Lê Lợi, Q1, Tp. HCM.
- Union Square, 171 Đồng Khởi, Q1, Tp. HCM

MILANO LUALA

- 61-63 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- 88 Đồng Khởi, Q1, Tp. HCM.

MOSCHINO

- 3 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

NAF NAF

- Vincom Towers, 191 Bà Triệu, Hà Nội.
- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.

OMEGA

- Omega Boutique: 59A Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- MIDO Boutique, Tráng Tiên Plaza, 24 Hai Bà Trưng.
- Omega Boutique: 115 Đồng Khởi, Q1, Tp. HCM
- Tic Tac Boutique, 72 Đồng Khởi, Q1, Tp. HCM

RALPH LAUREN

- Unionsquare, 171 Đồng Khởi, Q1, Tp. HCM.
- Tráng Tiên Plaza, 24 Hai Bà Trưng

RUNWAY

- 13 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

SALVATORE FERRAGAMO

- Sofitel Legend Metropole, 15 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- 4-6 Lê Lợi, Bến Nghé, Q1, Tp. HCM

SERGIO ROSSI

- Sofitel Legend Metropole, 15 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Khu mua sắm khách sạn Rex, 146 AB Pasteur, Q1, Tp. HCM.

SWAROVSKI

- Hà Gươm Plaza, 1-3-5 Đinh Tiên Hoàng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM

THỦY DESIGN HOUSE

- 7 Hàng Khay, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- 132-134 Đồng Khởi, Bến Nghé, Q1, TP. HCM.

TOMMY HILFIGER

- Tráng Tiên Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Zen Plaza, 54-56 Nguyễn Trãi, Q1, Tp. HCM.

TOPSHOP/TOPMAN

- Vincom Center, 191 Bà Triệu, Hà Nội.
- Bitexco Tower, 2 Hải Triều, Q1, Tp. HCM

VALENTINO

- 59 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

BOBBI BROWN

- Parkson Saigon Tourist Plaza, 35Bis-45 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.

BOURJOIS

- Tráng Tiên Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Parkson Saigon Tourist Plaza, 35Bis-45 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.

CHANEL

- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp. HCM

CLARINS

- Vincom City Tower, 191 Bà Triệu, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Parkson Viet Tower, 198B Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội.
- Parkson Paragon, 3 Nguyễn Lương Bằng, Q7, Tp. HCM
- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp. HCM
- Thương xá Tax, 135 Nguyễn Huệ, Q1, Tp. HCM
- Parkson Saigon Tourist Plaza, 35Bis-45 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.
- Parkson China Town (Hùng Vương), 126 Hùng Vương, Q5, Tp. HCM.
- Parkson Flemington, 184 Lê Đại Hành, Q11, Tp. HCM.

CLINIQUE

- 48 Lê Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Parkson Viet Tower, 198B Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội
- Royal Central, Zone 6, Cột E15, 72A Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội.
- Parkson landmark, Lô E6 Phạm Hùng, Từ Liêm, Hà Nội.
- DFS Ho Chi Minh, Phường 4, Tân Bình, Tp. HCM
- Parkson Saigon Tourist Plaza, 35Bis-45 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.
- Aeon Mall (AEON), 30 Bà Bao Tân Thắng, Tân Phú, Tp. HCM.
- Parkson Hùng Vương Plaza, 126 Hùng Vương, Q5, Tp. HCM

CRABTREE & EVELYN

- Hệ thống Parkson & Vincom, Tp. HCM

DIOR

- Tráng Tiên Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Parkson Saigon Tourist Plaza, 35Bis-45 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.

ELIZABETH ARDEN

- Parkson Saigon Tourist Plaza, 35Bis-45 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.
- Lotte Center, 54 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội.

ESTÉE LAUDER

- 48 Lê Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Lotte Center, 54 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội
- Parkson Viet Tower, 198B Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội.
- Parkson CT Plaza, 60A Trường Sơn, Quận Tân Bình, Tp. HCM.
- Robins Crescent Mall, 101 Tôn Dật Tiên, Q7, Tp. HCM.
- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp. HCM.
- Parkson Flemington, 182 Lê Đại Hành, Q11, Tp. HCM.
- Parkson Paragon, 3 Nguyễn Lương Bằng, Q7, Tp. HCM

GUERLAIN

- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp. HCM

LANCÔME

- Tráng Tiên Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Lotte Center, 54 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội.
- Robins Royal City, 72A Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội.
- Parkson Viet Tower, 198B Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội.
- Parkson Cantavil , Khu đô thị An Phú, Q2, Tp. HCM.
- Parkson CT Plaza, 60A Trường Sơn, Quận Tân Bình, Tp. HCM.
- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp. HCM
- Parkson Saigon Tourist, 35Bis-45 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.
- Parkson Hùng Vương, 126 Hùng Vương, Q5, Tp. HCM
- Parkson Flemington, 182 Lê Đại Hành, Q11, Tp. HCM
- Parkson Paragon, 3 Nguyễn Lương Bằng, Q7, Tp. HCM
- Robins Crescent Mall, 101 Tôn Dật Tiên, Q7, Tp. HCM.

LANEIGE

- Parkson Viet Tower, 1 Thái Hà, Đống Đa, Hà Nội.
- 61 Chùa Bộc, Đống Đa, Hà Nội
- Lotte Center, 54 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội.
- Parkson Đồng Khởi, 45 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM
- Parkson Lê Đại Hành, 180 Lê Đại Hành, Q11, Tp. HCM
- Parkson Hùng Vương, 126 Hùng Vương, Q5, Tp. HCM
- Parkson CT, 60A Trường Sơn, Tân Bình, Tp. HCM.
- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp. HCM
- 136 Ba Tháng Hai, Q10, Tp. HCM.
- 214 Nguyễn Trãi, Q1, Tp. HCM
- 20 Lê Văn Sỹ, Phú Nhuận, Tp. HCM
- 110 Châu Văn Liêm, Q5, Tp. HCM

LA MER

- Tráng Tiên Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Parkson Viet Tower, 198B Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội.
- Parkson Saigon Tourist Plaza, 35 Bis – 45 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM

L'OCCITANE

- Vincom City Towers, 191 Bà Triệu, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Lotte Center, 54 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội
- Parkson Viet Tower, 198B Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội.
- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp. HCM
- Parkson Saigon Tourist, 35Bis-45 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.
- Parkson Hùng Vương, 126 Hùng Vương, Q5, Tp. HCM
- Parkson Paragon, 3 Nguyễn Lương Bằng, Q7, Tp. HCM
- Parkson Flemington, 182 Lê Đại Hành, Q11, Tp. HCM
- Parkson CT Plaza, 60A Trường Sơn, Quận Tân Bình, Tp. HCM.
- Parkson Cantavil , Khu đô thị An Phú, Q2, Tp. HCM.

ORLANE

- Vincom Center, 191 Bà Triệu, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Vincom Royal City, 72A Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội.
- Orlane Spa: 34 Phùng Khắc Khoan, Q1, Tp. HCM
- Orlane Spa: 105B Ngô Quyền, Q1, Tp. HCM.
- Showroom: 8 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.

MENARD

- Lotte Center, 54 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội
- Tầng 3, số 49, ngõ 612 Lạc Long Quân, Tây Hồ, Hà Nội.
- The Garden Shopping Center, Khu đô thị The Manor, Mễ Trì, Nam Từ Liêm, Tp. Hà Nội
- Parkson Viet Tower, 198 Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội
- 76 Nguyễn Du, Hai Bà Trưng, Hà Nội
- 18 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- 34 Lê Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Tầng 3 Tòa nhà 29T2, Hoàng Đạo Thúy, Cầu Giấy, Hà Nội.
- Parkson CT Plaza, 60A Trường Sơn, Quận Tân Bình, Tp. HCM
- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp. HCM.
- Parkson Saigon Tourist Plaza, 35-40 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.
- Parkson Hùng Vương, 126 Hùng Vương, Q5, Tp. HCM.
- Aeon Tân Phú, 30 Bà Bao Tân Thắng, Tân Phú, Tp. HCM
- Khách sạn New World, 76 Lê Lai, Q1, Tp. HCM.

SHISEIDO

- Vincom Tower, 191 Bà Triệu, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Parkson Viet Tower, 198B Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội.
- Tráng Tiên Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Vincom Royal City, 72 Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội.
- Hà Nội Tower, 49 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- 15 Nguyễn Du, Hai Bà Trưng, Hà Nội.
- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp. HCM.
- Parkson Saigon Tourist Plaza, 35B-40 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM
- Parkson CT Plaza, 60A Trường Sơn, Quận Tân Bình, Tp. HCM
- Parkson Hùng Vương Plaza, 126 Hùng Vương, Q5, Tp. HCM
- Parkson Flemington, 184 Lê Đại Hành, Q11, Tp. HCM
- Parkson Paragon, 3 Nguyễn Lương Bằng, Q7, Tp. HCM

SHU UEMURA

- Tráng Tiên Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Lotte Center, 54 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội.
- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp. HCM.
- Parkson Saigon Tourist, 35-40 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM
- Parkson Hùng Vương Plaza, 126 Hùng Vương, Q5, Tp. HCM.

THE BODY SHOP

- 274 Bà Triệu, Hai Bà Trưng, Hà Nội
- 49 Hàng Bông, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Indochina Plaza, 239 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội
- Parkson Viet Tower, 198 Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội.
- Royal City, TTTM Robins, Vincom Mega Mall Royal City, 72A Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội
- Lotte Center, 54 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội
- 87 Mạc Thị Bưởi, Bến Nghé, Q1, Tp. HCM.
- 184 Ba Tháng Hai, Q10, Tp. HCM
- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp. HCM.
- Parkson Saigon Tourist Plaza, 35B-40 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM
- Parkson Cantavil, 1 Song Hành, Xa lộ Hà Nội, Q2, Tp. HCM
- Parkson Saigon Paragon, 184 Lê Đại Hành, Q11, Tp. HCM
- Parkson Flemington, 184 Lê Đại Hành, Q11, Tp. HCM
- Parkson CT Plaza, 60A Trường Sơn, Quận Tân Bình, Tp. HCM
- 216 Hai Bà Trưng, Tân Định, Q1, Tp. HCM
- SC VivoCity, 1058 Nguyễn Văn Linh, Q7, Tp. HCM.

M.A.C

- 28 Lê Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Parkson, 35Bis – 45 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM

VICHY

- 143 Bà Triệu, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Lotte Center, 54 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội.
- 138 Đường 3/2, Q10, Tp. HCM
- 280 Hai Bà Trưng, Q1, Tp. HCM.

YVES ROCHER

- Big C Tháng Long, 222 Trần Duy Hưng, Cầu Giấy, Hà Nội
- 12 Hàng Bông, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- 52 Hàng Trống, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Indochina Plaza, 239 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội
- Lotte Center, 54 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội
- Parkson Viet Tower, 1 Thái Hà, Đống Đa, Hà Nội
- 94 Quan Thánh, Ba Đình, Hà Nội
- Robins Royal City, 72A Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội
- Savico, 7-9 Nguyễn Văn Linh, Long Biên, Hà Nội
- Vincom Center, 191 Bà Triệu, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Vincom Royal City Mega Mall, 72A Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội
- Vincom Mega Mall Times City, 458 Minh Khai, Vĩnh Tuy, Hai Bà Trưng, Hà Nội.
- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.
- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp. HCM.
- Parkson Cantavil, 1 Song Hành, Xa lộ Hà Nội, Q2, Tp. HCM
- Parkson Flemington, 184 Lê Đại Hành, Q11, Tp. HCM
- Aeon Celadon, 30 Bà Bao Tân Thắng, Tân Phú, Tp. HCM
- 18 Hai Bà Trưng, Q1. Tp. HCM
- Parkson Hùng Vương, 126 Hùng Vương, Q5, Tp. HCM
- Robins Crescent Mall, 101 Tôn Dật Tiên, Q7, Tp. HCM.

GOLDEN LYPRES

- Sheraton Saigon Hotel & Towers – 80 Đồng Du, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM, Việt Nam.
- Nhà thuốc Bệnh viện Đa khoa Quốc Tế Vinmec - 458 Minh Khai, Phường Vĩnh Tuy, Quận Hai Bà Trưng, Hà Nội.

BEAUTY ĐẠ CHỈ MUA SẮM



Apple Watch Hermès

Được biết Apple Watch Hermès có ba lựa chọn kiểu dây khác nhau (single tour, double tour và cuff) với phần vỏ đồng hồ bằng thép không gỉ được khắc logo của Hermès và mặt đồng hồ tùy biến gồm ba thiết kế độc quyền lấy cảm hứng từ mặt đồng hồ Clipper, Cape Cod và Espace của Hermès.

watches
calvinklein.com



FIND YOUR MOMENT #ckminute

Calvin Klein
swiss made

Exclusive Distributor: Top Ten Ltd. | Tel: 84-8 38203204 | www.top10lenco.com.vn
HCM City: Vincom Dong Khoi (39369770) | Sun Wah Tower (38219279) | Maximark 3/2 (38328991) | Vincom Thu Duc (37223433) | Vincom Go Vap (38945689) | Hai Trieu (01253246810) | PNI Chain Shops (39959336) | Ha Noi: Vincom Ba Trieu (22200268) | Vincom Megamall Royal City (62620560) | Vincom Megamall Times City (66599990) | Lotte Center (32676555) | Duy Anh Watch (66566660) | Savico Megamall (62550099) | Big C Thang Long (37832301) | Da Nang City: Big C (3666066) | Riverside Towers (38328991) | Nha Trang City: Nha Trang Center (6516666) | Vinh City: Big C (3396226)

Its time for
everyday
extraordinary.

TISSOT CHEMIN DES

TOURELLES AUTOMATIC COSC.

A VERY SPECIAL PIECE THAT TAKES
ITS NAME FROM TISSOT'S HOME
ADDRESS IN LE LOCLE, THE CRADLE
OF THE WATCH INDUSTRY IN
SWITZERLAND. IT HAS A
POWERMATIC 80 MOVEMENT
WITH UP TO 80 HOURS
OF POWER RESERVE.
A DOMED SCRATCH-
RESISTANT SAPPHIRE
CRYSTAL AND A
SEE-THROUGH
CASEBACK.



CONTRÔLE OFFICIEL SUISSE DES CHRONOMÈTRES
Reproduit avec l'autorisation du COSC

T+TISSOT THIS IS YOUR TIME

ZURICH – PARIS – LONDON – NEW YORK – BEIJING – HONG KONG – SINGAPORE – NEW DELHI – DUBAI – MOSCOW

TISSOTWATCHES.COM



AUTHORIZED DISTRIBUTOR | 91 THACH THI THANH, DIST. 1, HCMC, TEL: (84-8) 38203204, EMAIL: CONTACT@TOPTENCO.COM.VN, WEBSITE: WWW.TOPTENCO.COM.VN
SERVICE CENTERS | • SUN WAH TOWER, 115 NGUYEN HUE, DIST. 1, HCMC, TEL: (84-8) 38219279 • MAXIMARK, 3C BA THANG HAI, DIST. 10, HCMC, TEL: (84-8) 38328991