

STYLE

PHONG CÁCH CỦA BẠN

LƯU HƯƠNG GIANG
TÔI SẼ QUYẾN RŨ ĐẾN GIÀ



JVEVERMIND
KẺ BƯỚC RA NGOÀI
"COMFORT ZONE"

New
HAPPINESS



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

2016 ngập tràn niềm vui với ưu đãi đặc biệt từ Ford.

Cơ hội nhận ngay những phần quà hấp dẫn khi
đăng ký lái thử tại các showroom trên toàn quốc.



FIESTA
1.0L AT Sport +

Giá đặc biệt
639 triệu đồng

Tiết kiệm đến
20 triệu đồng



ECOSPORT
1.5L AT Trend

Giá đặc biệt
622 triệu đồng

Tiết kiệm đến
30 triệu đồng



Go Further

ford.com.vn

*Liên hệ đại lý gần nhất để biết thêm chi tiết.

• **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội. Tel: 04.37505055 • **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội. Tel: 04.36811888 • **HANOI FORD:** 94 Ngô 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 Tôn Thất Thuyết, Nam Từ Liêm, Hà Nội. Tel: 04.37957518 • **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920 • **THANHXUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525 • **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng. Tel: 0313.668990 • **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hà Long. Tel: 033.3628699 • **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh. Tel: 038.3515292 • **DANANG FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555 • **DANANG FORD BINHDINH:** 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định. Tel: 056.3546555 • **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột. Tel: 0500.3954999 • **NHA TRANG FORD:** 51, Đường Lê Hồng Phong, Phường Phước Tân, TP. Nha Trang, Tỉnh Khánh Hòa, Việt Nam. Tel: 0583.885539 • **BINH DUONG FORD:** Lô C13, Nguyễn Huệ, Khu Liên Hợp, TP. Thủ Đức Một. Tel: 0650.3801381 • **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 • **CITY FORD VŨNG TÀU:** Số 40A, Đường 30/04 Phường 9, TP. Vũng Tàu. Tel: 0643.594778 • **PHUMY FORD:** Lô B1, Đường C2, KCN Cát Lái 2, Quận 2, TP. HCM. Tel: 08.37425454 • **SAIGON FORD:** 61A Cao Thắng, Quận 3, TP. HCM. Tel: 08.38181458 • **SAIGON FORD PHO QUANG:** 104 Phố Quang, Tân Bình, TP. HCM. Tel: 08.38442947 • **SAIGON FORD TRAN HUNG DAO:** 6A, Trần Hưng Đạo, Phường Phạm Ngũ Lão, Quận 1, TP. HCM. Tel: 08.39153244 • **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP. HCM. Tel: 08.38776732 • **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa. Tel: 061.3857130 • **CANTHO FORD:** Lô T1C - Võ Nguyên Giáp, Cái Răng, TP. Cần Thơ. Tel: 0710.3730720 • **ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888**



21SIX

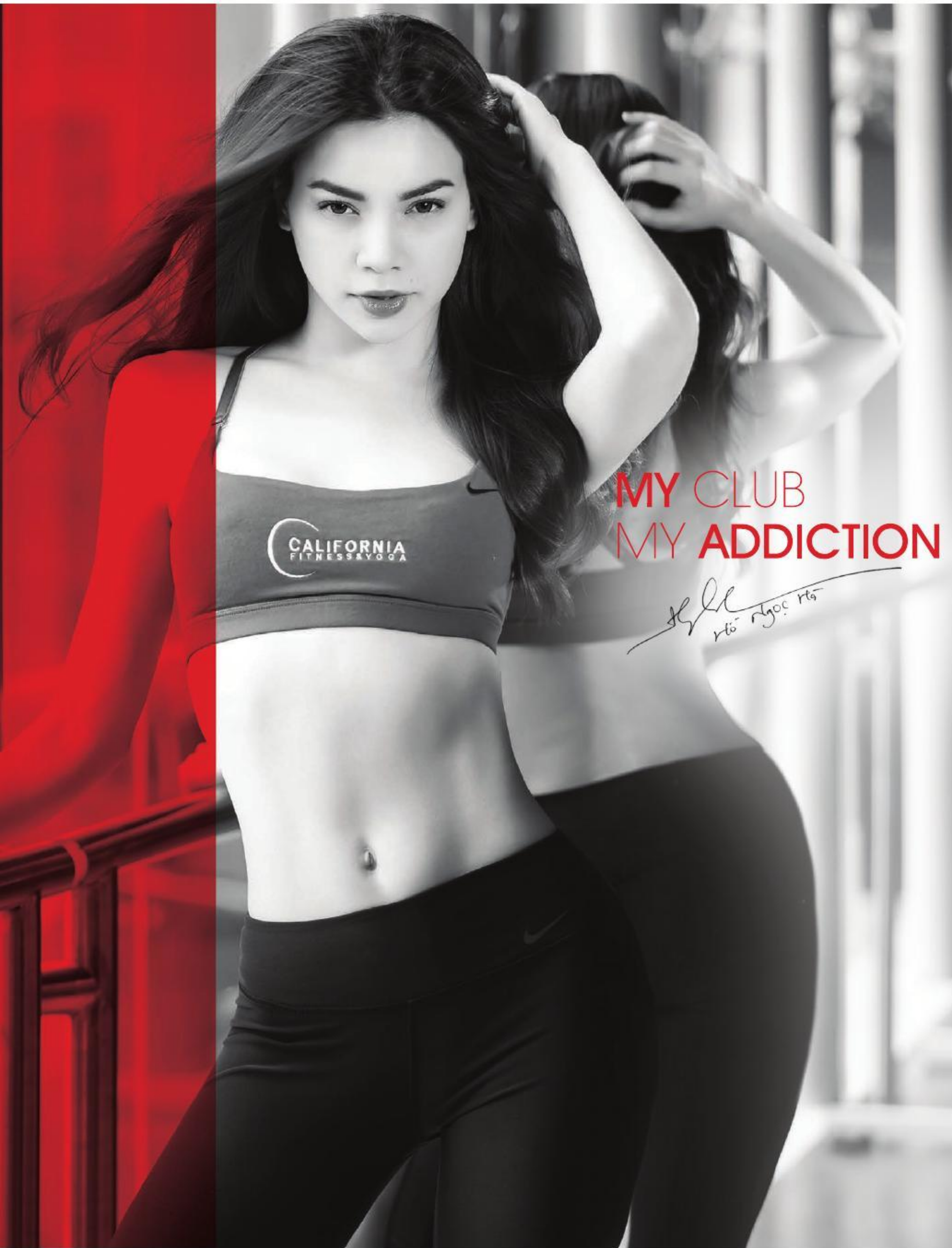
ME & MY STYLE

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

PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



MY CLUB
MY ADDICTION

*Still
rto rto rto*

CALIFORNIA
FITNESS YOGA



NEW HAPPINESS

Bởi hạnh phúc với chúng ta dường như không bao giờ là đủ. Chúng ta luôn dấn thân về phía trước, tìm tòi và đưa ra cho bản thân mình những định nghĩa mới về hạnh phúc, về mơ ước của chính mình. Một diễn viên phim xuất chúng sẽ có lúc muốn trở thành một đạo diễn gạo cội; những bà nội trợ mong muốn chiến thắng và trở thành các Master Chef; các photographer, stylist muốn trở thành các nhà thiết kế thời trang; những nhân viên muốn trở thành chủ của các doanh nghiệp start-up.

Và thực tế, điều này hoàn toàn không đâu xa. Chỉ cần nhìn quanh, bạn sẽ thấy những bạn trẻ đang theo đuổi những ước mơ riêng của mình. Không ít người trong số đó từng là những nhân viên cấp cao của các công ty kiểm toán, hoặc thư ký cho Tổng Giám Đốc của các khách sạn 05 sao, hoặc thậm chí là những người thừa kế của các doanh nhân cỡ bự, nhưng tất cả dường như chưa từng thôi tìm kiếm cho mình những niềm hạnh phúc mới. Bởi chúng ta đều biết hạnh phúc không phải kết quả mà là quá trình. Và chính việc không ngừng tìm kiếm những niềm hạnh phúc mới, sẽ giúp chúng ta ngày một hoàn thiện hơn.

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

HCM : 68 Hoàng Diệu P12, q4

ĐT: 08 3825 3567 - FAX: 08 3825 3559

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 BÌ - 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: 68 Hoàng Diệu P12, q4, HCM - ĐT: 08 3825 3567 FAX: 08 3825 3559

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

Hệ Thống Các Sạp Tại Hà Nội, Tp.HCM - Hệ Thống Nhà Sách Trí Tuệ - Hệ Thống Nhà Sách Tiên Phong

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

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

WEBSITE www.stylemagazine.vn

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

Nhà xuất bản THANH NIÊN

SỐ XÁC NHẬN ĐĂNG KÝ XUẤT BẢN TẬP 1: 937-2015/CXBIPH/16-57/TN theo QĐXB số 417/ 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 1 năm 2015

ISBN: 978-604-64-2171-9

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



Photo by Yelena Yemchuk

I INSPIRATION

- 16.** ĐI TÌM NHỮNG NIỀM HẠNH PHÚC MỚI
- 40.** SLEEPWEAR AS OUTERWEAR
- 46.** PICKED FOR HIM
- 60.** CUỘC CÁCH MẠNG CỦA CÁC THƯƠNG HIỆU



A ALLURE

- 76.** HẬU TRƯỞNG QUẢ CẦU VÀNG
- 80.** SỰ TRỞ LẠI CỦA QUYỀN NĂNG
- 84.** NHỮNG TIPS MAKE UP KHÔNG THỂ BỎ QUA
- 90.** RETINOIDS:
VÔ ĐỊCH CHỐNG LÃO HÓA



H HI TECH

- 98.** 7 SMARTPHONE CỦA THÁNG
- 100.** 5 COOL GADGET
- 102.** CARS: ANH TÀI HỘI TỤ





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.



Photo by Ruven Afanador

E EXPERIENCES

- 106.** ĐI CHÂU ÂU KHÔNG KHÓ
- 112.** MÓN NGON VỚI NĂM
- 124.** DÉCOR: CHƠI VỚI ÁNH SÁNG



F FEATURES

- 134.** LƯU HƯƠNG GIANG:
"TÔI SẼ QUÝN RỪ ĐẾN GIÀ"
- 140.** JVEVERMIND: KẺ BƯỚC RA
NGOÀI "COMFORT ZONE"



S STYLE TALK

- 132.** "PURPOSE":
LỜI SÁM HỐI CỦA JUSTIN BIEBER
- 144.** ĐÀN ÔNG KHÔNG NÓI DỐI





KENZO PARIS

PRESENTS

A MOVIE

BY

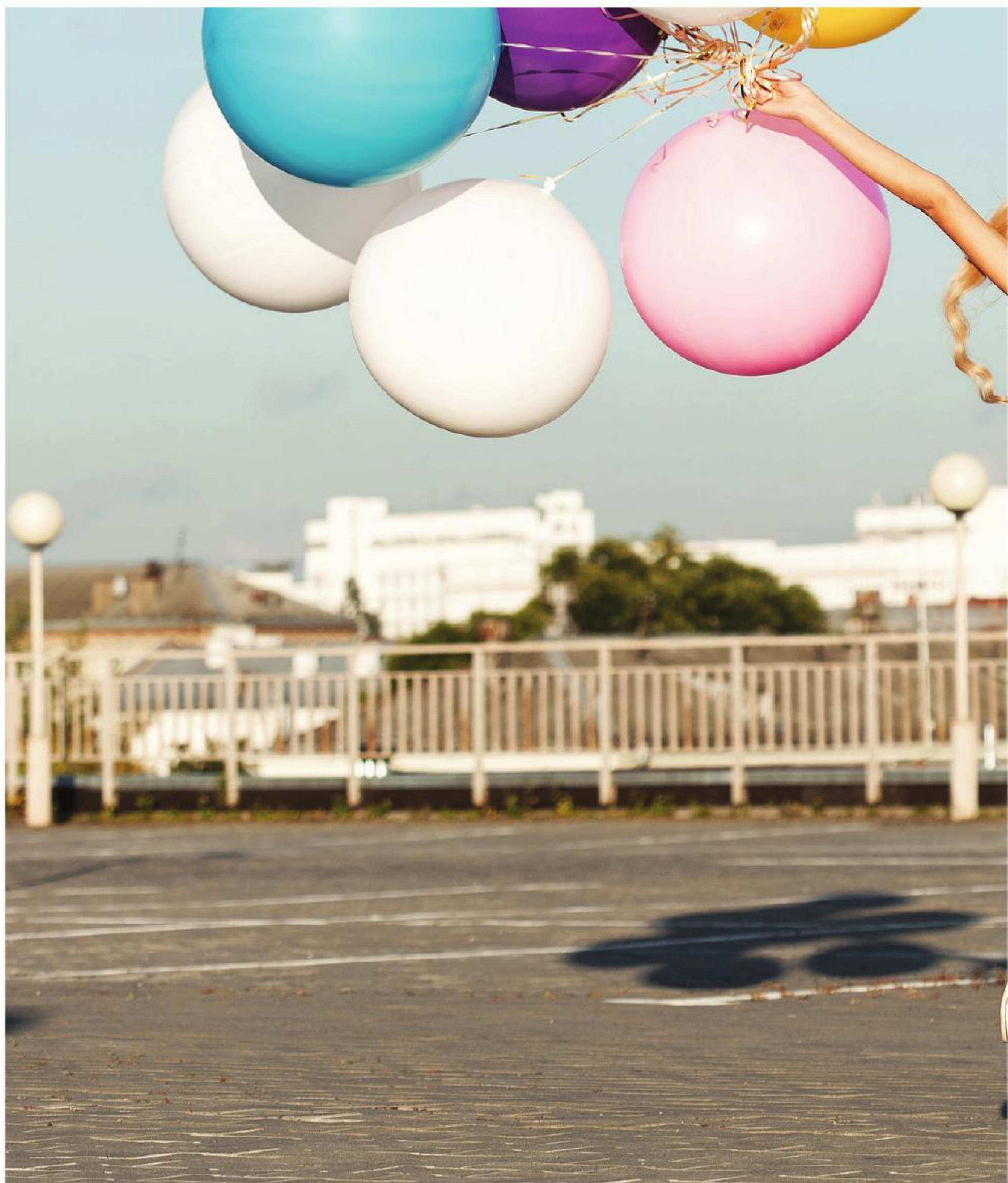
GREGG ARAKI

HERE



NOW

KENZO.COM/HERENOW

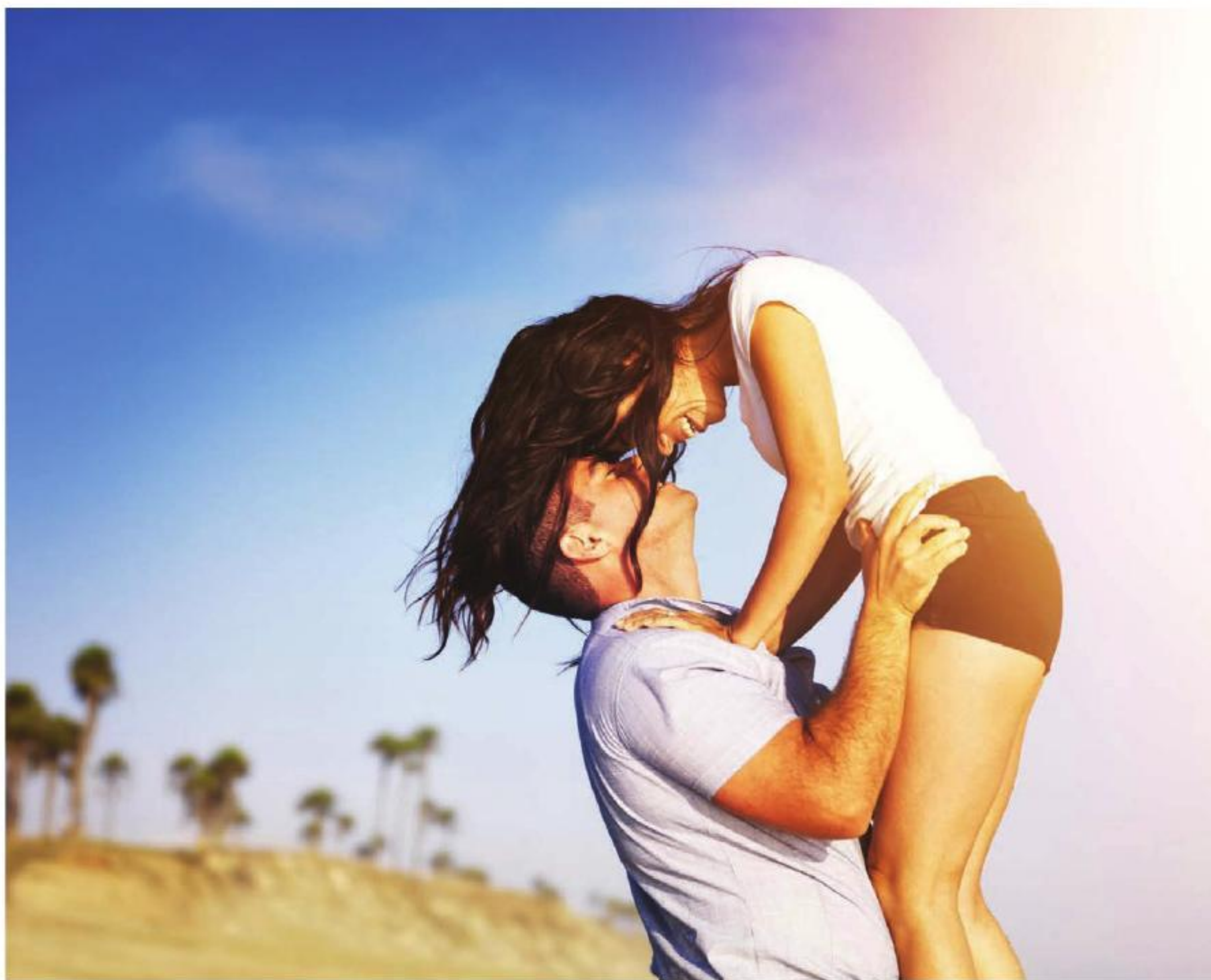




ĐI TÌM NHỮNG NIÊM HẠNH PHÚC MỚI

Trong cuộc sống, mỗi chúng ta sinh ra là để không ngừng tìm kiếm những niềm hạnh phúc mới mẻ. Và dường như điều này chưa bao giờ dừng lại!

Dối với bản thân tôi, chưa bao giờ một bức thư toà soạn hay một bài cover story nào là một điều dễ dàng. Nó luôn là một thách thức không nhỏ và chỉ có thể hoàn thiện khi tôi đã bắt đầu thực hiện vô số bài phỏng vấn, nói chuyện với rất nhiều người. Mỗi câu chuyện đó, phần nhiều thường mang lại cho tôi những ý nghĩa, những khái niệm mới về hạnh phúc. Và nó cũng phần nào đó giúp tôi hiểu được ý nghĩa thực sự của cuộc sống của chúng ta, về những điều mà chúng ta không ngừng theo đuổi, tìm kiếm thậm chí là mưu cầu cho cuộc sống của chính mình. Theo một ý nghĩa nào đó, cuộc sống của chúng ta chính là một đường đua, và mỗi cột mốc của đường đua do chính chúng ta tạo ra sẽ mang tới cho chúng ta những phần thưởng. Cảm xúc mỗi khi chúng ta đạt được chính là thứ hạnh phúc mà mỗi con người chúng ta luôn tìm kiếm.



Trong những buổi nói chuyện đó, tôi luôn thấy những “bóng dáng” khác nhau của hạnh phúc. Khi thì nó chỉ là sự mong muốn thành công trong xã hội. Khi thì nó lại là mong muốn trở nên đẹp hơn, để hoàn thiện mình. Cũng có lúc, “bóng dáng” hạnh phúc đó nằm ở việc một người có thể thực hiện trách nhiệm với những người thân của mình. Hoặc cũng không ít lần ý nghĩa của hạnh phúc lại nằm trong cái đẹp và việc tạo ra cái đẹp – đó là khi tôi nói chuyện với những nhà thiết kế hoặc những người làm việc trong ngành thời trang và nghệ thuật. Tương tự, ý nghĩa của hạnh phúc với những chuyên gia ẩm thực là việc tạo ra một món ăn ngon. Với những người viết sách là có thể đưa ra những trang sách với những lời hay ý đẹp.

Với chủ đề này, New Happiness, cũng không phải một ngoại lệ. Bởi là chủ đề về Hạnh Phúc nên để thực hiện nó tôi gần như đã phải đi phỏng vấn mọi người quen và nhờ họ định nghĩa giúp mình “hạnh phúc” của họ là gì. Chính trong quá trình đó, tôi đã may mắn nhìn thấy hình ảnh đã truyền cảm hứng và mang tới cho tôi ý tưởng để thực hiện bài viết. Đó là một bức ảnh đăng hình một người phụ nữ da màu, size ít nhất cũng là 8, với một mái tóc xù trên tường nhà của một người bạn là đồng nghiệp cũ. Tất cả những gì từ cô ta toát

lên phần nhiều là sự thất bại, hoặc ít nhất là rất ít khả năng có thể thành công. Nhưng cô là một trong những người phụ nữ (gốc Phi) tỷ phú đầu tiên trên thế giới. Cô (Oprah Winfrey) cũng là người phụ nữ có được vinh hạnh được đưa vào danh sách 100 người phụ nữ có ảnh hưởng nhất thế giới. Đáng nói là cô thậm chí không có được may mắn sinh ra trong một gia đình thượng lưu, khi có mẹ chỉ là một người hầu phòng, còn cha là một người thợ mỏ, và sau đó là một người hớt tóc dạo và cuối cùng mới là nghị viên thành phố. Tuy nhiên, điều tôi ấn tượng hơn cả không chỉ dừng lại ở bức ảnh, mà là ở câu quote đi kèm bức ảnh đó: “Chuyến phiêu lưu lớn nhất của bạn đó là chính là dám sống một cuộc đời mà bạn mơ ước.” Và như vậy, hạnh phúc chính là được sống theo ý mình.

Tôi cũng tin rằng, trong cuộc sống này, nơi mà chúng ta đang phải không ngừng phiêu lưu với mỗi quyết định, điều may mắn trong cuộc sống của chúng ta là có thể tiếp tục ở cạnh bên nhau – dù là tranh cãi hay tám chuyện, dù là cùng chung tay cho một dự án vì cộng đồng hay trở thành đối thủ trực tiếp của nhau. Bởi như vậy, chúng ta vẫn còn đang được phiêu lưu, và sống cuộc đời mà mình luôn hằng mơ ước.

LAPERLA.COM



LAPERLA

NHẬP KHẨU VÀ PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN: CÔNG TY TNHH RITA VÔ
M16 - VINCOM CENTER 72 LÊ THÁNH TÓN Q1 TP HCM

Không thể phủ nhận rằng, trong cuộc sống điều giúp chúng ta có thể phân tách mình với cây cỏ và tự nhiên là những cảm xúc. Đó là những cảm xúc khi chúng ta có thể đọc được một cuốn sách hay; cảm xúc khi có thể làm quen được với một người bạn mới có cá tính phù hợp. Hoặc đó cũng có thể là cảm xúc chúng ta có được sau khi xem một bộ phim hay, hoặc cảm giác khi chúng ta vừa hoàn thành một dự án quan trọng. Hoặc thậm chí đó là cảm xúc thăng hoa khi ngỏ lời cầu hôn thành công với người mình yêu. Có thể nói, chính những cảm xúc đó là động lực, là thứ “adrenaline” giúp chúng ta vượt qua được những khó khăn mỗi ngày. Hoặc có thể nói, cuộc sống của chúng ta là một trò chơi, và những niềm hạnh phúc chính là những phần thưởng giúp chúng ta xoa dịu những khó khăn trong cuộc sống. Chúng ta phải không ngừng vượt lên để tìm kiếm cho mình những niềm hạnh phúc mới.

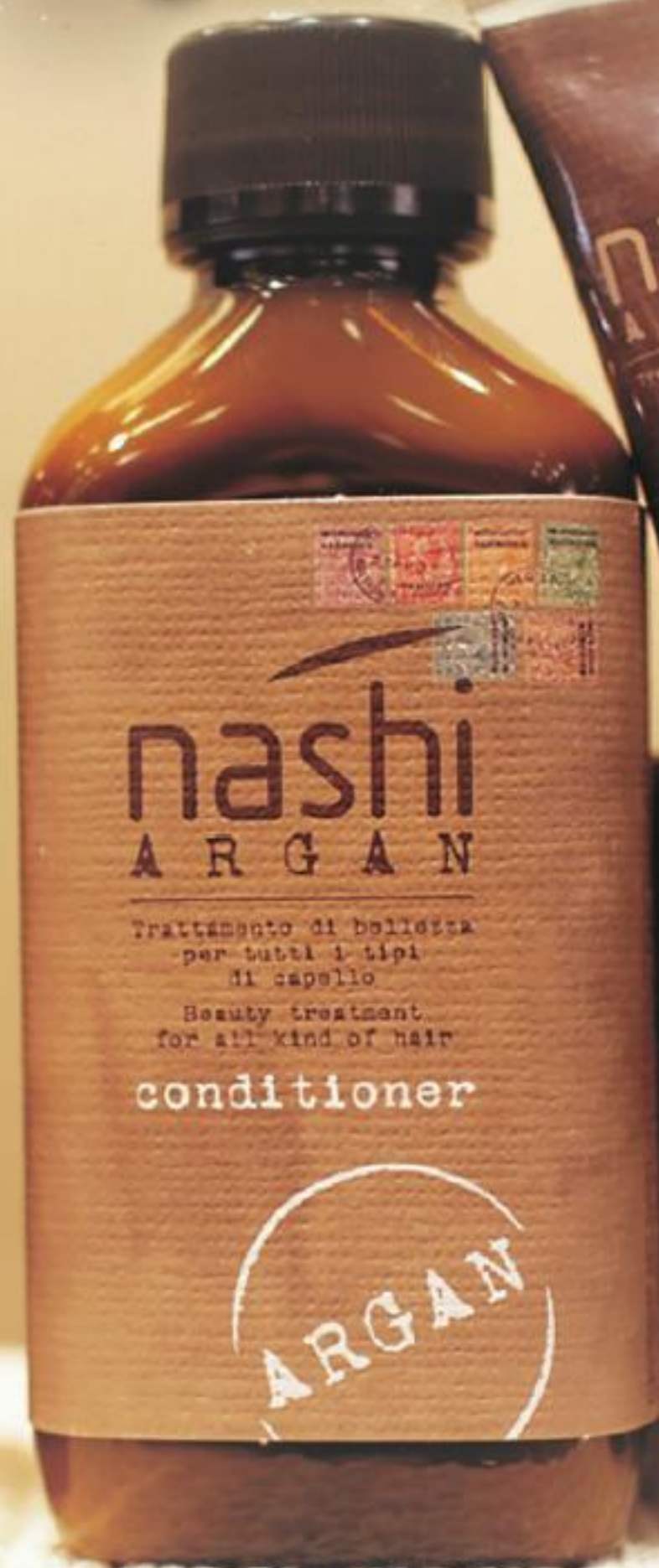
Có lẽ bởi vậy nên hạnh phúc với chúng ta dường như không bao giờ là đủ. Chúng ta luôn dấn thân về phía trước, tìm tòi và đưa ra cho bản thân mình những định nghĩa mới về hạnh phúc, về mơ ước của

chính mình. Một diễn viên phim xuất chúng sẽ có lúc muốn trở thành một đạo diễn gạo cội; những bà nội trợ mong muốn chiến thắng và trở thành Master Chef; các photographer, stylist muốn trở thành các nhà thiết kế thời trang; những nhân viên muốn trở thành chủ của các doanh nghiệp start-up. Tồi may mắn gặp rất nhiều người bạn như vậy. Những người luôn bỏ tất cả, từ những ưu thế, những vị trí gần như trong mơ với đa phần bạn trẻ để theo đuổi những mong muốn và mơ ước của họ. Không ít người trong số đó từng là những nhân viên cấp cao của các công ty kiểm toán, hoặc thư ký cho Tổng Giám Đốc của các khách sạn 05 sao, hoặc thậm chí là những người thừa kế của các doanh nhân cỡ bự.

Có lẽ, lý do của việc những người trẻ đó dấn thân, dấn đi tìm những niềm hạnh phúc mới là bởi họ tin rằng hạnh phúc không phải là kết quả mà là quá trình. Hơn ai hết, họ hiểu rằng chính trên quãng đường đi tìm những niềm hạnh phúc mới, họ mới có thể không ngừng hoàn thiện bản thân và trở nên mạnh mẽ hơn. Và đó mới chính là hạnh phúc của họ, hạnh phúc từ việc kiếm tìm những niềm hạnh phúc mới mẻ.



nashi
A R G A N



Phụ nữ là Thế đây

Bạn có muốn trở nên **QUYỀN LỰC** và **XINH ĐẸP** trước phái mạnh?

Hãy cùng Nashi Argan tham gia ngay sự kiện **PHỤ NỮ LÀ THẾ ĐÂY** để được **THẤU HIỂU** hơn về quyền lực của phái đẹp và có cơ hội nhận được nhiều **QUÀ TẶNG** hấp dẫn mỗi ngày.

Nhận quà tặng tại hệ thống Salon trên toàn quốc và hệ thống Online của Nashi Argan.

Thời gian: Từ ngày 11/11/2015 đến 31/12/2015

THIEN AN COSMETICS - Web: www.thienanco.vn - www.yeulamdep.vn - Nashi Argan Vietnam - Nashi Argan Vietnam

HN: 94 Lương Yên, Q. Hai Bà Trưng - HCM: 47B Lê Văn Lương, P. Tân Phong, Q. 7 - **Hotline:** 0988226644 - **Mar.:** 0986235029



Quét mã để nhận quà tặng



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

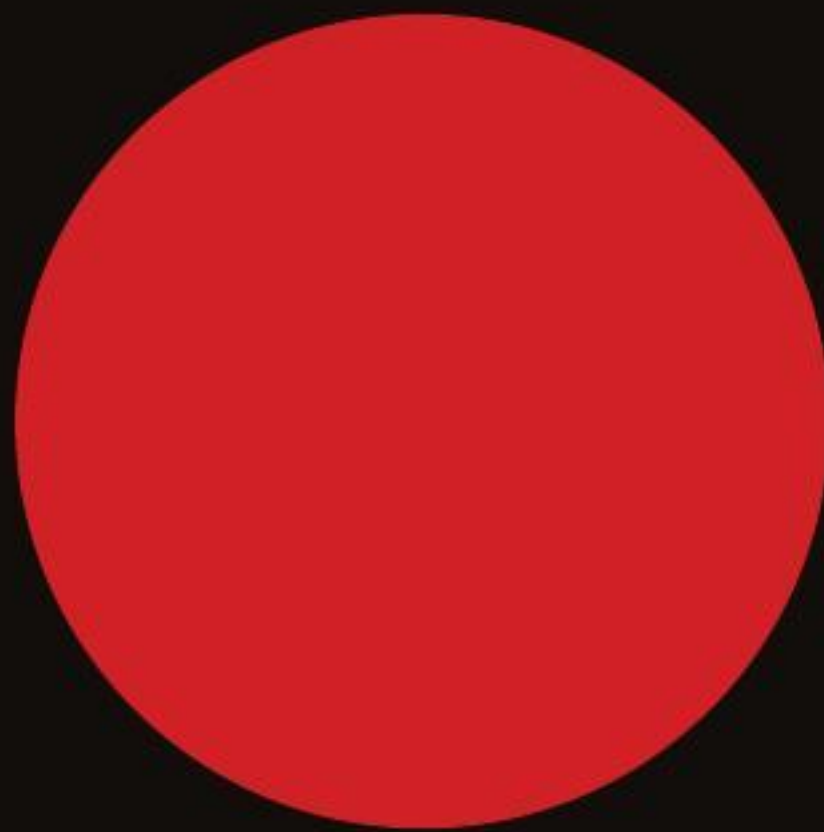
* cuộc sống là nơi đua nãg đống



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

tp hcm • unionsquare • new world hotel • hà nội • vincom royal city • pacific place • bà triệu • lotte center

BẠN NHÌN **T** HẤY GÌ Ừ BỨC ẢNH NÀY?



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

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

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

Chúng tôi chờ bạn!

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

*Cuộc sống là nét đẹp năng động



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

tp hcm • unionsquare • new world hotel • hà nội • vincom royal city • pacific place • bà triệu • lotte center

BE STYLE, BE YOU

FASHION STORY - ON TREND - EDITOR'S PICKS - COLLECT - NEWS FLASH - PICKED FOR HIM - VIET FASHION - WHAT'S ON



CHARLES-KEITH-spring-2016

36

EDITOR'S PICKS



38

BARE SHOULDERS



46

PICKED FOR HIM



BOLD COLORS

Đã hết rồi cả thời mà dân ông bị kêu là "gay" khi mặc những màu sắc sặc sỡ, chói, nổi bật. Ngược lại, phải là những anh chàng fashionista sành điệu và táo bạo thì mới lựa chọn thành công và "dám dạn" những trang phục "bold colors". An ước hơn hơn "tóc lợt" đôi khi đến đến cho chúng một màu mao mao mao, từ trung và về cùng cả tính, tích cực. Cách này để an toàn nhất là chỉ lựa chọn một màu để trên người có màu sắc rực rỡ, những màu còn lại tức chế ở những gam màu trung hoặc trung tính như xám, đen, trắng. Một kiểu phối đồ khác với "bold colors" cũng khá hấp dẫn là kết hợp 2 màu màu tương đồng, tương phản hoặc 5 màu kiểu "color block" vốn không xa lạ với làng thời trang thì giới những năm trở lại đây. Phụ kiện đi kèm có thể mang gam trung tính như đen, trắng, xám hoặc lặp lại một hoặc hai màu nổi bật của quần áo, miễn sao có sự kết hợp, cân bằng một cách phù hợp và vừa mắt!

“Whoever said money can't buy happiness
didn't know where to go shopping
- (Bo Derek)”

60

CUỘC CÁCH MẠNG CỦA
CÁC THƯƠNG HIỆU



STYLE

www.facebook.com/stylemagazine

Liên hệ quảng cáo: 04.3773.8005

Best hats

Những chiếc mũ rộng vành sẽ là phụ kiện hoàn hảo đồng hành với bạn không chỉ trong những buổi picnic dã ngoại mà còn cả trong những buổi tiệc cocktail.



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**

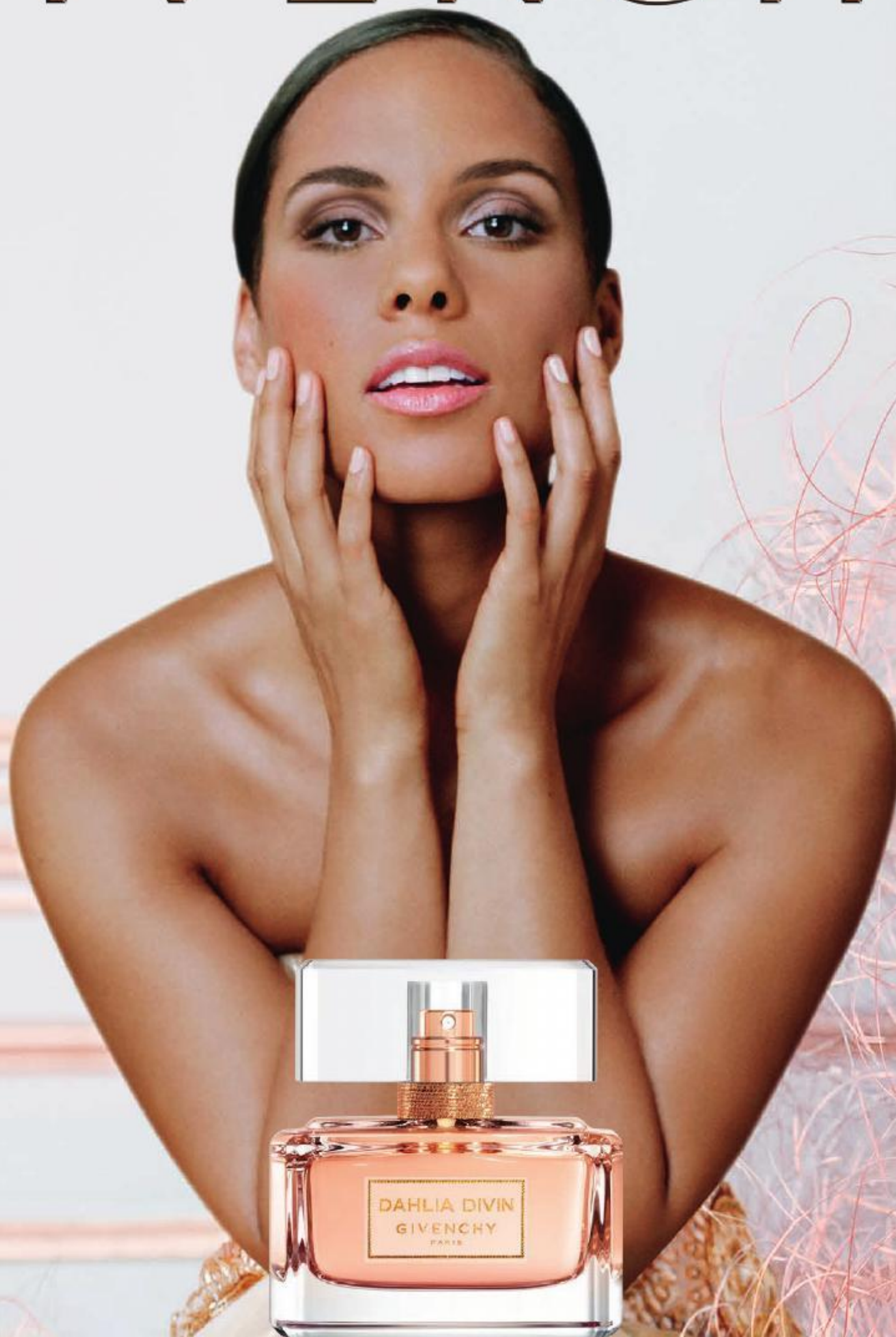
www.doji.vn / www.trangsuc.doji.vn



The Giardini Italiani High Jewelry

Nằm trong bộ sưu tập The Giardini Italiani High Jewelry, mẫu đồng hồ này có thể xem là một kiệt tác không chỉ của giới đồng hồ mà còn là kiệt tác của ngành trang sức.

GIVENCHY



DAHLIA DIVIN

HƯƠNG THƠM MỚI

Eau de toilette

ALICIA KEYS

www.givenchybeauty.com

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | DIAMOND PLAZA | PARKSON SAIGONTOURIST | PARKSON HÙNG VƯƠNG |
HÀ NỘI | 1 BÀ TRIỆU | VINCOM ROYAL CITY | VINCOM CITY TOWERS | PARKSON VIETTOWER | LOTTE CENTER | HẢI PHÒNG | PARKSON T&D |

Chịu trách nhiệm đưa sản phẩm ra thị trường: Công ty TNHH Thương Mại Dịch Vụ Phương Phát - Phòng 609-610, 37 Tôn Đức Thắng, Quận 1, TP HCM. Số giấy xác nhận nội dung quảng cáo của Sở Y Tế TP HCM: 2930/2015/XNQC-YTHCM.



GIGI HADID CỘNG TÁC VỚI TOMMY HILFINGER

Không chỉ hài lòng với việc chinh phục sàn diễn catwalk, Gigi Hadid mới đây đã cộng tác với Tommy Hilfiger để cho ra mắt một bộ sưu tập nhỏ (capsule collection). “Tôi không bao giờ nghĩ sẽ được mời thiết kế một bộ sưu tập thời trang, thế nên cho đến giờ điều này đối với tôi vẫn như một giấc mơ”, Hadid hào hứng chia sẻ. “Tommy Hilfiger là nhãn hiệu tôi thực sự yêu thích, tôi là một fan ruột của thương hiệu. Được làm việc cùng Tommy thật sự rất vui và tuyệt vời.” Dự kiến ra mắt thị trường vào mùa thu năm 2016, bộ sưu tập bao gồm các thiết kế đồ thể thao, giày dép, phụ kiện (đồng hồ và kính mát) cùng một dòng nước hoa mới, tất cả hướng đến tôn vinh nét cá nhân hiện đại, độc đáo của Hadid, kết hợp cùng di sản phong cách Mỹ cổ điển rất “cool” của Hilfiger. Chia sẻ về bộ sưu tập, Gigi cho biết “Tôi nghĩ rằng bộ sưu tập này tôn vinh phong cách sống mang tính biểu tượng của Tommy, đồng thời pha trộn một chút phong cách hippie-chic phóng khoáng và lãng mạn, những kiểu thời trang đường phố thể thao và khỏe mạnh, phong cách tomboy cá tính nhưng vẫn đầy nữ tính, tôi chắc rằng mỗi người sẽ thích một điểm khác nhau ở bộ sưu tập lần này.”



► PHÁP THÔNG QUA LUẬT SỨC KHOẺ CHO NGƯỜI MẪU

Chính phủ Pháp vừa ban hành dự luật yêu cầu các người mẫu làm việc trong nước phải có giấy chứng nhận sức khỏe, trong một nỗ lực ngăn chặn việc sử dụng những người mẫu “siêu gầy”. Dựa trên chỉ số BMI, sức khỏe của các người mẫu sẽ được đánh giá bởi chuyên gia y tế - những người được phép sử dụng các thông tin cá nhân như cân nặng, tuổi, và hình dáng cơ thể để xác định thể trạng của họ, The Fashion Law cho biết – các công ty sẽ bị cấm sử dụng bất kỳ người mẫu nào không sở hữu giấy chứng nhận này. Bất kỳ công ty nào bị phát hiện thuê người mẫu không có giấy chứng nhận sức khỏe sẽ chịu phạt tiền hơn 50,000 bảng Anh và các cá nhân liên quan có thể bị phạt tù lên đến 6 tháng.

► LOUIS VUITTON LẦN ĐẦU ĐẾN RIO

Sau khi thông tin Chanel lần đầu trình diễn Bộ sưu tập cruise collection ở phía bên kia Đại Tây Dương tại đất nước Cuba xinh đẹp vào tháng năm tới đây vừa được công bố, Louis Vuitton cho biết hãng này sẽ “nối gót” Chanel tổ chức show trình diễn chớm xuân (pre-spring/summer 2017) ở Rio de Janeiro cũng vào khoảng thời gian này. Báo chí xác nhận rằng các “ông lớn” của làng thời trang dường như không có dấu hiệu từ bỏ những địa điểm ngoại lai xa xôi để trình bày các bộ sưu tập “giữa mùa” (pre-collection). Năm 2015 vừa rồi, Louis Vuitton đã chọn Palm Springs trong khi Chanel chọn Seoul để trình diễn bộ sưu tập chớm xuân/hè 2016. Buổi trình diễn bộ sưu tập của Nicolas Ghesquière tại thành phố lớn của Brazil ngay trước thể vận hội Olympics 2016 vào tháng tám chắc chắn sẽ khiến Rio de Janeiro trở thành trung tâm của mọi sự chú ý.



A LÀ “NGƯỜI MẪU CỦA NĂM”?

Trang web uy tín Models.com vừa công bố Anna Ewers đã trở thành “Người mẫu của năm”. Gương mặt trang bìa của Vogue (Đức) vừa dẫn đầu một cuộc khảo sát do giới chuyên môn bình chọn. Trong khi đó, Gigi Hadid là cái tên đứng đầu một cuộc thăm dò công chúng khác. Đứng ở vị trí thứ hai trong danh sách này là người bạn thân lâu năm, Kendall Jenner. Mặc dù không hoàn toàn nổi bật với giới truyền thông như Gigi Hadid, Ewers đã có một năm thực sự thành công, trở thành gương mặt đại diện cho chiến dịch quảng cáo của các thương hiệu hàng đầu như Chanel, Alexander Wang và H&M, đồng thời xuất hiện trên trang bìa của Vogue Anh, Pháp cũng như Trung Quốc.



► “DIOR: NEW LOOKS” RA ĐỜI

Trong khi tương lai của Dior đang là đề tài tốn nhiều giấy mực của báo giới và cái tên Giám đốc sáng tạo mới vẫn chưa được tiết lộ thì một cuốn sách mới tôn vinh quá khứ, hiện tại và tương lai của nhà mốt hàng đầu nước Pháp vừa được công bố sẽ ra mắt, mang tên Dior: New Looks. Quy tụ những khoảnh khắc đáng nhớ nhất của thương hiệu suốt hơn nửa thế kỷ qua, cuốn sách lí giải những lí do chính làm nên thành công và những dấu ấn không thể xóa nhòa của nhà mốt Dior từ những ngày đầu thành lập vào năm 1946 cho đến nay.



► RIVER ISLAND RA MẮT BỘ SƯ TẬP NGOẠI CỠ

RIVER ISLAND vừa tung ra RI Plus, một dòng thời trang với các thiết kế kích cỡ (size) từ 18 đến 24. Bộ sưu tập, dự kiến ra mắt vào đầu tháng ba năm 2016, bao gồm các thiết kế từ thời trang dự tiệc và thời trang công sở đến trang phục basic và denim – sẽ có mặt tại những cửa hàng lớn cũng như trang web trực tuyến Riverisland.com, với mức giá từ 6 đến 80 bảng Anh. “Chúng tôi vô cùng háo hức đưa đến những sản phẩm thời trang tuyệt vời cho nhiều chị em phụ nữ hơn và cảm thấy đây là thời điểm thích hợp để thương hiệu mở rộng phạm vi kích cỡ mà mình có thể cung cấp,” giám đốc marketing của River Island, bà Josie Roscop cho biết. Candice Huffine – người mẫu ngoại cỡ đầu tiên xuất hiện trên lịch Pirelli và trên trang bìa của Vogue Ý – sẽ là gương mặt tiêu biểu cho chiến dịch quảng cáo này.






CANALI
1 9 3 4

CANALI.COM

Available at
61 Ly Thai To, Hoan Kiem, Hanoi | +84 4 39369899
136 Nam Ky Khoi Nghia, HCMC (Opening Soon)
Lualamilano.com



ới một người phụ nữ
Dolce & Gabbana,
Gucci, Chloé, Burberry
chính là những lời thần
chú mở khóa “cánh
cổng” trái tim nàng.



BRUNELLO CUCINELLI

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



BARE SHOULDERS

“Bare shoulders” (tạm dịch là “vai trần”) là một cực “hot” mùa Xuân Hè năm nay. Quả thực, xuân hè là thời điểm “lý tưởng” để chị em diện những xu hướng “mát mẻ”, gợi cảm đầy nữ tính. Đây là trào lưu thích hợp với những cô gái có đôi vai gầy nhỏ, lộ xương quai xanh đồng thời sở hữu chiếc cổ dài kiêu kỳ. Bạn có thể lựa chọn những chiếc váy “vai trần” (Balmain, Chloé, Erdem, Milly, Oscar de la Renta, Tanya Taylor,

Whit), hoặc những chiếc áo “hở vai” kết hợp cùng quần short (Chloé), quần dài (Givenchy), quần ống rộng (J.Crew, Giulietta), chân váy ngắn (Preen by Thornton Bregazzi), chân váy xòe (Michael Kors) hay chân váy bút chì (Ohne Titel). Để tăng vẻ sexy thanh thoát, nên tiết chế không dùng vòng cổ, nhưng nếu muốn tạo một ấn tượng mạnh bạn vẫn có thể lựa chọn một chiếc choker hoặc vòng cổ kiểu “statement necklace”.



TAKE A BOW

Nơ, nơ và nhiều nơ hơn nữa! Mùa Xuân Hè 2016, nơ không chỉ gắn liền với hình ảnh quen thuộc của Lanvin mà còn xuất hiện trên sàn diễn của các thương hiệu như Banana Republic, Chloé, Maison Margiela, Oscar de la Renta, Osman, Tanya Taylor hay Temperley London, dù là dưới dạng thắt nút hay dựng hình sẵn. Đặc biệt hơn cả là những chiếc nơ “khổng lồ”, tâm điểm của mọi ánh nhìn trong các thiết kế của Delpozo, Gucci (hai chiếc liền nhau chứ không phải một!), Lanvin (với cùng

kiểu thắt ở cổ tương tự Gucci), Moschino (hài hước với chiếc nơ to bị cùng dòng chữ “Caution”, có nghĩa là “Thận trọng”), Proenza Schouler (một đôi trên dưới tựa như Gucci), Whit và Rochas. Không chỉ xinh xắn, dễ thương, duyên dáng và không kém phần ấn tượng, những chiếc nơ tô điểm trước ngực sẽ giúp bạn gái có “vòng một” khiêm tốn trở nên tự tin hơn, nhìn chung tạo những ấn tượng thị giác giúp những bạn có thân hình “khắc khiu” (dáng chữ nhật) xóa mờ nhược điểm của mình.



SLEEPWEAR AS OUTERWEAR

Nếu như ở mùa Xuân Hè 2015, các tín đồ thời trang đều bị “mê mẩn” bởi những chiếc áo crop top, bra top sexy, những phóng khoáng và mạnh mẽ thì mùa Xuân Hè năm nay, các nàng (cũng như các chàng!) chắc chắn khó lòng rời mắt khỏi những bộ váy hai dây hoặc cúp ngực mỏng nhẹ cổ sâu (plunging neckline) trên chất liệu lụa hoặc satin điểm xuyết viền ren khâu gợi, nữ tính và mong manh (Alexander Wang, Balenciaga, Calvin Klein Collection, Celine, Givenchy, Paco Rabanne, Philosophy di Lorenzo Serafini). Để thêm nét kín đáo, bí ẩn hoặc khỏe

khoắn, bạn có thể kết hợp slip dress với áo khoác blazer, áo vest hoặc áo jacket (Burberry, Saint Laurent). Ranh giới giữa “sleepwear” (thời trang đồ ngủ) và “daywear” (thời trang ban ngày), thậm chí là cả “nightwear” (thời trang đi tiệc) tạm thời được xóa nhòa trong mùa mốt Xuân 2016. Xu hướng này chủ yếu sử dụng những màu sắc nhẹ nhàng như trắng, be, ghi hay xanh dương nhạt. Ngoài ra, những món đồ “sleepwear” đơn giản như pijama hay robe cũng trở thành cảm hứng thiết kế của những thương hiệu như Thakoon hay Creatures of Comfort.



Lacoste

Fendi

Altuzarra

Balmain

Adam Selman

Prabal Gurung

Dion Lee

ORANGE OVERDOSE

Dường như đã trở thành một qui luật, những gam màu nóng ấm luôn là yếu tố chủ đạo trong bảng màu Xuân Hè và mùa mốt năm nay không là một ngoại lệ. Nếu để lựa chọn một màu sắc nổi bật nhất cho mùa mốt nửa đầu 2016, đó có lẽ phải là da cam: sự pha trộn hoàn hảo giữa đỏ nóng nản và vàng ấm áp. Những tín đồ thời trang sành điệu không xa lạ gì với cách phối đồ monochrome đơn sắc kiểu “white on white”, nhưng táo bạo kiểu trong ngoài da cam thì có lẽ phải đến mùa mốt năm nay chúng ta mới được thấy nhiều (Adam Selman, Altuzarra, Lacoste,

Baja East). Không ai có thể phủ nhận, mỗi màu sắc đều có tác động, ảnh hưởng ít nhiều đến tâm trạng, cảm xúc của mỗi chúng ta. Khi mà thế giới đã trải qua một năm đầy sóng gió và biến động như 2015 thì sao bạn không thử làm bừng sáng một góc phố xuân với một bộ váy da cam trẻ trung sống động (với những lựa chọn từ Fendi, Balmain, Dion Lee, Erin Fetherston, Lanvin, Prabal Gurung, Sonia Rykiel), hay đơn giản là tạo ấn tượng thân thiện, vui vẻ và tích cực với người đối diện bằng cách chọn cho mình một bộ suit màu cam kiểu Altuzarra?

The Elongated Top

Trong thời trang luôn có một số qui tắc nhất định, nhưng điều thú vị ở đây là gần như lúc nào bạn cũng có thể phá vỡ chúng để thử nghiệm và sáng tạo ra những phong cách mới mà không bị chê là kịch cớm. Mùa Xuân Hè năm nay, mặc áo trong dài hơn áo ngoài chắc chắn không còn bị coi là lỗi thời và cầu thả mà ngược lại, sành điệu và thời trang! Hãy nhìn vào những thiết kế của Alexandre Plokhov, Robert Geller, Ann Demeulemeester, Comme des Garçons hay No.21, bạn sẽ thấy rõ điều đó. “Elongated top” là một trong những xu hướng bạn nên thử luôn và ngay, bởi không ai có thể đảm bảo nó sẽ còn “hot” cho đến mùa Thu Đông hay Xuân Hè năm sau. Đơn giản nhất là chiếc áo sơ mi dài, rộng kết hợp cùng quần jeans của Ovadia & Sons hay chiếc áo polo-shirt với cùng phom dáng dài, rộng của Lanvin. “Phức tạp” hơn là chiếc áo sơ mi đuôi tôm cách điệu, “đẹp lạ” của Christopher Shannon. Nét thoải mái, phóng khoáng và phá cách được thể hiện rõ trong các thiết kế của 3.1 Phillip Lim, Astrid Andersen, Comme des Garçons, Rick Owens hay Christopher Raeburn. Táo bạo hơn cả là chiếc áo sơ mi đen, dài, xuyên thấu của Walter Van Beirendonck. Mặc “elongated top” sẽ không khó như bạn tưởng, chỉ cần diện chúng với một chiếc quần bó (skinny) hoặc layer với áo khoác, quần short và legging, trông bạn sẽ thật phong cách và cá tính!





Floral Print

Nếu để nói floral print dành cho phái nam mới nổi lên từ vài năm gần đây thì không thật chính xác. Trào lưu này thực chất được khởi xướng từ tận những năm 1970 với tên gọi “Flower Power”, gắn liền với dòng văn hóa hippie phản chiến rất thịnh hành tại Mỹ. Vào thời gian này, hiện thân điển hình của “flower power” là những chiếc áo sơ mi cộc tay kiểu Hawaiian shirt. Với Mùa Xuân Hè năm nay, chúng ta không chỉ thấy bóng dáng của “flower power” những năm 1970 mà họa tiết in hoa còn “len lỏi” trong các bộ sưu tập một cách rất đa dạng. Chúng ta có các bộ suit in hoa trên tông màu trầm nền nã, thanh lịch của Dries Van Noten, Gucci hay Etro, được may với phom dáng vừa vặn, cổ điển hoặc rộng rãi, hiện đại. Ấn tượng hơn nữa là những bộ suit in hoa đồng bộ “từ trong ra ngoài” trên áo sơ mi, áo khoác, quần và cà-vạt của thương hiệu Richard James. Tổng xuyết tông in hoa trên dưới cũng được tìm thấy trong các thiết kế của Julien David, 3.1 Phillip Lim hay J.W. Anderson. Nổi bật hơn cả là bộ suit cách điệu in hoa trắng trên nền đỏ rực của Gucci. Thiết kế này dường như đã xóa nhòa ranh giới giữa menswear và womenswear. Cuối cùng, không thể nhắc đến những món đồ riêng biệt (separates) với những họa tiết in hoa thú vị đầy tính ngẫu hứng như: quần short của Louis Vuitton, Billy Reid, Paul & Joe; áo sơ mi hoa của Dries Van Noten, Maison Kitsuné, hay áo blazer của Hermès chắc chắn sẽ làm phong phú thêm cho tủ đồ của bạn. Một điểm nhỏ là các chàng cần lưu ý tối giản và tiết chế phụ kiện khi lựa chọn xu hướng này.



C HƯƠNG TRÌNH KHUYẾN MÃI KỶ NIỆM 130 NĂM RA ĐỜI THƯƠNG HIỆU SAINT HONORÉ

Để kỷ niệm 130 năm thành lập thương hiệu đồng hồ cao cấp nổi tiếng Saint Honoré với những thiết kế sang trọng mang tinh thần của kinh đô ánh sáng Paris, công ty TOPTEN – nhà phân phối độc quyền Saint Honoré tại Việt Nam dành tặng cho các khách hàng thân thiết cũng như những khách hàng yêu mến thương hiệu chương trình khuyến mãi khi mua các sản phẩm Saint Honoré như sau:

+ Tặng bút Saint Honoré cao cấp trị giá 2.900.000đ + Phiếu thay dây đeo ZRC của Pháp 500.000đ + Phiếu thay pin Renata Thụy Sĩ 250.000đ khi

mua đồng hồ Saint Honoré có giá từ 10.000.000đ trở lên

+ Tặng bút Saint Honoré cao cấp trị giá 2.900.000đ khi mua đồng hồ Saint Honoré có giá dưới 10.000.000đ

+ Ngoài quà tặng khách hàng còn được giảm giá đồng loạt 13% tất cả các sản phẩm Saint Honoré.

Chương trình bắt đầu từ nay cho đến 31/1/2016 (do số lượng có hạn nên quà tặng có thể hết trước khi kết thúc chương trình). Chương trình được áp dụng tại các cửa hàng trên toàn quốc. Ngoài ra, để kỷ niệm sự kiện đặc biệt này, Saint Honoré đã chế tác chế tác bộ sưu tập đồng hồ TOUR EIFFEL với phiên bản giới hạn 1885 chiếc được làm từ kim loại được lấy từ chính công trình bất hủ Tháp Eiffel như một sự tôn vinh biểu tượng đầy tự hào của nước Pháp cũng như của thương hiệu Saint Honoré. Một chiếc đồng hồ đích thực chỉ dành cho chủ nhân thực sự của nó. Saint Honoré sẽ kể cho bạn một câu chuyện đồng hồ với những điều kỳ diệu tươi đẹp.



► MORGAN HANDBAGS KHUYẾN MÃI ĐẶC BIỆT

Morgan Handbags chào đón xuân mới với một chương trình khuyến mãi đặc biệt: Giảm giá 20-50% toàn bộ sản phẩm Morgan Handbag từ 1/2/2016. Độc đáo và mới lạ, các thiết kế phá cách mà tinh tế của Morgan Handbags sẽ làm hài lòng những tín đồ thời trang khó tính nhất. Chương trình áp dụng tại Morgan handbags: TTMS Robins - Royal city - HN (04. 6686 2415), Lotte Department Store – 54, Liễu Giai, Hà Nội (04. 3267 6005) hoặc Diamond Plaza, HCM (08. 2212 2947).



► GUY LAROCHE KHUYẾN MÃI ĐẦU XUÂN

Nhân dịp đầu xuân, Guy Laroche đem đến cho khách hàng một chương trình khuyến mãi đặc biệt: Giảm giá 10% cho mỗi hóa đơn mua hàng trị giá dưới 5.000.000 VNĐ, giảm giá 20% cho mỗi hóa đơn mua hàng trị giá từ 5.000.000 VNĐ trở lên từ 1/2-14/2/2016 khi mua sản phẩm Guy Laroche tại: TTMS Robins - Royal city - HN (04. 6686 2415), Lotte Department Store – 54, Liễu Giai, Hà Nội (04. 3267 6005) hoặc Diamond Plaza, HCM (08. 2212 2947). Với chất lượng da thật 100% được thuộc bằng công nghệ hiện đại và thiết kế thanh lịch và những cập nhật xu hướng mới nhất, sắc màu trẻ trung và kiểu dáng độc đáo. Guy Laroche thực sự là lựa chọn hấp dẫn dành cho phái đẹp.



T

HỒI TRANG THỂ THAO 361°

Trong không khí rộn ràng đón Tết Bính Thân 2016, thời trang thể thao 361° dành tặng các tín đồ thời trang món quà đặc biệt cuối năm trong chương trình "Final Sale". Toàn bộ sản phẩm quần áo thu đông, giày và phụ kiện tại cửa hàng được áp dụng mức giảm giá 40 - 50% và đồng giá 290 - 690k từ ngày 09/01/2016. Mức giá "chạm đáy" này sẽ là cơ hội không thể tuyệt vời hơn cho những ai yêu thích phong cách trẻ trung, khỏe khoắn và tràn đầy sức sống của thời trang 361°. Áp dụng tại các cửa hàng 361° và MaxxSport trên toàn quốc.

Chi tiết xem tại:

Website: www.361-sport.com.vn

Facebook: www.facebook.com/361sport.vn

► TỚI LINING, SẴM TẾT THẢ GA – KHÔNG LO VỀ GIÁ

Cuối năm, thời điểm các tín đồ thời trang rục rịch mua sắm giày dép, quần áo ấm chuẩn bị đón Tết. Nhu cầu tiêu dùng của người dân tăng cao cũng là dịp để các hãng thời trang tri ân khách hàng bằng những chương trình khuyến mãi lớn. Để tìm được một địa chỉ mua hàng rẻ không khó, điều quan trọng chi phí tiết kiệm nhưng chất lượng sản phẩm vẫn phải đảm bảo. Là hãng thời trang nổi tiếng thế giới, Lining tiếp tục khẳng định vị thế của một thương hiệu được người tiêu dùng tin tưởng, yêu mến về kiểu dáng và chất lượng. Đó là lý do tại sao "Final Sale" lại được nhiều khách hàng mong đợi đến vậy. Chương trình khuyến mãi lớn nhất trong năm với mức giá không thể thấp hơn, giảm từ 35 - 50%++ cho toàn bộ quần áo thu đông, giày dép và phụ kiện tại cửa hàng. Hàng nghìn sản phẩm trong bộ sưu tập thu đông 2015 sẽ được hãng liên tục cập nhật trong chương trình khuyến mãi để phục vụ nhu cầu mua sắm của các thượng đế. Chương trình cũng là lời tri ân và chúc mừng năm mới tới những khách hàng thân thiết đã luôn ủng hộ và yêu mến Lining trong suốt thời gian qua. Áp dụng tại các cửa hàng thời trang thể thao Lining và Maxx-Sport trên toàn quốc từ ngày 14/01/2016.

Website: www.lining.com.vn

Facebook: www.facebook.com/LiningFashion



THE WHITE PANTS

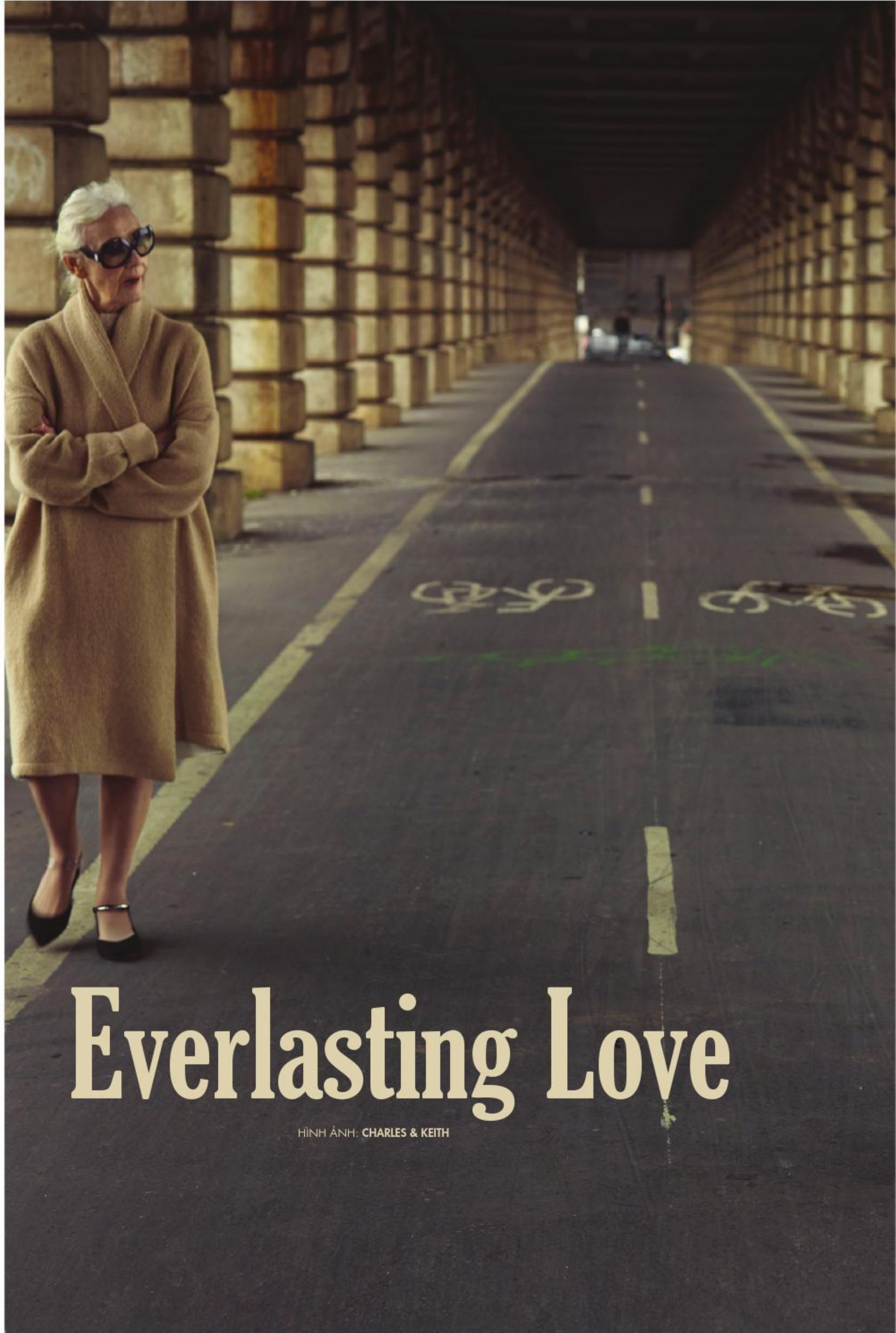
Cũng mang những đặc điểm của màu trung tính giống đen, trắng có thể dễ dàng kết hợp với hầu hết các màu sắc khác. Nếu như các trang phục đen toát lên vẻ hiện đại bí ẩn, khi sang trọng, lúc nổi loạn thì trắng mang đến cho người mặc nét trẻ trung, nhẹ nhàng không kém phần thanh lịch. Ngoài cách kết hợp trắng đen truyền thống luôn hiệu quả, bạn có thể cân nhắc kết hợp một chiếc quần trắng với áo sơ mi có họa tiết thật nổi bật, một chiếc áo phông có màu sắc tươi sáng hoặc áo sơ mi xanh nhạt cùng áo khoác có gam màu trầm như nâu, xám. Các phụ kiện đi kèm có thể sử dụng cả những màu sắc nóng, ấm, nổi bật hoặc trung tính. Cùng với những chiếc quần jeans hay quần âu đen, quần khaki trắng (chinos) sẽ là một lựa chọn không thể thiếu của các chàng trong mùa Xuân Hè 2016 này. Cùng tham khảo 3 lựa chọn mix đồ với quần trắng của Style nhé!





BOLD COLORS

Đã hết rồi cái thời mà đàn ông bị kêu là “gay” khi mặc những màu sắc sáng, chói, nổi bật. Ngược lại, phải là những anh chàng fashionisto sành điệu và táo bạo thì mới lựa chọn thành công và “dám mặc” những trang phục “bold colors”. Ăn mặc hơi hơi “lòe loẹt” đôi khi đem đến cho chàng một diện mạo mới mẻ, trẻ trung và vô cùng cá tính, tích cực. Cách mix đồ an toàn nhất là chỉ lựa chọn một món đồ trên người có màu sắc rực rỡ, những items còn lại tiết chế ở những gam màu trầm hoặc trung tính như xám, đen, trắng. Một kiểu phối đồ khác với “bold colors” cũng khá hiệu quả là kết hợp 2 màu màu tương đồng, tương phản hoặc 3 màu kiểu “color block” vốn không xa lạ với làng thời trang thế giới những năm trở lại đây. Phụ kiện đi kèm có thể mang gam trung tính như đen, trắng, xám hoặc lặp lại một hoặc hai màu nổi bật của quần áo, miễn sao có sự tiết chế, cân bằng một cách phù hợp và vừa mắt!



Everlasting Love

HÌNH ẢNH: CHARLES & KEITH























“CUỘC CÁCH MẠNG” của CÁC THƯƠNG HIỆU

Thế giới luôn vận hành theo qui luật sinh tồn, “chọn lọc tự nhiên”. Các cá thể không thể tiến hóa để thích nghi với những thay đổi của môi trường sống sớm muộn cũng bị đào thải. Trong thời trang cũng vậy. Hôm nay thành công, nhưng ngày mai bạn có thể thất bại. Lịch sử thời trang đã chứng kiến không ít các thương hiệu xuất sắc mà “thời hoàng kim” nay chỉ còn là một dĩ vãng xa xôi. Ngược lại cũng có rất nhiều các nhà mốt, hiểu được qui luật khắc nghiệt của cuộc chơi, đã quyết đoán để thay đổi chiến lược, cải cách nhân sự, bắt kịp xu thế chung và thành công trong những nỗ lực “lội ngược dòng”. Hãy cùng Style tìm hiểu câu chuyện “làm mới làm cho tới” của 3 thương hiệu danh tiếng: Balmain, Burberry và Club Monaco.



BALMAIN

Nhìn vào những thành công hôm nay của Olivier Rousteing dưới cương vị Giám đốc sáng tạo Balmain, thật khó có thể tưởng tượng anh lại có một khởi đầu không mấy suôn sẻ. Tốt nghiệp học viện thời trang danh tiếng ESMOD, đồng thời có 5 năm kinh nghiệm tại thương hiệu lừng danh Roberto Cavalli, nhưng ở thời điểm năm 2011 khi đảm nhận cương vị Giám đốc sáng tạo Balmain, Olivier Rousteing thực chất vẫn là một nhà thiết kế không chút tên tuổi. Một thanh niên da màu 24 tuổi làm sao có đủ khả năng và tư cách để cầm trịch một nhà mốt danh tiếng của nước Pháp? “Oh my God, he’s a minority taking over a French house”, tất cả không khỏi hoài nghi. Nhưng chàng thanh niên trẻ ấy đã chứng tỏ bản lĩnh và tài năng của mình khi giúp Balmain “già cỗi” khi đó hồi sinh một cách đầy ấn tượng. Trong 3 năm gần đây, ước tính doanh số của thương hiệu đã tăng 15% đến 20%. Balmain trở thành nhà mốt Pháp đầu tiên có lượng người theo dõi (followers) chạm mức 1 triệu trên Instagram. Khác với sự nhạt nhòa của người tiền nhiệm Christophe Decarnin, phong cách thiết kế phóng khoáng, táo bạo và đầy cá tính của Olivier Rousteing được người ta yêu thích đến nỗi, một thuật ngữ riêng với cái tên “rất kêu” “Balmaination” đã ra đời.

Ngoài tài năng thiết kế tuyệt vời, đâu là chìa khóa làm nên thành công của nhà thiết kế 30 tuổi người Pháp? Olivier Rousteing đã rất sáng suốt khi dành nhiều nỗ lực xây dựng hình ảnh cá nhân. Tình bạn thân thiết cùng những tấm ảnh selfie gây sốt với những ngôi sao hàng đầu thế giới như Rihanna, Beyoncé, Kim Kardashian, Kendall Jenner và các “thiên thần” Victoria’s Secret đã khiến Olivier có lượng người theo dõi khổng lồ (2.1 triệu) trên Instagram. Anh được mệnh danh là “ông vua của Instagram” và được ví như “rock star” đầy cá tính trong thế giới thời trang xa hoa đình đám. Không chỉ là một nhà thiết kế thời trang, giờ đây Olivier còn là một biểu tượng phong cách, một celebrity thực thụ. Cũng chính tiếng tăm lẫy lừng của Olivier đã góp một phần không nhỏ trong việc quảng bá hình ảnh thương hiệu Balmain và làm nên thành công đầy thuyết phục của nhà mốt này trên nhiều phương diện nghệ thuật lẫn thương mại.





BURBERRY

Nếu như không phải là CEO đầy tài năng Angela Ahrendts, Burberry có lẽ khó lòng chạm tới những thành công nổi bật như ngày hôm nay. Vào thời điểm năm 2006 khi Angela đảm nhận cương vị CEO, thương hiệu nước Anh thực sự đang trải qua một giai đoạn thoái trào. Doanh số hàng năm lúc bấy giờ của Burberry kém những đối thủ khác là Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMH) tới 12 lần, Pinault-Prin-temps-Redoute (PPR) tới 16 lần. Mặc dù sở hữu di sản vô giá là chiếc áo khoác “trench coat” được “ông tổ” Thomas Burberry cho ra đời

năm 1914, doanh thu các thiết kế outerwear chỉ chiếm 20% tổng doanh số của thương hiệu. Một vấn đề nữa mà Burberry gặp phải là sự thiếu tính thống nhất trong chiến lược và hình ảnh thương hiệu tại các quốc gia khác nhau, chưa kể những vấn đề phát sinh từ việc nhượng bản quyền sản xuất (licensing). Quả thực khi ấy, chỉ có sự quyết đoán của Angela Ahrendts mới khiến Burberry thay đổi được vận mệnh của mình.

Mặc dù là một quyết định khó khăn, nhưng Angela đã mạnh dạn cho đóng cửa các nhà máy ở New Jersey và Wales đồng thời loại bỏ đội ngũ thiết kế tại Hong Kong. Tất cả được “qui về một mối” với xưởng sản xuất đặt tại Casltford, West Yorkshire (mặc dù theo thông tin mới nhất trong tháng 11 vừa rồi, xưởng sản xuất này đã bị đóng cửa. Một nhà xưởng mới đặt tại Leeds sẽ sớm đi vào hoạt động). Christopher Bailey, người bạn thân lâu năm của Angela đã từng có kinh nghiệm làm việc tại Donna Karan, được bổ nhiệm vị trí Giám đốc sáng tạo (Chief Creative Officer). Tất cả quy trình thiết kế, sáng tạo đều diễn ra dưới sự chỉ đạo của Christopher Bailey, người mà Angela cho là “một tài năng xuất chúng”. Nhận thấy chiến lược của phần lớn các thương hiệu cao cấp đều tận dụng tối đa thế mạnh của các sản phẩm đặc trưng và mang tính biểu tượng (với Hermès, đó là dòng túi Hermès Birkin, với Chanel đó là túi xách Chanel 2.55 và bộ Chanel suit, với Diane von Furstenberg đó là chiếc váy wrap dress, với Louis Vuitton đó là dòng túi monogram...), Angela tin chắc không có lí gì mà chiếc áo khoác “trench coat” huyền thoại lại không mang tới cho Burberry những lợi thế marketing và thương mại. Từ đó, hàng loạt thiết kế “trench coat” mới được tung ra thị trường, với kích cỡ, màu sắc, kiểu dáng vô cùng đa dạng, mang tới những lựa chọn thích hợp cho cả những khách hàng khó tính nhất. Chiến lược marketing cũng được chuyển hướng tập trung khai thác các kênh online để bắt nhịp với xu thế trung của thế giới. Trang web artofthetrench.burberry.com, một cẩm nang A-Z về trench coat...đã thu hút hàng triệu lượt người ghé thăm. Các fashion show tại Tuần lễ thời trang London của Burberry cũng được “làm mới” với màn trình diễn trực tiếp của các ca sĩ, nghệ sĩ hàng đầu như Tom Odell, Paloma Faith hay Rhodes. Quỹ Burberry (Burberry Foundation) được thành lập năm 2008 nhằm hỗ trợ những tài năng trẻ của nước Anh trong lĩnh vực sáng tạo. Mới đây, trong một nỗ lực kết nối thời trang với thế giới âm nhạc, nhà mốt nước Anh đã cho ra mắt kênh âm nhạc riêng trên Apple Music với mức phí \$9.99. Tồn vinh ngành công nghiệp thời trang, âm nhạc và văn hóa Anh Quốc chính là thông điệp chiến lược mà Burberry muốn hướng tới. Không chỉ dừng lại ở một thương hiệu thời trang, Burberry đã và đang bắt đầu được nhìn nhận như một thương hiệu phong cách sống đẳng cấp mang những giá trị cốt lõi của xứ sở sương mù.

Những nỗ lực của “cuộc cách mạng” toàn diện tại Burberry đã mang đến những thành công vượt ngoài sức tưởng tượng: tính đến hết năm 2012, doanh thu và lợi nhuận của hãng này tăng gấp đôi so với năm 2006. Burberry được Interbrand và WPP/BrandZ bình chọn đứng ở vị trí thứ 4 trong danh sách các thương hiệu phát triển với tốc độ nhanh nhất năm 2011. Năm 2012, Burberry dẫn đầu danh sách trên các thương hiệu xa xỉ phát triển mạnh nhất do Interbrand lựa chọn. Đó là chưa kể hàng loạt những Giải thưởng thời trang Anh Quốc mà thương hiệu này đã giành được trong những năm gần đây.

CLUB MONACO

Kể từ ngày đầu thành lập năm 1985 tại Toronto, Canada cho đến khi được mua lại bởi Polo Ralph Lauren vào năm 1999, Club Monaco đã tạo cho mình một chỗ đứng riêng trên thị trường, với tư cách là một thương hiệu tầm trung có phong cách casual, preppy đặc trưng của thời trang Mỹ. Nhưng với sự cạnh tranh mạnh mẽ từ các thương hiệu fast fashion và high street như Zara, H&M, Banana Republic, Club Monaco đủ sáng suốt để nhận thấy đã đến lúc họ cần đem đến các thiết kế phong phú và đa dạng, đồng thời đẩy mạnh các hoạt động xây dựng thương hiệu và marketing.

Các thiết kế “trắng và đen” đầy ấn tượng của những ngày đầu không còn là điểm nhấn duy nhất trong các bộ sưu tập của Club Monaco. Reese Witherspoon, Katie Holmes, Hilary Duff, Taylor Swift, Olivia Palermo, Erin Heatherton chỉ là một vài trong số các celebrities từng diện thiết kế của Club Monaco. Thương hiệu cũng tập trung khai thác tối đa những lợi thế của mạng xã hội, đặc biệt là Tumblr và Pinterest để quảng bá lookbook và các bộ sưu tập của mình, đưa hình ảnh trẻ trung, thời thượng của Club Monaco đến gần hơn với đối tượng khách hàng mục tiêu. Tại mỗi cửa hàng của Club Monaco, ngoài các thiết kế chính hãng, người ta còn có thể tìm thấy các sản phẩm kính mắt Ray-Ban, quần jeans Citizens of Humanity, đồ da Mackage cùng thiết kế vintage của các thương hiệu cao cấp như Chanel hay Hermès. Nhà mốt này cũng đã triển khai các dự án đặc biệt như ra mắt bộ sưu tập trang sức cộng tác với Erickson Beamon hay bộ sưu tập túi xách cộng tác với Jane Mayle.

Đúng như câu nói nổi tiếng của Albert Einstein, “Không thể mong chờ những kết quả khác đi trong khi vẫn thử những cách làm cũ”, trong môi trường cạnh tranh khốc liệt của thời trang, thay đổi, cách tân mà vẫn giữ nguyên bản sắc chính là chìa khóa của mọi thành công.





► ĐẶNG HẢI YẾN RA MẮT BỘ SƯU TẬP XUÂN HÈ 2016

Ngày 6/1 vừa qua trong chương trình “Thời trang và nhân vật”, nhà thiết kế từ chương trình Project Runway 2013 Đặng Hải Yến đã cho ra mắt bộ sưu tập Xuân Hè 2016. Vẫn theo đuổi phong cách tối giản, Đặng Hải Yến sử dụng phom dáng rộng rãi, đường cắt bay bổng, phóng khoáng, đề cao sự lãng mạn, nữ tính theo một cách riêng không gò bó như các thiết kế ôm sát thường thấy. Ren gợi cảm, mong manh cùng lụa mềm mại, kiêu sa là hai chất liệu lên ngôi trong bộ sưu tập lần này. Các màu đơn sắc nữ tính như trắng, ghi, hồng phớt, xanh da trời nhạt, xanh lá cây, xanh lam, đen được nhà thiết kế sử dụng hiệu quả trên chất liệu lụa bóng, càng tăng thêm nét lãng mạn, sang trọng và quyến rũ. Đặng Hải Yến cho biết, bộ sưu tập lần này có thể được ví như những bước nhún nhảy nhẹ nhàng, duyên dáng mà gợi cảm pha chút mạnh mẽ, cá tính của một cô gái đang yêu.



C HÍNH THỨC CẤP THẺ HÀNH NGHỀ CHO NGƯỜI MẪU TRÊN CẢ NƯỚC

Mới đây, ông Nguyễn Đăng Chương, Cục trưởng Cục Nghệ thuật biểu diễn đã xác nhận thông tin nghị định 79 về việc cấp thẻ hành nghề và quy định cụ thể cho nghề người mẫu đã được trình lên Chính phủ phê duyệt và chậm nhất trong quý một năm 2016, nghị định này sẽ được thực thi. Cục Nghệ thuật biểu diễn thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao & Du lịch cùng Hội người mẫu Việt Nam sẽ phát đơn đăng ký rộng rãi và cấp thẻ cho những người mẫu đạt tiêu chuẩn chuyên môn cũng như tiêu chí đạo đức. Sau khi cấp thẻ, các cơ quan quản lý nhà nước tại địa phương như Sở Văn hóa, Thể thao, Du lịch sẽ chịu trách nhiệm quản lý, giám sát các tiêu chuẩn nghề nghiệp và đạo đức của người mẫu trong quá trình hành nghề. Đây được coi là một bước ngoặt lớn của các cơ quan quản lý xã hội cũng như Hội người mẫu Việt Nam trong nỗ lực thay đổi cách nhìn sai lệch, thiếu tôn trọng của xã hội đối với nghề người mẫu, cũng như đảm bảo những giá trị nghề nghiệp đích thực, bảo vệ quyền lợi, danh dự của những người mẫu chân chính đồng thời hạn chế, loại bỏ những bộ phận lợi dụng, giả danh “người mẫu” để thực hiện những hành vi phạm pháp, trái với đạo đức.

► ĐÊM CHUNG KẾT “AQUAFINA PURE FASHION 2015” DIỄN RA TẠI HÀ NỘI.



Ngày 12/1 vừa qua, Đêm Chung kết cuộc thi “Aquafina Pure Fashion 2015 – Thời trang cá tính thuần khiết” do nhãn hàng Aquafina thuộc Công ty Nước Giải khát Suntory Pepsico Việt Nam tổ chức tại khách sạn Lotte Hà Nội đã chính thức diễn ra với sự tham gia của đông đảo nghệ sĩ như hoa hậu Ngọc Hân, Á hậu Diễm Trang, Á hậu Huyền My, nhà thiết kế nổi tiếng Lâm Gia Khang... Bộ sưu tập của 5 thí sinh xuất sắc nhất cuộc thi đã được trình diễn bởi 5 nhân vật nổi tiếng – đại diện cho 5 cá tính thời trang thuần khiết bao gồm: Người mẫu Thanh Hằng – Tinh tế; người mẫu Hoàng Thùy – tự tin; ca sĩ Đoàn Trang – Năng động; diễn viên Harry Lu – Lịch lãm và ca sĩ Noo Phước Thịnh – Phá Cách. Sau những phần trình diễn ấn tượng, Ban Giám Khảo cuộc thi bao gồm Nhà Thiết kế Sĩ Hoàng, Nhà Thiết kế Công Trí, Giám đốc Sáng tạo Hương Color, bà Trần Thị Xuân Mai - đại diện thương hiệu Aquafina tại Việt Nam và Giám khảo khách mời – ca sĩ Thu Phương đã chọn ra thí sinh xứng đáng nhất với ngôi vị Quán quân là thí sinh Huỳnh Long Ẩn đến từ Đồng Nai với bộ sưu tập “Freedom in the water”.

HÀ HỒ, TÓC TIÊN KHOE DÁNG CÙNG QUÁN QUÂN AMERICA'S NEXT TOP MODEL

Mới đây, hai ngọc nữ hàng đầu trong làng giải trí Việt Nam là Hồ Ngọc Hà và Tóc Tiên, đã có dịp sánh vai cùng những siêu mẫu hàng đầu đến từ nước Mỹ trong bộ ảnh được thực hiện bởi Nhiếp ảnh gia Milor Tran có tên gọi “Biệt đội những người đón đầu xu thế”.

Nhận lời mời của thương hiệu điện thoại Oppo, hai gương mặt người mẫu nổi bật đến từ nước Mỹ là Mamé Adjei và Nyle DiMarco đã tới thăm Việt Nam và tham gia góp mặt trong bộ ảnh. Nyle DiMarco là Quán quân khiếm thính đầu tiên và cũng là người cuối cùng chiến thắng tại America's Next Top Model mùa giải cuối cùng, sau khi chương trình này bị tuyên bố “khai tử” cách đây không lâu. Trong khi đó, Mamé Adjei gây được ấn tượng mạnh khi đã thể hiện xuất sắc tại cuộc thi Hoa hậu Mỹ 2015 (với vị trí Á khôi 4, trước đó cô giành danh hiệu Hoa hậu Tiêu bang Maryland) lần chương trình tìm kiếm người mẫu chuyên nghiệp hàng đầu America's Next Top Model và về ở vị trí thứ hai, sau Nyle DiMarco. Bộ ảnh còn có sự tham gia của nam ca sĩ hàng đầu hiện nay, Noo Phước Thịnh và trang phục được thiết kế bởi Nhà thiết kế Lí Quý Khánh.

► KHẢ TRANG, TUẤN ANH ĐĂNG QUANG “SIÊU MẪU VIỆT NAM 2015”

Ngày 27/12 vừa qua tại TP. Hồ Chí Minh đã diễn ra đêm chung kết “Siêu mẫu Việt Nam 2015” với sự tranh tài của 27 thí sinh đến từ khắp các tỉnh thành trong cả nước. Trải qua 4 phần thi bắt buộc: trang phục ấn tượng (với bộ sưu tập của nhà thiết kế Võ Công Khanh), trang phục áo dài/truyền thống (với bộ sưu tập “Hoa sen hoài cổ” của nhà thiết kế Sỹ Hoàng, Minh Châu), trang phục áo tắm (với bộ sưu tập bikini cách điệu của nhà thiết kế Minh Tú) và trang phục dạ hội (với bộ sưu tập “Dải ngân hà” của nhà thiết kế Chung Thanh Phong) cùng màn đóng diễn mở màn, Ban giám khảo đã chọn ra 10 thí sinh (5 nam, 5 nữ) để tham gia vào vòng thi ứng xử chấm giải. Với câu trả lời thông minh, đầy thuyết phục, Khả Trang, Á khôi thể thao 2012 (sinh năm 1992) và Tuấn Anh (sinh viên điện ảnh, sinh năm 1993) đã trở thành Quán quân của cuộc thi. Giải bạc được trao cho Ngọc Quý (top 10 Hoa hậu hoàn vũ Việt Nam 2015) và Mạnh Khang. Những gương mặt người mẫu quen thuộc như người mẫu ảnh Ngọc Duyên và Trần Trung (Top 10 Vietnam's Next Top Model 2013) đã giành giải đồng của cuộc thi.

► HÀ ANH LÀM VEDETTE TRONG BỘ SƯU TẬP MỚI CỦA TRANG KHIẾU

Xuất hiện cũng trong sự kiện “Thời trang và Nhân vật” diễn ra tối 6/1 vừa rồi là siêu mẫu, quán quân Vietnam's Next Top Model 2010 mùa đầu tiên, Trang Khiếu với tư cách một nhà thiết kế thời trang. Đây là lần thứ hai Trang Khiếu “lấn sân”, thử sức bản thân trong lĩnh vực thiết kế. Ý tưởng của bộ sưu tập lần này được gói gọn trong chính cái tên “Just Be”, “Hãy cứ là những gì bạn muốn, và làm những gì bạn muốn. Dù lạc giữa sa mạc hay cô đơn trên vùng đất hoang vu hay ở bất kì đâu sẽ luôn có một thế giới quanh bạn, thế giới bạn tự nhìn bằng đôi mắt mình, lắng nghe bằng đôi tai mình, cảm nhận và lựa chọn nó diễn ra theo cách mà bạn muốn.”, Trang Khiếu chia sẻ. Về khỏe khoắn, cá tính pha chút cảm hứng Nhật Bản là những nét chính tiêu biểu trong bộ sưu tập lần này dành cho cả hai giới. Điểm nổi bật thú vị nữa của buổi trình diễn là sự góp mặt của dàn chị/”cô giáo” Hà Anh với vai trò vedette khiến bộ sưu tập càng trở nên đặc biệt và ý nghĩa.





Have fun with streetstyle

CREATIVE DIRECTOR & PHOTOGRAPHER: KHÁNH NGUYỄN
STYLIST: HOÀNG MINH CHÂU
MODEL: KATHY UYÊN
PRODUCER: LAM NGUYỄN VÀ THANH ĐƯỜNG
FASHION: HÀ TRƯƠNG, KÉN.









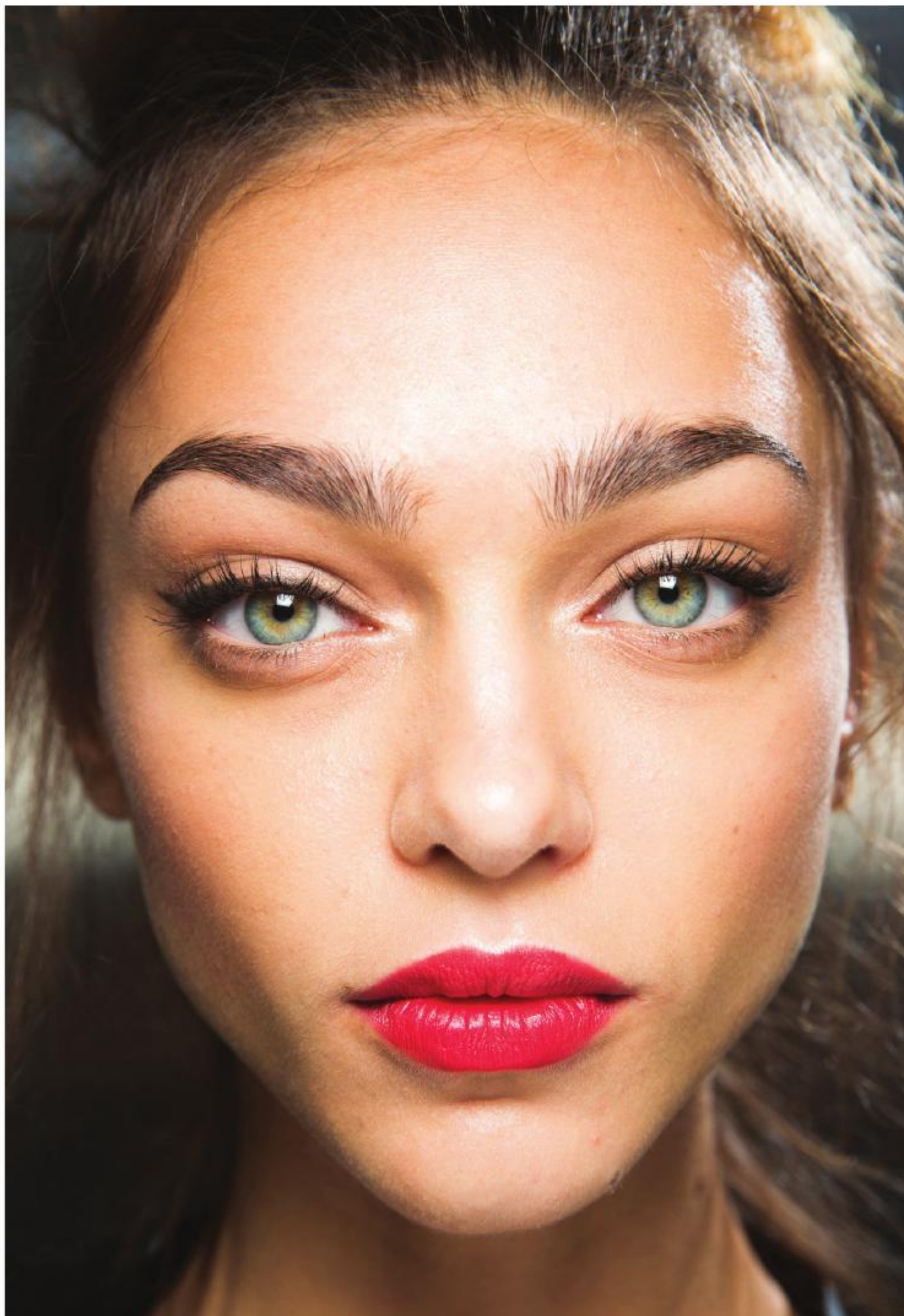






ALLURE GAME

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



HẬU TRƯỞNG QUẢ CẦU VÀNG



Shower & Perfect Compact Foundation.
Giá: 740.000 VND
(tối phẩy / 10g)

Phấn nền Shu uemura light&dark Clear Pact Foundation
Giá: 1.350.000 VND

Phấn nền Shu uemura light&dark Clear Pact Foundation
Giá: 1.350.000 VND

Lót nền màu MAC PREP + PRIME BB BEAUTY BALM COMPACT SPF 30

Phấn nền Lancôme Teint Miracle Foundation Skin Perfecting Makeup Duo
Giá: 1.400.000 VND

Phấn

Dầu lót nền MAC PREP PRIME ESSENTIAL OILS

Kem lót Lancôme Glow Enhancing Primer
Giá: 770.000 VND

Phấn phủ Lancôme Teint Miracle Sunscreen cho lớp phủ mịn màng với màu sắc ánh hồng từ thiên nhiên
Giá: 1.500.000 VND

Phấn nền TOO COOL FOR SCHOOL After School BB Foundation Lunch Box

“Happiness is the greatest beauty secret.
- (Tina Turner)”

SỰ TRỞ LẠI CỦA QUYỀN NĂNG



RETINOIDS: VÔ ĐỊCH CHỐNG LÃO HÓA



STYLE

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

HẬU TRƯỞNG QUẢ CẦU VÀNG

Cùng khám phá những sản phẩm trang điểm mà các ngôi sao thế giới đã sử dụng trong lễ trao giải trọng đại này.

Khánh Minh



1. AMBER HEARD

SẢN PHẨM: Sisley Paris Hydrating Long-Lasting Lipstick in Rouge Passion.

TIP: Kẻ viền môi cùng màu son, đè lên son sau khi thoa. Đường kẻ viền môi sẽ giúp tinh chỉnh các góc cạnh khó như góc môi và khiến đôi môi sắc sảo hơn.



2. LADY GAGA

SẢN PHẨM: KMS California Hair Play Playable Texture spray.

TIP: Uốn tóc với các con lăn cỡ 1inch trong 20 phút, ngay khi gỡ tóc ra thì tạo kiểu với xịt tạo phồng giữ nếp KMS California Hair Play Playable Texture spray.



3. LILY JAMES

SẢN PHẨM: Charlotte Tilbury Eyes to Mesmerise Cream Eyeshadow in Mona Lisa

TIP: Phấn mắt dạng cream được hoà trộn trên vùng mí mắt để tạo ra phong cách mắt khói.



4. ROONEY MARA

Một sáng tạo độc đáo pha trộn giữa thanh lịch và tươi trẻ, vài dải tóc bện dọc từ đỉnh đầu.

TIP: Đánh rối nhẹ trước khi bện để tạo ra độ xù nhất định, sau đó sử dụng hairspray để set up lại quá trình tạo kiểu.



5. LEA GREEN

SẢN PHẨM: Charlotte Tilbury's Matte Revolution Lipstick in 1975 Red



6. OLIVIA WILDE

SẢN PHẨM: Revlon ColorStay 16 Hour Eyeshadow Quad in Decadent

TIP: Phấn mắt màu cà tím kết hợp với phấn nhũ burgundy tạo ra một đôi mắt cá tính và sexy.



7. OLIVIA PALERMO

SẢN PHẨM: Rouge Dior in Deauville



8. CATE BLANCHETT

SẢN PHẨM: Giorgio Armani Eye Tint in Obsidian
TIP: Phấn mắt màu xám khói được sử dụng như eyeliner, nhấn mạnh ở vùng dưới mắt để kéo rộng góc mắt.



9. JENNIFER LOPEZ

SẢN PHẨM: L'Oréal Paris Infallible Pro-Matte Gloss in Rouge Envy + Nude Allude + Forbidden Kiss
TIP: Kết hợp ba màu son khác nhau để tạo ra hiệu ứng ombre tươi sáng với màu đỏ burgundy ở ngoài cùng, mờ dần vào lòng môi.



10. ROSIE HUNTINGTON WHITELEY

SẢN PHẨM: Diorskin Nude Air Glowing Gardens Illuminating Powder
TIP: Sử dụng phấn phủ ánh nhũ tap nhẹ vào trán, má và cằm để tạo ra ánh sáng lung linh nhẹ nhàng trên gương mặt.



11. KIRSTEN DUNST

SẢN PHẨM: Chanel's Sunkiss Ribbon blush



12. SAOIRSE RONAN

SẢN PHẨM: La Solution 10 De Chanel Sensitive Skin Cream Moisturiser + Hydra Beauty Nourishing Lip Care
TIP: Pha trộn một chút kem dưỡng ẩm vào phấn nền để tạo ra lớp nền glow, ẩm, sáng và mịn màng.



13. KATE WINSLET

SẢN PHẨM: Lancôme's Hypnôse Star Eyes Palette in Brun Adoré + Hypnôse Doll Lashes Waterproof Mascara



14. MAGGIE GYLLENHAAL

SẢN PHẨM: La Mer's hydrating mask + La Mer's renewal oil
TIP: Cho một chút Oil lên gò má để tạo ra hiệu ứng bóng (glow) khoẻ khoắn và tươi sáng cho gương mặt.

SHU UEMURA DRAWING CRAYON

Giá: 600.000 VND

Điểm cộng: Sáp mắt dạng bút màu pastel cực kỳ tiện lợi, cho màu sắc tươi tắn và trẻ trung, lâu trôi.

BEAUTY BLENDER PREP. PRETTY.CLEAN

Điểm cộng: Bộ set dụng cụ trang điểm của thương hiệu nổi tiếng Beauty Blender giúp công việc dưỡng da và trang điểm trở nên hiệu quả và dễ dàng. Sản phẩm bán chạy nhất của Beauty Blender trong nhiều năm.

LANCÔME TEINT MIRACLE COMPACT

Giá: 1.250.000 VND (lời), 450.000 VND (vỏ hộp)

Điểm cộng: Phần nền dạng nén có chất bột mịn và đặc như kem, tạo thành lớp che phủ mịn màng như một làn da thứ hai, mang đến một hiệu quả tinh tế kinh ngạc.

EDITOR'S picks

Những sản phẩm này nằm trong danh mục phải có của chúng tôi trong tháng 2 bởi hiệu quả tuyệt vời và sự tiện dụng đánh kinh ngạc mà chúng mang lại.

Khánh Minh

BVLGARI OMNIA PARAIBA

Điểm cộng: Mùi hương trẻ trung và sôi nổi với hương trái cây cùng rượu vỏ cam đầy ma mị và mê hoặc.

Giá: 1.130.000 VND (25ml)

NARS AUDACIOUS LIPSTICK

Điểm cộng: Màu sắc tươi sáng ấn tượng và vô cùng bền màu. Vô cùng thích hợp cho những đêm tiệc.

BUMBLE HAIRDRESSER'S INVISIBLE OIL

Điểm cộng: Dầu dưỡng tóc nhẹ nhàng cải thiện da đầu khô và đem lại các lọn tóc mềm mà không bết. Thích hợp cho mọi loại tóc.

THE BODY SHOP DROPS OF YOUTH™ YOUTH CREAM

Giá: 1.199.000 VND

Điểm cộng: Chứa tế bào gốc Hoa Nhung Tuyết giàu leontopodic acid, được khoa học chứng minh có tính bảo vệ các tế bào và ngăn ngừa lão hóa hiệu quả gấp 3 lần so với Vitamin C.

PETER THOMAS ROTH RETINOL FUSION PM

Điểm cộng: Với những thành phần siêu hiệu quả như Retinol, Vitamin C, vitamin E, loại serum này giúp tái tạo da ở cấp tế bào. Được đánh giá rất cao trên các diễn đàn làm đẹp thế giới.

ĐẶC BIỆT HƠN, KHUYẾN MÃI
VỚI MÁY COLLAGENIC
HIỆU QUẢ CỦA QUÁ TRÌNH TRẺ HOÁ.

50%



NHÂN DỊP KHAI TRƯƠNG CƠ SỞ 2, BLOOM SPA GỬI TỚI TẤT CẢ KHÁCH HÀNG CÁC ƯU ĐÃI VÔ CÙNG HẤP DẪN

Duy nhất tại cơ sở hai, Tầng 2 Trung tâm thương mại Indochina Plaza
(Toà nhà IPH) 241 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội.



Dịch vụ Giảm béo và Triệt lông 30%



Dịch vụ tẩy trắng 38%



Dịch vụ chăm sóc da 20%

CƠ SỞ 1: 352 XÃ ĐÀN – ĐỒNG ĐA – HÀ NỘI

Tel: 04 3688 5588

Hotline: 012 36885588

CƠ SỞ 2: TẦNG 2 TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI INDOCHINA PLAZA
(TOÀ NHÀ IPH) 241 XUÂN THỦY, CẦU GIẤY, HÀ NỘI.

Tel 04 3781 5566

Hotline: 012 6866 5566 - 012 9866 5566



BLOOM
JAPAN BEAUTY STYLE SPA

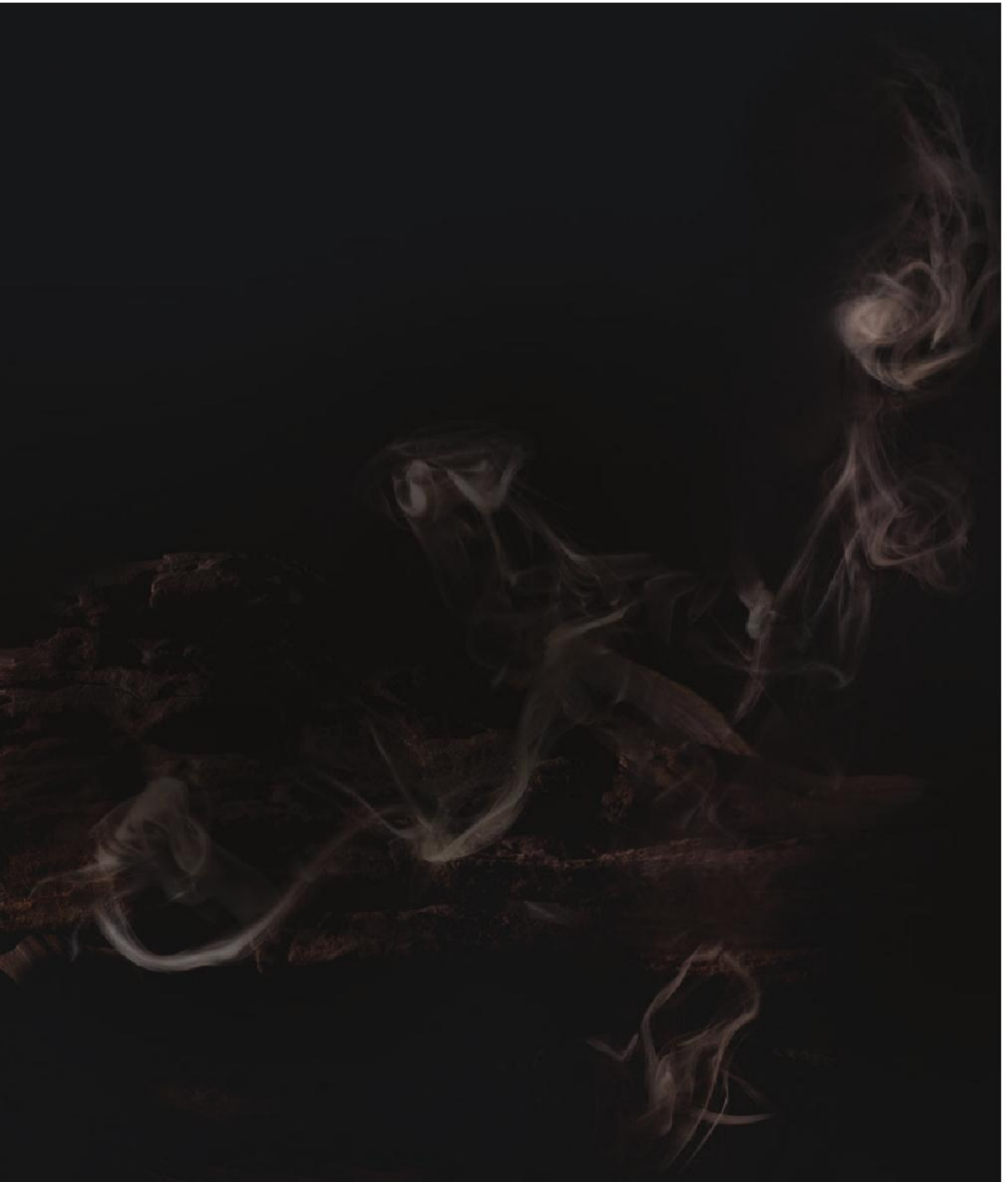
日本の最新美容への追求

SỰ TRỞ LẠI CỦA QUYỀN NĂNG

Những mùi hương đậm, gây choáng ngợp của thập niên 80 đang có
sự trở lại ngoạn mục.

Thành Hào





Nếu bạn đứng trong một thang máy đông người ở thập niên 80, chắc chắn bạn sẽ bị bao phủ trong một hương vị không thể nào quên: những mùi nước hoa đậm xộc thẳng vào mũi không khoan nhượng. Đó là kiểu mùi rất ấn tượng, rất gây shock với một sự khẳng định mạnh mẽ về cái Tôi.

THẬP NIÊN 80 TRỞ LẠI

Trong thế giới nước hoa, thập niên 80 là thời đại của những mùi hương mạnh mẽ để phụ nữ chứng tỏ cá tính. Nước hoa được thiết kế để bao phủ quanh họ như những đám mây và chứng minh sự hiện diện của người xúc nó một cách ấn tượng. Những mùi hương kiểu này có thể lan tỏa hàng chục mét và sẽ chẳng dễ chịu gì cho lắm với những ai đứng quá gần. Những cái tên hot có thể kể ra ở đây là Poison, Opium, Obsession - những mùi hương “đen tối” tiêu biểu cho cá tính, tình dục và sự giải phóng bản ngã.

Sang đến đầu thế kỷ XXI, những mùi hương này bị cạnh tranh mạnh mẽ bởi khuynh hướng tối giản vốn ưa chuộng sự đơn giản, thanh lịch. Những nước hoa nhẹ nhõm với mùi đại dương, mùi rêu sỏi, mùi nước được giới trẻ ưa chuộng hơn và bỗng nhiên tạo ra một chuẩn mực mới về sự tinh tế.

Sau hơn một thập niên thống trị của sự tối giản, chúng tôi đang nhận ra vài sự dịch chuyển mới, một trong số đó là sự quay trở lại của những mùi hương đậm. Tất nhiên vẫn chưa có sự bùng nổ nào, nhưng rõ ràng thế hệ Y Millennials (sinh năm 1980 – 2000) không hề dè dặt với những mùi hương phức tạp kiểu Tom Ford. Họ đang để mắt đến xu hướng mùi mạnh mẽ, phức tạp và gợi cảm – vốn có rất nhiều tương đồng với những nước hoa cổ điển của năm 80.

Tuy nhiên, sự trở lại lần này của những mùi hương đậm không hoàn toàn lặp lại các bậc tiền bối với những note mùi hoa, gia vị hay powder. Chúng thậm chí còn mạnh bạo hơn và unisex hơn với sự gia tăng của mùi da, mùi incense hay mùi oud (trâm hương). Những ngày này, phụ nữ không thể hiện cá tính bằng mùi thơm ngọt nhẹ của hoa hay cam. Nếu thích gây ấn tượng, họ sẽ chọn một mùi hương đậm đầy sức mạnh, quyến rũ và sáng tạo. Một mùi hương kiểu Tom Ford, Comes de garcon, By kilian hay Serge Lutens.

Để minh chứng cho điều này, hãy lấy ví dụ về Oud - hoặc Oudh, tùy thuộc vào nơi bạn đang ở trên thế giới. Thành phần này đã bùng nổ trong các mùi hương từ phổ thông tới cao cấp, và đặc biệt được ưa chuộng trong những khách hàng trẻ tuổi. Nhiều người cho rằng sự bùng nổ này xuất phát từ cú hit ấn tượng của Tom Ford's Oud Wood, được giới thiệu trong năm 2007. Oud đặc biệt thích hợp khi pha trộn với những note smoky (khói) hay musky (xạ hương), cộng với vài lát cắt của hoa hay kẹo ngọt để tạo ra sự say đắm.

Oud được cả hai giới ưa thích. Nó không quá nữ tính kiểu sến sẩm, đồng thời cũng không quá nam tính kiểu cứng rắn. Kết hợp với những câu chuyện huyền bí về cánh rừng phương Đông xa xôi, oud có một

sắc thái bí ẩn khó cưỡng. Mặt khác, nó được những thương hiệu thời thượng khai thác nhiều đến nỗi, thay vì gợi ra cảm giác cổ điển già cỗi, nó lại mang đến sự năng động, hiện đại – một sự kết hợp nghe có vẻ phi lý, lạ lùng nhưng rõ ràng đã xảy ra.

Thật khó mà đếm hết sự bành trướng của Oud trong những năm qua. Roja Dove, thương hiệu nước hoa cao cấp của Anh nổi tiếng khắp châu Âu và Trung Đông vì những chai nước hoa OUD của mình (sử dụng tinh dầu trâm hương thực sự và có mức giá hơn 500 USD một chai). Mùa hè năm 2015, Roja Dove giới thiệu dòng nước hoa Tutti Frutti Aoud để tấn công mạnh mẽ vào giới trẻ. Tutti Frutti Aoud cắt giảm sự mạnh mẽ của trâm hương, nhưng thay vào đó rất nhiều note mùi lâu bền như hoắc hương, đàn hương, ladanum hay olibanum...

Trong tháng Mười, Diptyque – thương hiệu nước hoa Pháp giới thiệu mùi hương Oud đầu tiên của mình, Oud Palao. Myriam Badault, giám đốc sáng tạo của thương hiệu, gọi oud là “cây hoắc hương mới.” “Mạnh mẽ và phức tạp, những chai nước hoa của sự sáng tạo đang quay trở lại”, Myriam nhận xét “Chúng tôi thực sự cảm thấy rằng các perfumer sẽ không phải tự hạn chế mình trong những mùi hương “sạch” hao hao như nhau nữa”.

Những hương thơm “sạch” mà bà Badault ám chỉ đã thống trị nhiều thập kỷ qua, được những thương hiệu lớn sở hữu và tôn vinh như những mùi hương “không bao giờ xúc phạm đến mũi”. Hãy nghĩ về những đại diện nổi tiếng của nó: Acqua di Gioia của Armani hay L'Eau par Kenzo của Kenzo. Lê dĩ nhiên, xu hướng “sạch” này hoàn toàn chưa hề suy tàn. Để tránh khủng hoảng đơn điệu đã diễn ra trong các năm qua, xu hướng “sạch” đang tự đổi mới mình với các note mùi mới như mùi mưa, mùi đất và mùi thảo mộc.





GIÁC MƠ TRUNG ĐÔNG

Sự khác biệt trong nước hoa ngày càng được chú ý. “Người ta không ngại thử những mùi hương mới từ những thương hiệu nhỏ không phân phối rộng rãi. Thậm chí, những thương hiệu niche có hệ thống phân phối chọn lọc đang được tìm kiếm nhiều hơn là những thương hiệu toàn cầu”, Anna Young – một cựu diễn viên từng bán nước hoa tại Brooklyn nhận xét “Tôi từng chứng kiến một nhóm 20 phụ nữ trẻ ăn mặc sành điệu. Họ tiến thẳng đến một chai nước hoa có tên là Coven, của nhà sản xuất nước hoa độc lập Andrea Maack. Mùi hương này rõ ràng đã kết hợp cả hai yếu tố “sạch” và “mạnh mẽ” trong nó khi sử dụng các note truyền thống của phương Đông như mùi gỗ, mùi gia vị để pha trộn với các note mùi hiện đại như mùi cỏ mới cắt và mùi đất ẩm. Coven có mùi rất hăng, kéo dài rất lâu nhưng đó là thứ mùi hăng dễ chịu như khi bạn đi dạo nhiều giờ trong một khu rừng mưa”.

Rõ ràng, sự ra đời của hàng loạt những trang web, những blog am hiểu về nước hoa đã cải thiện khá nhiều sự lựa chọn của giới trẻ hiện đại. Nhiều blogger hoạt động trong ngành công nghiệp nước hoa và không ngại đưa ra những nhận xét chuyên sâu về những mùi hương đang tồn tại trên thị trường. Điều này thúc đẩy phản ứng dây chuyền của giới trẻ, giúp họ có những đánh giá sâu hơn về nước hoa và không ngại mở rộng phạm vi tìm kiếm mùi hương yêu thích. “Mọi người đang cố gắng để tránh xúc những mùi hương nhạt nhẽo, giống y như đồng nghiệp của họ. Họ muốn những thứ phức tạp hơn, sáng tạo hơn”, Anna bình luận.

Josie Alycia Plumey, chuyên gia về nước hoa ở Osswald (SoHo), nhận xét về sự tương đồng giữa giới trẻ hiện nay và những năm 80: “Họ muốn bước vào một căn phòng, bước ra và được ghi nhớ. Họ muốn người khác hỏi họ: bạn đang dùng nước hoa gì, thay vì lời khen đơn giản của những năm 90: mùi hương dễ chịu quá”.

Một dấu hiệu cho thấy phụ nữ đã sẵn sàng để sử dụng những mùi hương táo bạo hơn, theo bà Plume, là sự phổ biến của những mùi hương Trung Đông. Đó là những mùi hương vốn dành riêng cho thị trường này, nhưng càng ngày càng được giới trẻ Âu và Á tìm kiếm. Nước hoa Trung Đông thường có mùi xạ hương ủ chua rất mạnh mẽ, kết hợp với lựu gỗ và nhựa thơm dồi dào. Trong tháng 11 vừa qua, Bond No. 9 giới thiệu 3 mùi hương lấy cảm hứng từ Trung Đông, như một phần trong bộ sưu tập Dubai sang trọng của mình.

Những mùi hương kiểu Trung Đông này có quá trình thực hiện không đơn giản, với tất cả những kỹ thuật phức tạp của người Pháp kết hợp với những kỹ thuật phức tạp không kém của người Trung Đông. Nước hoa có cấu trúc dày, nhiều lớp, với hương nền thường là bakhoor (gỗ, nhựa thơm), và sự kết hợp của tinh dầu attar (thường từ thảo mộc hoặc hoa hồng).

Eric Weiser, một chủ sở hữu của Twisted Lily – trang thương mại điện tử về nước hoa đặt trụ sở tại New York, nhận thấy nhu cầu cho những mùi hương kiểu này đang tăng cao. Những chai nước hoa Memoir và Lyric của Amouage (thương hiệu niche có trụ sở tại Oman) bán rất chạy, trong khi giá mỗi chai tầm 400 USD. Twisted Lily mới nhập một dòng nước hoa từ Thổ Nhĩ Kỳ là Nishane – cái tên chắc chắn nhiều người chưa từng nghe thấy. “Nishane nhanh chóng thu hút được sự chú ý của rất nhiều khách hàng, ví dụ như mùi Pachuli Kozha. Nó không giống như bất kỳ mùi hoặc hương nào mà bạn đã ngửi trước đó. Có mật ong, mùi đất và những nose mùi gourmand sang trọng, nhắc tôi nhớ tới mùi đường phố của Istanbul.”

Không phải đám mây của kẹo ngọt và hoa, những mùi hương quyền năng mới sẽ đưa bạn tới những miền bí ẩn hoàn toàn riêng lẻ và độc đáo, tùy theo lựa chọn của chính bạn.



NHỮNG TIPS MAKE UP không thể bỏ qua

Có hàng trăm bí quyết make up ngoài kia nhưng bao nhiêu % trong số chúng thực sự hữu hiệu với bạn? Style tổng kết những bí quyết make up được đánh giá cao nhất hiện nay vì tính thực tế và hiệu quả của nó.

Thanh Hoa

Phấn



1. GIỮ PHẤN NỀN KHÔNG LOANG LỎ TRÊN MẶT SAU VÀI GIỜ?

Phấn nền loang lổ thường xảy ra với kiểu da hỗn hợp, sau một thời gian trang điểm thì các khu vực khác nhau bắt đầu có hiện tượng đổ dầu khác nhau, khu vực đổ nhiều dầu hơn như vùng chữ T sẽ hoà tan phấn nhanh hơn các khu vực khác, dẫn đến các vết loang. Tất nhiên bạn đã nghe nói về việc nhất định phải áp dụng kem lót (primer) trước khi sử dụng foundation để giữ lớp nền được lâu hơn. Giải pháp này là đúng đắn nhưng bạn phải lưu ý thêm:

+ Primer và Foundation phải có cùng cấu trúc: ví dụ đều có cấu trúc dạng nước (water based), hoặc đều có cấu trúc dạng dầu (oil based), hoặc đều có cấu trúc dạng silicone (silicone based). Cùng cấu trúc sẽ giúp hai sản phẩm tương thích và giữ được lâu hơn. Đó là lý do vì sao nhiều khi chúng ta được khuyên rằng nên mua một dòng sản phẩm của một hãng.

+ Dùng cọ chứ không dùng tay. Dùng tay sẽ rất hợp nếu bạn có da khô vì độ ẩm của tay sẽ làm phấn tan ra và thấm vào da tốt hơn, nhưng nếu da dầu, nhiệt độ của tay chỉ khiến phấn phân bố không đều trên da, mỏng đậm khác nhau dẫn đến nguy cơ loang lổ. Tốt nhất nên dùng cọ phẳng dành cho phấn nền chuyên dụng.

2. GIỮ PHẤN NỀN KHÔNG BỆT?

Phấn nền бет xảy ra khi mật độ phấn không đều và da khô. Phấn sẽ đóng thành vệt trên da. Tình trạng này sẽ chấm dứt nếu bạn dưỡng ẩm đủ cho da, hoặc chọn được một loại nền có độ ẩm tốt. Nhưng giả sử đang giữa một sự kiện, và bạn phát hiện mình bị бет phấn thì giải quyết nhanh ra sao?

+ Thoa một chút kem dưỡng ẩm vào ngay phấn bị бет và massage cho đến khi các vệt бет tan ra. Sau đó xem xét tổng thể, pha một chút nền vào kem dưỡng ẩm, dùng ngón tay để sửa chữa nhanh ở khu vực bị бет.

3. TẠO RA HIỆU ỨNG PHỦ SƯỜNG VỚI PHẤN NỀN BÌNH THƯỜNG?

Rất nhiều phụ nữ da thường thích kiểu trang điểm trong suốt, với độ bóng khoẻ khoắn như Hàn Quốc. Có nhiều công cụ phấn như phấn Cushion sẽ giúp bạn có được làn da như thế này. Nhưng nếu bạn đang còn một lọ nền dùng dở thì có một biện pháp nhanh như sau:

+ Pha một chút kem lô hội (hay serum) vào phấn nền. Nếu thấy chúng hoà tan một cách mịn màng thì có thể sử dụng được. Dùng hỗn hợp này lên da, bạn sẽ thấy ẩm và mịn hơn với lớp nền trong suốt tự nhiên.



1. MUỐN MẮT ĐỖ TO VÀ LÒI HƠN?

- + Kẻ đậm ở nửa mí mắt trên và dưới, dài ra khỏi đuôi mắt khoảng 2-3 mm.
- + Dán mí giả chỉ ở nửa đuôi mắt, chú ý lựa chọn loại mí giả không cong để phần mí sụp xuống che bớt phần trắng của mắt. Thủ thuật này giúp ánh nhìn dịu đi.
- + Dùng phấn màu nâu ở phần đuôi mắt để tạo cảm giác mắt sâu hơn.

2. MUỐN ĐƯỜNG VIỀN MÍ NỔI BẬT HƠN MỘT CÁCH TINH TẾ?

- + Thay vì kẻ viền mí ở ngoài mí, hãy lật mí lên và kẻ sát mí ở dưới mí. Đường viền nhỏ này sẽ hoà vào chân mí và khiến mí mắt trở nên sắc sảo hơn mà không ai phát hiện ra là bạn đã kẻ viền mí.
- + Với viền mí dưới, không sử dụng loại bút eyeliner đen đậm, chỉ nên dùng loại chì màu xám. Kẻ nhẹ nhàng lên mí dưới ở sát chân mí. Màu xám sẽ làm mí sắc sảo hơn một cách tự nhiên nhưng không khiến mắt bị già đi như khi bạn sử dụng màu đen.

3. MUỐN ĐÔI MẮT NHƯ TRẺ HƠN?

- + Luôn luôn dùng một ít concealer (che khuyết) màu sáng hơn màu da ở vùng tam giác dưới mí mắt, sau đó hoà trộn thật kỹ vào tổng thể phần của cả khuôn mặt. Thủ thuật này khiến mắt nhìn trẻ hơn và làm tổng thể khuôn mặt sáng hơn. Ngay cả khi mắt không có quầng thâm cũng nên áp dụng phương pháp này.
- + Dùng một ít che khuyết hoặc phấn highlight (màu sáng) kẻ sát lông mày để nâng cao vùng chân mày. Bí quyết này giúp chân mày nhìn cao hơn và đôi mắt trông trẻ hơn.

4. MUỐN HÀNG MI DÀY ĐẬM HƠN MÀ KHÔNG CẦN DÙNG MASCARA?

- + Kẻ viền mắt đen đậm ở sát dưới mí (cẩn lật nhẹ mí lên để kẻ từ dưới), hoà trộn vào giữa chân các sợi mi để mi nhìn dày hơn.

5. ĐỂ UỐN MI HIỆU QUẢ HƠN?

- + Sấy dụng cụ uốn mi với máy sấy tóc khoảng 2 phút trước khi uốn mi.

6. ĐỂ ĐƯỜNG KẼ MẮT LÂU BỊ NHOÈ MÀ KHÔNG MUỐN DÙNG KẼ MẮT CHỐNG NƯỚC?

- + Kẻ mắt chống nước có độ bền vô địch nhưng lại rất khó để tẩy đi và mất rất nhiều thời gian. Đôi khi, bạn chỉ muốn dùng một cây chì nhẹ nhàng để kẻ mắt cho đỡ mất thời gian. Sau kẻ mắt xong, dùng cọ phấn dặm lại trên đường kẻ một chút phấn phủ trong suốt là ổn.

7. CHỈ CÓ CHỈ KẼ MẮT NHƯNG LẠI MUỐN TẠO RA ĐƯỜNG KẼ ĐẬM NHƯ GEL?

- + Chỉ kẻ mắt rất tiện khi bạn muốn một đường kẻ mờ, mỏng. Nhưng cũng có lúc bạn muốn một đường kẻ đậm và rõ nét như gel thì cách đơn giản nhất là hơ đầu chì qua lửa trong 1s, sau đó để nguội 15 s và thử lại trên mu bàn tay trước khi kẻ lên mắt. Phương pháp này thường tăng độ đậm của chì lên ít nhất 40%.
- 8. Làm giảm bọng mắt bằng cách nào?
- + Dùng kem che khuyết tối màu hoà trộn lên chính vùng bọng mắt: màu tối thường được dùng để thu gọn và làm mọi thứ nhìn nhỏ lại. Trong trường hợp này cũng vậy, màu tối sẽ khiến diện tích bọng mắt bị kéo lại và gần với màu da phía dưới hơn. Dùng kem che khuyết màu sáng sẽ khiến hiệu quả ngược lại: diện tích của bọng mắt sẽ được làm nổi bật hơn.

Môi



1. TẠO RA MỘT LOẠI TẨY DA CHẾT ĐƠN GIẢN TẠI NHÀ MÀ KHÔNG QUÁ PHIÊN PHỨC?

+ Pha một ít đường vào sữa rửa mặt rồi rửa mặt như bình thường. Đường là một thành phần tẩy da chết hiệu quả. Chỉ nên áp dụng phương pháp này 1-2 lần/tuần.

2. ĐỂ SON MÔI LÊN MÀU ĐẸP HƠN?

+ Buổi tối sau khi đánh răng xong thì dùng bàn chải đánh răng chà nhẹ vào môi để tẩy da chết.

3. ĐỂ SON MÔI KHÔNG CHỜM LÊN PHẦN CHỮ M GIỮA MÔI?

+ Kẻ một dấu nhân giữa lòng môi, sau đó thoa son đè chờm lên theo hình chữ M mà dấu nhân này tạo ra.

4. CÁCH ĐƠN GIẢN NHẤT ĐỂ TẠO RA KIỂU SON LÒNG MÔI CỰC TỰ NHIÊN?

+ Đó là tô son đậm ở giữa lòng môi sau đó dùng ngón tay để thoa son môi nhẹ nhàng lên trên và dưới môi.

5. ĐỂ TẠO RA HIỆU ỨNG MỜ (MATTE) TRÊN MÔI TRONG KHI SON LẠI KHÔNG PHẢI LÀ LOẠI SON MỜ?

+ Sau khi tô son, dùng một chút phấn phủ trong suốt tap nhẹ lên môi. Phấn phủ sẽ hút hết phần bóng của son và để lại hiệu ứng mờ.

6. ĐỂ ĐÔI MÔI ĐẦY ĐẸN HƠN, GỢI CẢM HƠN?

+ Chấm hai chấm son bóng ở chính giữa môi, trên và dưới, sau đó bặm môi một cách nhẹ nhàng.

+ Dùng một chút phấn nhũ áp lên môi dưới rồi bặm môi một cách nhẹ nhàng.

7. MÀU MÔI VÀ MÀU MÁ CÓ NÊN KHÁC MÀU?

+ Cũng không có vấn đề gì lớn nếu môi và má có màu khác nhau, nhưng khuôn mặt sẽ tinh tế hơn rất nhiều nếu môi và má cùng một tone màu. Ví dụ, môi và má cùng tone màu hồng, hay cam, hay nâu. Đây là lý do rất nhiều thương hiệu cho ra mắt các sản phẩm tint dành cho môi và má cùng một lúc: bạn chỉ việc sử dụng một tone màu cho cả hai.



LANCÔME L'Absolu
Rouge Definition
Giá: 850.000 VND

Bourjois Rouge Edition
Giá: 405.000 VND

Sisley Hydrating Long
Lasting Lipstick
Giá: 1.030.000 VND

Son bệt The Body Shop
COLOUR CRUSH™ LIP-
STICK Giá 429.000 VND

Son Shiseido Perfect Rouge
Giá 750.000 VND

Son MAC MINERALIZE
RICH LIPSTICK
Giá: 700.000 VND

Clé de Peau Beauté
Extra Rich Lipstick
Giá: 1.550.000 VND



DANH SÁCH PHẢI LÀM KHI NÂNG MŨI

Có một danh sách những việc cần làm và không nên làm khi thực hiện nâng mũi, bạn có biết?

Khánh

TRƯỚC KHI PHẪU THUẬT

1. Điều quan trọng là phải ngưng sử dụng thuốc aspirin, ibuprofen, vitamin E và tất cả mọi loại thảo dược bổ sung hai tuần trước và hai tuần sau khi phẫu thuật sửa mũi của bạn.
2. Ngưng hút thuốc trong ít nhất 2-4 tuần trước khi phẫu thuật. Sức công phá khủng khiếp của Nicotine có thể ức chế sự chữa lành.
3. Hãy chắc chắn rằng bạn có rất nhiều son dưỡng môi và đồ uống mát trong tầm tay. (Miệng của bạn sẽ rất khô vì nhiều khi phải thở qua đường miệng.)
4. Tranh thủ sự giúp đỡ của người thân hoặc bạn bè với những đêm sau phẫu thuật. Thật tuyệt vời nếu có người ở bên cạnh để chăm lo cho bạn.
5. Hãy chắc chắn rằng bạn và bác sĩ đang cùng có ý tưởng về những gì cần phải làm với mũi của bạn. Trình bày hết những gì bạn mong muốn cũng như những gì bạn lo lắng. Đây là cơ hội cuối trước khi bạn bước lên bàn phẫu thuật. Đừng để hối tiếc vì đã không nói những gì cần thiết. Nếu bạn không nói mà chỉ gật đầu với những gì bác sĩ đề nghị, nhiều khi họ không hiểu hết mong muốn của bạn và sẽ tiến hành ca phẫu thuật theo những gì mà họ cho là tốt nhất – điều đáng tiếc là đôi khi những gì bác sĩ cho là tốt nhất và người nâng mũi cho là tốt nhất lại không hề giống nhau.
6. Hoàn tất hết những công việc nặng trước khi phẫu thuật. Sau phẫu thuật, bạn cần tránh nâng vật nặng trong ít nhất ba tuần sau khi phẫu thuật.
7. Mặc quần áo thoải mái khi đi thực hiện phẫu thuật. Khuyến khích sử dụng loại quần áo có nút cài hay khoá kéo hơn là quần áo chui đầu, tránh trường hợp phải chui đầu qua mũi khi vừa phẫu thuật xong. Bạn cũng nên chuẩn bị vài bộ quần áo mặc ở nhà với cúc áo dành cho những ngày đầu sau phẫu thuật.

SAU PHẪU THUẬT

1. Nâng cao đầu của bạn trong khi ngủ để giảm sưng.
2. Tránh cúi xuống và chạm mũi vào bất cứ thứ gì như vật nuôi, con nhỏ, tránh tập luyện và căng thẳng trong hai tuần sau khi phẫu thuật.
3. Một chế độ ăn ít muối được khuyến cáo để giúp giảm thiểu ứ dịch trong mũi. Đây là chế độ ăn uống nên bắt đầu bắt đầu từ hai ngày trước khi phẫu thuật.
4. Ăn thức ăn mềm trong tuần đầu tiên hoặc tuần thứ hai sau khi phẫu thuật.
5. Không nên đeo kính trong bốn tuần sau khi nâng mũi. Nếu bạn nhất thiết phải đeo kính, bạn nên băng chúng vào trán hoặc sử dụng một số loại đệm như bọt biển để nêm vào giữa kính và mũi. Điều này sẽ cho phép bạn đeo kính nhưng không làm vỡ mũi.
6. Mang kem chống nắng và mũ cho đến vài tháng sau khi phẫu thuật để thúc đẩy chữa lành và ngăn ngừa viêm sung.
7. Khi nào thì có thở bằng đường mũi:
 - + Nâng mũi mà không can thiệp đến vách ngăn: có thể thở bằng mũi sau hai tuần phẫu thuật.
 - + Nâng mũi có can thiệp đến vách ngăn: có thể thở qua mũi sau 4-6 tuần phẫu thuật.
 - + Nâng mũi và can thiệp sâu vào vách ngăn (ví dụ như sửa vách ngăn

bị thủng): có thể thở mũi sau 12 tuần phẫu thuật.

8. Tuyệt đối tránh xì mũi, hắt hơi trong hai tuần sau khi phẫu thuật.
9. Các triệu chứng sưng tấy là bình thường. Tùy cơ địa, quá trình sưng sẽ diễn ra vài tuần hoặc vài tháng, thậm chí một hoặc hai năm để hoàn toàn lành lặn 100%. Không cần quá lo lắng vì điều này.

15 CÂU HỎI NHẤT ĐỊNH PHẢI BIẾT

Nâng mũi không phải là một phẫu thuật thẩm mỹ phức tạp. Về kỹ thuật cơ bản, nó khá đơn giản. Nhưng để tạo ra một chiếc mũi “hoàn hảo”, tức là ăn khớp với gương mặt, đẹp tự nhiên thì kinh nghiệm và kỹ thuật cá nhân của bác sĩ là cực kỳ quan trọng. Hãy lựa chọn cẩn thận người sẽ nâng mũi cho bạn. Nếu bạn giao phó công việc cho một trung tâm thẩm mỹ nào đó mà không quan tâm đến “lý lịch” của bác sĩ thì cực kỳ không nên.

Dưới đây là danh sách 15 thông tin tiêu chuẩn mà bạn cần tìm hiểu hoặc hỏi thẳng bác sĩ trước khi nâng mũi. Đây không phải là thời điểm quan tâm đến cảm xúc của người khác hay e dè vì sợ mình sẽ mất lịch sự. Bạn trả tiền và bạn có quyền biết được những điều này. Nếu Trung tâm thẩm mỹ hoặc chính bác sĩ cảm thấy phật ý hoặc từ chối cung cấp thông tin, điều đó chứng tỏ hai vấn đề: thái độ làm việc của họ rất kém chuyên nghiệp hoặc họ biết rằng họ không có đủ những thông tin mà bạn muốn. Trong cả hai trường hợp, bạn nên cân nhắc đến một địa chỉ khác – một vị bác sĩ giỏi không bao giờ từ chối cung cấp thông tin cho khách hàng, thậm chí nếu các “tác phẩm” cũ của họ rất thành công, họ không ngại cung cấp cho bạn tất cả những thông tin hoặc hình ảnh cần thiết để quảng cáo cho điều ấy.

1. Bằng cấp và đào tạo của bác sĩ?
2. Đã có bao nhiêu năm kinh nghiệm khi thực hiện phẫu thuật mũi?
3. Ca phẫu thuật mũi gần nhất của vị bác sĩ này là khi nào?
4. Đọc kỹ đánh giá của những người đã từng đến vị bác sĩ này sửa mũi trước đó (lưu ý loại trừ những đánh giá ảo).
5. Nếu phẫu thuật mũi không ưng ý, vị bác sĩ này có “chính sách bảo hiểm” như thế nào?
6. Tỷ lệ những người phải chỉnh sửa sau lần phẫu thuật thứ nhất ở vị bác sĩ này có nhiều không?
7. Vị bác sĩ này sẽ mất bao lâu để thực hiện một ca nâng mũi như của bạn?
8. Biến chứng tiềm tàng và nguy cơ rủi ro ở một ca nâng mũi như của bạn là như thế nào?
9. Loại kỹ thuật nào mà bác sĩ sẽ sử dụng trên chiếc mũi của bạn?
10. Loại thuốc gây mê nào sẽ được sử dụng và cơ chế của nó ra sao? Bạn sẽ mất bao lâu để cảm thấy tê, bao lâu để phục hồi cảm giác trở lại?
11. Những vấn đề mà bạn cần lưu ý trước và sau khi nâng mũi?
12. Những dấu hiệu nào cho thấy một biến chứng bất ngờ còn những dấu hiệu nào là thông thường, không đáng lo ngại?
13. Đề nghị bác sĩ cho bạn xem hình ảnh thực tế các bệnh nhân của ông: trước và sau khi nâng mũi, quá trình điều trị.
14. Khi nào bạn có thể tập thể dục trở lại? Khi nào bạn có thể hít thở bằng mũi trở lại? Nếu bằng mũi bị lỏng lẻo bạn cần xử lý như thế nào? S
15. Thời gian chữa lành hoàn toàn sau quá trình nâng mũi của bạn là bao lâu?



RETINOIDS

vô địch chống lão hoá

Không phải thực phẩm chức năng collagen, không phải các loại oil thảo dược, không phải Peptides, thành phần đáng chú ý nhất trong công cuộc chống lão hoá chính là Retinoids.

Khánh

Retinoids nổi lên như một ngôi sao trong công cuộc dưỡng da vài năm trở lại đây, đặc biệt được ưa chuộng bởi những phụ nữ có da mụn, lỗ chân lông lớn, da thô sần – những dấu hiệu của lão hoá sớm mà hiếm khi giải quyết được bằng bất cứ sản phẩm bôi nào. Tuy nhiên, sử dụng các sản phẩm retinoids cũng chưa bao giờ là đơn giản, nhất là khi bạn lạc vào một mê cung của các khái niệm retinol, retinoids hay Tretinoin. Rất nhiều người đang sử dụng Retinoids một cách thoải mái (do việc mua thuốc ở Việt Nam rất dễ dàng) nhưng vẫn hoàn toàn không hiểu được cơ chế hoạt động thực sự của thành phần này.

RETINOIDS LÀ GÌ?

Về cơ bản, Retinoids là phái sinh của vitamin A. Có rất nhiều hình thức khác nhau của Retinoids, trong đó một số hình thức được sử dụng như thành phần mỹ phẩm (Retinol, Retinyl palmitate), có thể mua mà không cần tới bác sĩ kê toa, độ kích ứng nhẹ, thường được khuyên dùng cho những người mới làm quen với các sản phẩm trong dòng vitamin A. Tuy nhiên, tác dụng chậm và ít cải thiện các vấn đề lớn của da. Ngược lại, một số hình thức khác bắt buộc phải có kê toa của bác sĩ, vì tác dụng nhanh và mạnh hơn, đồng thời cũng có độ kích ứng mạnh hơn (như tretinoin, adapalene và tazarotene).

NGUYÊN LÝ HOẠT ĐỘNG CỦA RETINOIDS

Da cần sử dụng một thành phần là acid retinoic để cải thiện các vấn đề như mụn, lão hoá, lỗ chân lông và thô sần. Hãy tưởng tượng Acid Retinoic là một loại “thức ăn”, sẽ tác động đến da ở cấp độ biểu bì để sửa chữa các vấn đề trên, đồng thời kích thích sản xuất collagen để bề mặt da trở nên đẹp hơn. Khi bạn bôi một loại kem Retinoids trên mặt, Retinoids sẽ được chuyển hoá thành Acid Retinoic cho da sử dụng. Tuy nhiên, vấn đề ở đây là bước chuyển hoá này diễn ra khác nhau ở các hình thức Retinoids khác nhau, dẫn đến việc thành phần này có thể hiệu quả hơn và tác động nhanh hơn thành phần kia.

CHỌN RETINOIDS MẠNH HAY YẾU?

Nhìn vào bảng danh sách (chưa đầy đủ) ở trên, bạn sẽ thấy các thành phần Retinoids được phân loại rất phong phú, trong đó chúng còn chia thành các nồng độ khác nhau, từ 0,025 cho đến 0,1%. Vậy bạn nên chọn loại Retinoids ở mức độ nào để đạt hiệu quả mong muốn?

Thường thì các thành phần Retinyl palmitate hầu như không có cải thiện gì đáng kể trên da. Chúng chỉ được thêm vào hộp kem dưỡng như một thành phần có lợi nói chung. Nếu da bạn đã đẹp sẵn, chỉ cần tập trung vào dưỡng ẩm đơn giản thì chúng tôi khuyên bạn nên chọn thành phần này.

Nếu bạn muốn cải thiện các vấn đề của da (bao gồm mụn, lỗ chân lông, cấu trúc da) thì cần xem xét các thành phần từ Retinol đến Tretinoin, trong đó mạnh nhất và hiệu quả nhất là Tretinoin, đồng thời cũng dễ kích ứng nhất và gây ra các phản ứng phụ rõ rệt nhất như bong tróc da.

Nên bắt đầu từ nồng độ thấp nhất là 0,025% để thử phản ứng của da. Nếu thấy ổn, hãy tiến lên nồng độ 0,05% rồi mới đến 0,1% là nồng độ cao nhất. Hầu hết các bác sĩ da liễu sẽ kê thuốc Differin cho mụn trứng cá vì nó là dạng kem bôi có hiệu quả vừa phải. Tuy nhiên, nếu Differin là không đủ mạnh cho bạn, bạn có thể thử di chuyển lên Retin-A.

NHỮNG PHẢN ỨNG THƯỜNG THẤY KHI SỬ DỤNG TRETINION

Da khô, bong tróc trong các tuần đầu tiên. Điều này là bình thường. Tretinoin và một số Retinoids mạnh có khả năng kích thích da và làm cho các tế bào da phân chia và chết nhanh hơn, làm tăng chu kỳ tế bào, làm giảm các lớp tế bào ở da. Ở bệnh nhân trứng cá, các tế bào mới thay thế các tế bào trứng cá, với chu kỳ tế bào nhanh ngăn cản trứng cá mới hình thành. Sau thời gian này, da sẽ đẹp hơn do được thay mới.

Mụn ẩn bị đẩy lên, gây ra các đốm mụn đầu đen hoặc mụn ở các khu vực sần mụn. Mụn ẩn nằm sâu trong da sẽ được đẩy ra lớp bề mặt da, tăng tốc để “chín” nhanh hơn, giải phóng da khỏi những ứ đọng lỗ chân lông. Tùy theo việc bạn có nhiều mụn ẩn dưới da hay ngay, quá trình này có thể kết thúc trong vài tuần hay vài tháng.

LƯU Ý KHI SỬ DỤNG TRETINION

- Không bôi trên da ẩm. Nước và tretinoin có thể tăng sự kích ứng trên da và khiến các phản ứng trở nên xấu hơn.

Cần phân biệt giữa quá trình đẩy mụn và kích ứng. Thường thì Tretinoin cần được sử dụng khi có sự tư vấn của bác sĩ, họ sẽ xem xét và nói cho bạn biết là bạn chỉ đang trong quá trình đẩy mụn thông thường hay đang gặp phản ứng kích ứng từ thuốc. Nhưng tại Việt Nam, rất nhiều phụ nữ tự mua Tretinoin nên không phân biệt được hai phản ứng này. Nếu bạn cảm thấy da ngứa rát, nổi đỏ khắp mặt, mụn bùng phát thì cần dừng sản phẩm ngay.

Nên bắt đầu sử dụng Tretinoin với liều thấp: ví dụ bắt đầu với nồng độ 0,025% và bôi 2-3 lần/tuần. Sau đó từ từ tăng dần liều lượng để da quen thuộc với các phản ứng của thuốc.

BÍ QUYẾT CHỌN KEM BÔI RETINOIDS

BẢNG LIỆT KÊ MỘT SỐ LOẠI KEM BÔI CHỨA RETINOIDS THEO TÁC ĐỘNG TỪ YẾU ĐẾN MẠNH	
THÀNH PHẦN	SẢN PHẨM
RETINYL PALMITATE - Tác động yếu, chậm. Ít kích ứng. Sử dụng thời gian dài, chủ yếu có trong mỹ phẩm	1. Boots No 7 Protect & Perfect Beauty Serum 2. Derma E Refining Vitamin A Creme 3. Estee Lauder Advanced Night Repair
RETINOL Tác động chậm, yếu. Cần sử dụng thời gian dài Một thành phần phổ biến trong mỹ phẩm. Nên sử dụng khi mới làm quen với các sản phẩm trong dòng vitamin A để tạo cơ chế cho da quen dần. Có thể cải thiện mụn, lỗ chân lông và các dấu hiệu lão hoá khác.	1. La Roche-Posay Redermic R - 0.1% retinol 2. Murad Age-Balancing Night Cream 3. Neutrogena Ageless Intensives line 4. Neutrogena Healthy Skin Anti-Wrinkle products 5. Neutrogena Rapid Tone Repair line 6. Paula's Choice RESIST Barrier Repair Moisturizer/Retinol 7. Paula's Choice RESIST Intensive Wrinkle-Repair Retinol Serum 8. SkinCeuticals Retinol 0.5 - 0.5% retinol 9. SkinCeuticals Retinol 1.0 - 1% retinol 10. Vichy LiftActiv Retinol HA Night
RETINALDEHYDE (retinal, vitamin A aldehyde) Tác động tương tự như Retinol nhưng mạnh hơn, tác dụng nhanh hơn. Cũng được sử dụng trong mỹ phẩm.	1. Avene D-Pigment Rich - 0.05% retinaldehyde 2. Avene Eluage Cream - 0.05% retinaldehyde 3. Avene Eluage Firming Gel - 0.05% retinaldehyde 4. Avene Retinal - 0.1% and 0.05% retinaldehyde
ADAPALENE Cần được bác sỹ kê toa. Tác động mạnh hơn và nhanh hơn. Áp dụng cho các trường hợp bị mụn và lão hoá sớm do mụn.	1. Differin 0.1% lotion 2. Differin 0.3% gel
TRETINOIN (RETINOIC ACID) Cần được bác sỹ kê toa. Tác động rất mạnh. Có thể có các phản ứng kích ứng như khô da, da bong tróc, đẩy mụn lên sau khi bôi. Các phản ứng này có thể hết sau 4-6 tuần. Thành phần phổ biến nhất đang được sử dụng tại Việt Nam trong dòng sản phẩm Retinoids	1. Retin-A 0.025% hay 0.01% gel 2. Retin-A 0.1%, 0.05%, và 0.025% cream 3. Obagi Nu-Derm Tretinoin
TAZAROTENE Cần được bác sỹ kê toa. Tác động rất mạnh với nguyên lý tương tự như Tretinoin.	1. Tazorac - 0.1% gel or cream 2. Avage - 0.1% cream 3. Zorac gel/cream
ISOTRETINOIN Cần được bác sỹ kê toa. Tác động rất mạnh với nguyên lý tương tự như Tretinoin Đường uống thông dụng hơn đường bôi, áp dụng cho trường hợp mụn nặng lâu ngày.	1. Isotrex - 0.05% gel 2. Isotrexin (có erythromycin) - 0.05% gel

RETINOL

Neutrogena Ageless
Intensives



Vichy LiftActiv
Retinol HA Night



La Roche Posay
Redermic R



Murad Age Balancing
Night Cream



Paula's Choice
RESIST Barrier Repair
Moisturizer Retinol



SkinCeuticals Retinol
0.5 - 0.5% retinol



RETINYL PALMITATE

Estee Lauder Advanced
Night Repair



RETINALDEHYDE

Avene D-Pigment Rich
0.05% retinaldehyde



Avene Eluage Firming Gel

ADAPALENE



TRETINOIN

Obagi Tretinoin chứa
0.1 % hoạt tính



Obagi Tretinoin chứa
0.05 % hoạt tính



Retin-A chứa 0.025% Tretinoin

MỸ NHÂN VIỆT ĐỘ SẮC TRONG “DẠ TIỆC HOA ANH ĐÀO”

Bài: Thu Hằng
Ảnh: Lý Võ Phú Hưng



Vừa qua, dàn người đẹp đình đám của showbiz Việt như: Ngọc Hân, Lan Khuê, Thúy Vân, Trúc Diễm, Huyền My, Tú Anh, Chi Pu, Diêu Hương... đã cùng tham dự Dạ Tiệc Hoa Anh Đào 2 - sự kiện do Công ty Cổ phần Thương mại và Dịch vụ Tâm Hiếu tổ chức.

Nếu như năm ngoái, Dạ Tiệc Hoa Anh Đào lần đầu ra mắt khiến khán giả rất hào hứng và bất ngờ bởi cách tổ chức mới lạ, hấp dẫn thì năm nay, Dạ Tiệc Hoa Anh Đào 2 lại gây ấn tượng bởi dàn "sao khủng" tham gia trong chương trình kỷ niệm 1 năm công ty chinh phục lòng tin của người tiêu dùng Việt Nam bằng những sản phẩm mỹ phẩm cao cấp nội địa Nhật Bản.

Dàn người đẹp Việt như: Ngọc Hân, Lan Khuê, Thúy Vân, Hạ Vi, Chi Pu, Diêu Hương, Tú Anh, Trúc Diễm, Huyền My, Hoàng Anh... cùng các ca sỹ như Minh Quân, Ngọc Anh, Tân Nhân, Hoàng Hải đã khuấy động không khí của đêm tiệc sang trọng tại Hà Nội. Điểm nhấn thú vị trong chương trình lần này là tất cả những người đẹp tham dự đều mặc Kimono và thử tài trong Gameshow - Khi Người Đẹp Nói.

Nếu như Á hậu Huyền My, Hoa hậu Ngọc Hân, Á hậu Tú Anh đã thân thiết và đồng hành với công ty Tâm Hiếu ngay từ những ngày đầu thì với Á hậu quốc tế Thúy Vân, hot girl Chi Pu hay người đẹp lọt Top 11 Hoa hậu thế giới Lan Khuê, đây lại là lần đầu họ tham dự sự kiện. Các người đẹp đều tỏ ra háo hức khi nghe giới thiệu và thử dùng những sản phẩm mỹ phẩm cao cấp nội địa Nhật Bản.

Công ty Cổ phần Thương mại và Dịch vụ Tâm Hiếu - công ty nhập khẩu và phân phối uy tín nhất tại Việt Nam các dòng sản phẩm mỹ phẩm cao cấp và tiêu dùng nội địa Nhật Bản đã mang tới cho khán giả một không khí tuyệt vời trong buổi dạ tiệc. Các vị khách mời được chìm đắm trong không gian tràn ngập hoa anh đào, cũng như có cơ hội hiểu hơn về văn hóa, kiến trúc và lịch sử của xứ sở Phù Tang.



Tham dự sự kiện, Hoa hậu Ngọc Hân và Á hậu Tú Anh đều cho biết, Showroom mỹ phẩm Waka Biha tại 89 Thái Hà là địa chỉ tin cậy của hai người đẹp từ 1 năm nay. Ngọc Hân thích thú khi sử dụng dòng sản phẩm Torico - bộ sản phẩm được nhiều người ưa chuộng qua các tính chất như các hạt platinum hoạt động liên tục trên bề mặt da 24 giờ giúp bảo vệ làn da và tạo độ ẩm tuyệt đối. Với công nghệ siêu nhỏ Nano và các vi chất botox sản phẩm Torico là sự lựa chọn hoàn hảo của các chị em cho một làn da khỏe mạnh và ngăn ngừa lão hóa tuyệt đối.

Trong khi đó, Á hậu Tú Anh lại tiết lộ rằng, cô chăm sóc da bằng bộ sản phẩm Hyalogy - bộ sản phẩm dưỡng ẩm tuyệt vời áp dụng công nghệ siêu nhỏ đưa các vi chất dưỡng ẩm cao cấp nhất thế giới Axit Hyaluronic về được 5 nanomet, nhỏ hơn nhiều lần so với tế bào da để tạo nên sự thẩm thấu hoàn hảo - cho làn da khỏe mạnh mà mềm mại.

Trong không khí hân hoan chào Xuân 2016, đại diện công ty Tâm Hiếu cũng chia sẻ thêm, mục tiêu của công ty không chỉ hướng đến các dòng mỹ phẩm nội địa tốt nhất tại thị trường Nhật Bản mà còn cung cấp cho người tiêu dùng Việt Nam dòng sản phẩm chăm sóc tóc, sữa tắm mang thương hiệu Indenfinie của nhà sản xuất Doshisha, một trong những thương hiệu lớn tại Nhật Bản. Cùng với thành công của đêm Dạ tiệc hoa anh đào 2, đại diện công ty Tâm Hiếu khẳng định sẽ nỗ lực hết sức để từng bước chinh phục ngay cả những khách hàng khó tính nhất trong năm 2016 và những năm tiếp theo.



LET'S HAVE A LIFE

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



102

CARS: ANH TÀI HỘI TỰ



“Of this be sure: you do not find
a happy life, you make it.
(Thomas S. Monson)”

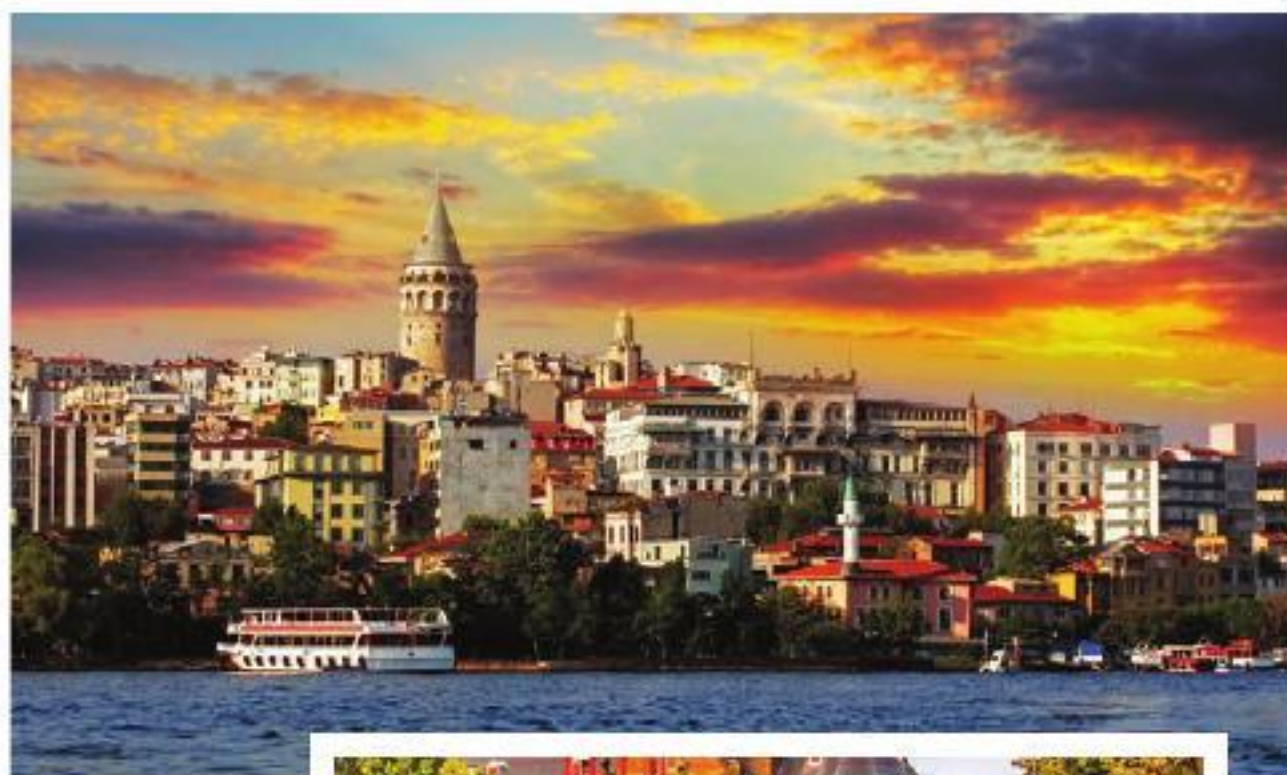
112

MÓN NGON VỚI NẤM



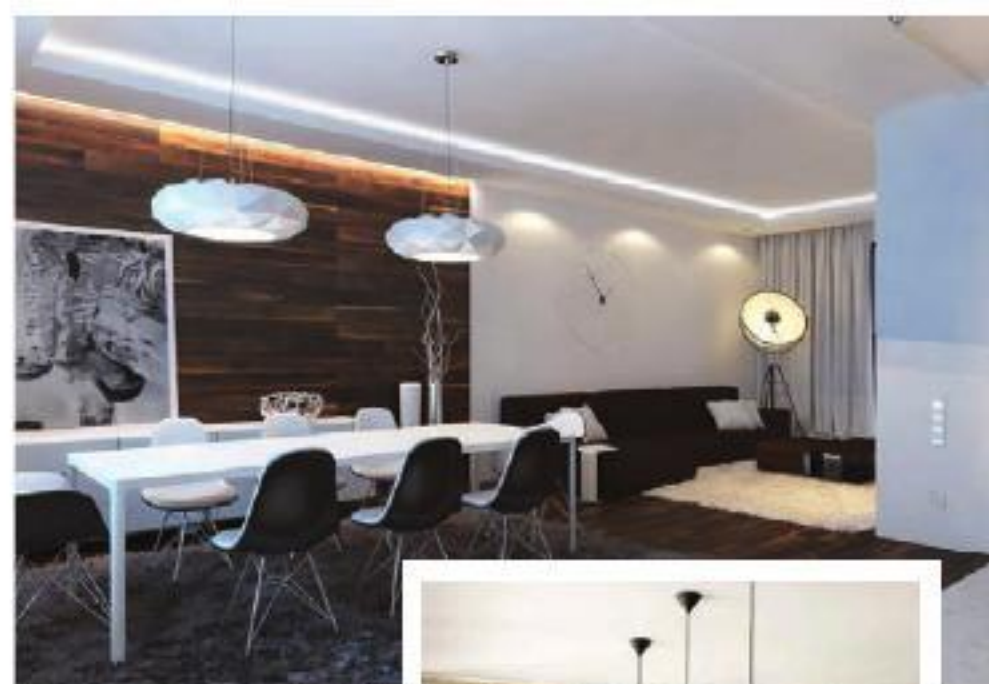
106

ĐI CHÂU ÂU KHÔNG KHÓ



124

DÉCOR: CHƠI VỚI ÁNH SÁNG



STYLE

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

7 Smartphone của tháng

Cùng Style điem qua những mẫu smartphone đình đám của CES

Anh Hoa



BỘ BA TP-LINK NEFFOS

Lần đầu tiên thâm nhập vào thị trường điện thoại, ba mẫu smartphone mới của TP-Link là Neffos C5, C5L và C5 Max. Cấu hình cao nhất thuộc về C5 Max với màn hình 5.5 inch Full HD, chip MediaTek MT 6753, RAM 2GB, camera sau 13MP, camera trước 5MP và viên pin dung lượng 3.045 mAh. Máy hỗ trợ Wi-Fi chuẩn n, GPS và công nghệ kết nối 4G LTE. Trong khi đó, Neffos C5 lại là một phiên bản tầm trung với màn hình 5 inch HD và RAM 2 GB. Camera chính của máy có độ phân giải 8MP, hỗ trợ đèn flash LED kéo và camera trước 5MP. Đặc biệt, Neffos C5 sẽ trang bị kết nối 4G LTE và viên pin dung lượng 2.200 mAh. Cuối cùng là Neffos C5L, máy chỉ có màn hình 4.5 inch, camera sau 8MP và camera trước 2MP. Neffos C5L chạy chip Snapdragon 820, RAM 1 GB nhưng vẫn hỗ trợ 4G LTE.



LETV LE MAX PRO

Chính xác đây là mẫu smartphone đầu tiên chạy chip xử lý Snapdragon 820 trên thị trường. Chip Snapdragon 820 đem tới công nghệ Sensen ID cho phép nhận diện vân tay đáng tin cậy hơn. LeTV Le Max Pro được trang bị chip Adreno 530, RAM 4GB, hỗ trợ QuickCharge 3.0 và Wi-Fi 802.11 ac mới nhất. Ngoài ra, máy còn sở hữu màn hình 6.33 inch, độ phân giải 2K, camera sau 21MP, bộ nhớ tối đa 128GB có thể mở rộng. Pin máy có dung lượng khoảng 3.400 mAh và cài đặt sẵn hệ điều hành Android 6.0.



LENOVO VIBE K4 NOTE

Với một cấu hình được cho khá chất lượng và mức giá vô cùng hấp dẫn, Lenovo Vibe K4 Note (Trung Quốc) thực sự sẽ là một lựa chọn đáng chú ý nếu được phát hành vào ngày 19/1 tới. Mặc dù thuộc phân khúc tầm trung nhưng máy được trang bị RAM lên tới 3GB, màn hình 5.5 inch Full HD và sử dụng chipset MediaTek MT6753. Vibe K4 Note sở hữu camera chính 13MP với công nghệ ISOCELL của Samsung, camera phụ 5MP. Máy cũng hỗ trợ các kết nối cao cấp như Wi-Fi ac, LTE, Bluetooth 4.0, GPS. Vibe K4 Note còn được tích hợp máy quét dấu vân tay ở mặt sau và tính năng TheaterMax cho phép chuyển đổi nội dung đa phương tiện sang kính thực tế ảo 3D VR. Giá bán công bố của Vibe K4 Note là 180 USD



LG K10 & K7

Là dòng smartphone mới của LG nên K10 và K7 sở hữu ngôn ngữ thiết kế mới khá đặc biệt. Mặt sau làm từ chất liệu nhựa nhám, cong và trông khá trẻ trung. Cả hai máy đều có màn hình cong 2.5D, cài sẵn Android 5.1 khi xuất xưởng và đều có hai phiên bản 3G và LTE. LG K7 (bên phải) và LG K10 (bên trái). LG K10 và K7 có sự khác biệt rõ rệt về cấu hình. LG K10 có màn hình 5.3 inch HD, pin 2.300 mAh, camera chính tùy chọn 8MP hoặc 13MP, RAM máy dao động từ 1GB, 1.5GB và 2GB. Trong khi đó, LG K7 được trang bị màn hình 5 inch (854 x 480 pixel), pin nhỏ hơn 2.125 mAh, camera sau 8MP hoặc 5MP tùy thị trường và RAM tùy chọn 1 GB hoặc 1.5 GB. LG hiện vẫn chưa công bố giá bán và thời điểm phát hành chính thức cho bộ đôi trên.





I EHANG 184 - DRONE CHỖ NGƯỜI

Mẫu drone đặc biệt trên có thể kiêm chức năng như một chiếc “trục thăng” chở người với vận tốc tối đa lên tới 100 km/h. Ehang 184 được lập trình sẵn đường bay và được điều khiển thông qua một màn hình cảm ứng 12 inch. Trọng lượng của drone là 200 kg và có thể chở tối đa 120 kg. Độ cao tối đa có thể bay tới là 3,5 mét. Thêm vào đó, drone cũng có thể kết nối 4G LTE, và tích hợp đầy đủ bộ phận chiếu sáng và điều hòa.

Cool gadget

Cùng Style điểm qua năm mẫu thiết bị công nghệ hàng đầu của CES 6.
Bóng đèn thông minh Nanoleaf

Nguyễn Mạnh Đức

2

MÁY BAY KHÔNG NGƯỜI LÁI (DRONE) SIÊU TIỆN ONAGO

Onagofly có thể được điều khiển bằng bất cứ thiết bị iOS hoặc Android nào. Nó được thiết kế với mục đích chủ yếu là chụp ảnh selfie hoặc để quay video 1080p trong lúc bay theo bạn trên không trung. Những khác với dự án Zano trước đó, Onago đã hứa hẹn sẽ tung ra sản phẩm thương mại vào tháng 3 tới. Với 200 USD bỏ ra, cộng thêm tiền ship khoảng 25 USD, những người dùng ở bên ngoài nước Mỹ hoặc Trung Quốc sẽ sở hữu được thiết bị drone cùng bộ sạc.



4

SENSORWAKE

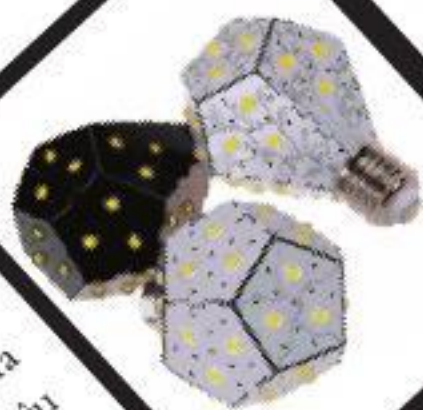
Hãy tưởng tượng, bạn sẽ được đánh thức khỏi giấc ngủ say bằng mùi cà phê thơm lừng trong không khí. Hoặc nếu bạn không phải là fan của cà phê thì mùi hoa hồng ngọt mát chẳng hạn. Đó là những gì mà Sensorwake hứa hẹn mang đến cho bạn. Sản phẩm hiện đã cho đặt hàng trước những không thể xuất xưởng trước tháng 6/2016. Giá bán tại Mỹ khoảng 109 USD.



3

BÓNG ĐÈN THÔNG MINH NANOLEAF

Những chiếc công đèn LED Aurora có thể kết nối với nhau để tạo nên hiệu ứng ánh sáng thay đổi mờ ảo tùy theo bối cảnh. Người dùng có thể treo chúng lên tường theo bất cứ hình thù nào mà họ thích, sau đó đồng bộ dữ liệu với Nano-leafHub và bạn sẽ có thể lập trình hiệu ứng đổi màu ánh sáng ngay từ điện thoại. Hiện sản phẩm chỉ mới ở giai đoạn mở mại sẽ bao gồm tới 10 bóng đèn led Aurora khác nhau, với bộ thu tín hiệu không dây bên trong.



5

ĐIỀU KHIỂN TỪ XA THÔNG MINH SEVENHUGS

Có rất nhiều thiết bị điều khiển từ xa đa năng được trình diễn tại CES, hầu hết đều rất to và cồng kềnh, bởi chúng cần phải tương thích với cả loạt tính năng và nút bấm khác nhau của những thiết bị như TV, đầu Blu-ray, đầu DVD, dàn âm thanh... Tuy nhiên, một công ty khởi nghiệp của Pháp là Sevenhugs đã có ý tưởng hay hơn: Tại sao không tạo ra một thiết bị điều khiển từ xa nhỏ bé nhưng có khả năng thay đổi tùy theo thiết bị mà nó được "chĩa" đến? Sự thông minh của Sevenhugs nằm ở chỗ, tất cả những gì người dùng cần làm chỉ là chĩa nó vào thiết bị mà họ muốn điều khiển.



ANH TÀI HỘI TỰ

Cùng Style điếm qua những mẫu xe đang là tâm điếm của giới mộ điệu!

Phạm Báo Ngọc



LAMBORGHINI CENTENARIO

Theo thông tin từ trước đó, hãng Lamborghini sẽ trình làng một mẫu siêu xe hoàn toàn mới trong triển lãm Geneva năm nay để kỷ niệm 100 năm ngày sinh nhà sáng lập Ferruccio Lamborghini. Mặc dù chưa chính thức trình làng nhưng siêu xe được nhiều người mong đợi này đã “cháy hàng”. Nhiều người đồn đoán siêu xe này sẽ có tên là Lamborghini Centenario. Trong tiếng Ý, “Centenario” có nghĩa là 100 năm. Ngoài ra, trong tên của mẫu siêu xe này còn có cụm “LP770-4”. Qua đó, có thể đoán tân binh nhà Lamborghini sẽ sở hữu công suất tối đa 770 mã lực và hệ dẫn động 4 bánh. Ban đầu, một số tin đồn khẳng định Lamborghini Centenario sẽ được phát triển dựa trên siêu xe Huracan LP610-4. Tuy nhiên, vào tháng trước, hãng Lamborghini lại úp mở việc siêu xe Lamborghini Centenario sẽ dùng chung cơ sở gầm bệ với người anh em Aventador LP700-4.



F-TYPE SVR

Theo hãng Jaguar, F-Type SVR là “mẫu xe thể thao đỉnh cao”. Xe được trang bị cản va trước mới, tích hợp hốc gió cỡ lớn hơn. Bên cạnh đó là cánh gió trước, nắp capô có hốc gió và cánh gió sau độc đáo. Cánh gió sau của Jaguar F-Type SVR có thể tự động mở ra và thu vào tùy theo tốc độ mà xe đang chạy. Những điểm nhấn đặc biệt khác của Jaguar F-Type SVR bao gồm hệ thống xả bằng titan, bộ vành bằng nhôm có đường kính 20 inch và lốp Pirelli P Zero. Bên trong Jaguar F-Type SVR mới là không gian nội thất không quá khác biệt so với phiên bản tiêu chuẩn. Tuy nhiên, các nhà thiết kế của hãng Jaguar vẫn tạo ra sự mới mẻ cho F-Type SVR với vô lăng thể thao, bộ phụ kiện trang trí bằng nhôm và ghế Performance khâu trần.





GENESIS G90

Hiện Genesis G90 sử dụng động cơ V8, dung tích 5.0 lít. Dự đoán, đối thủ của BMW M4 sẽ không được trang bị động cơ này. Thay vào đó là động cơ V6, tăng áp kép, dung tích 3,3 lít, sản sinh công suất tối đa 365 mã lực cũng có trên Genesis G90 sẽ hợp lý hơn. Với một số điều chỉnh, động cơ này có thể sánh ngang sức mạnh 425 mã lực của BMW M4. Khi được hỏi về mẫu xe thể thao mới, ông Albert Biermann, giám đốc chi nhánh N của Hyundai, khẳng định: “Đây là phiên bản thể thao hơn của một mẫu xe thông thường. Do đó, bạn có thể kỳ vọng về một mẫu xe có khả năng vận hành thực sự ấn tượng”.



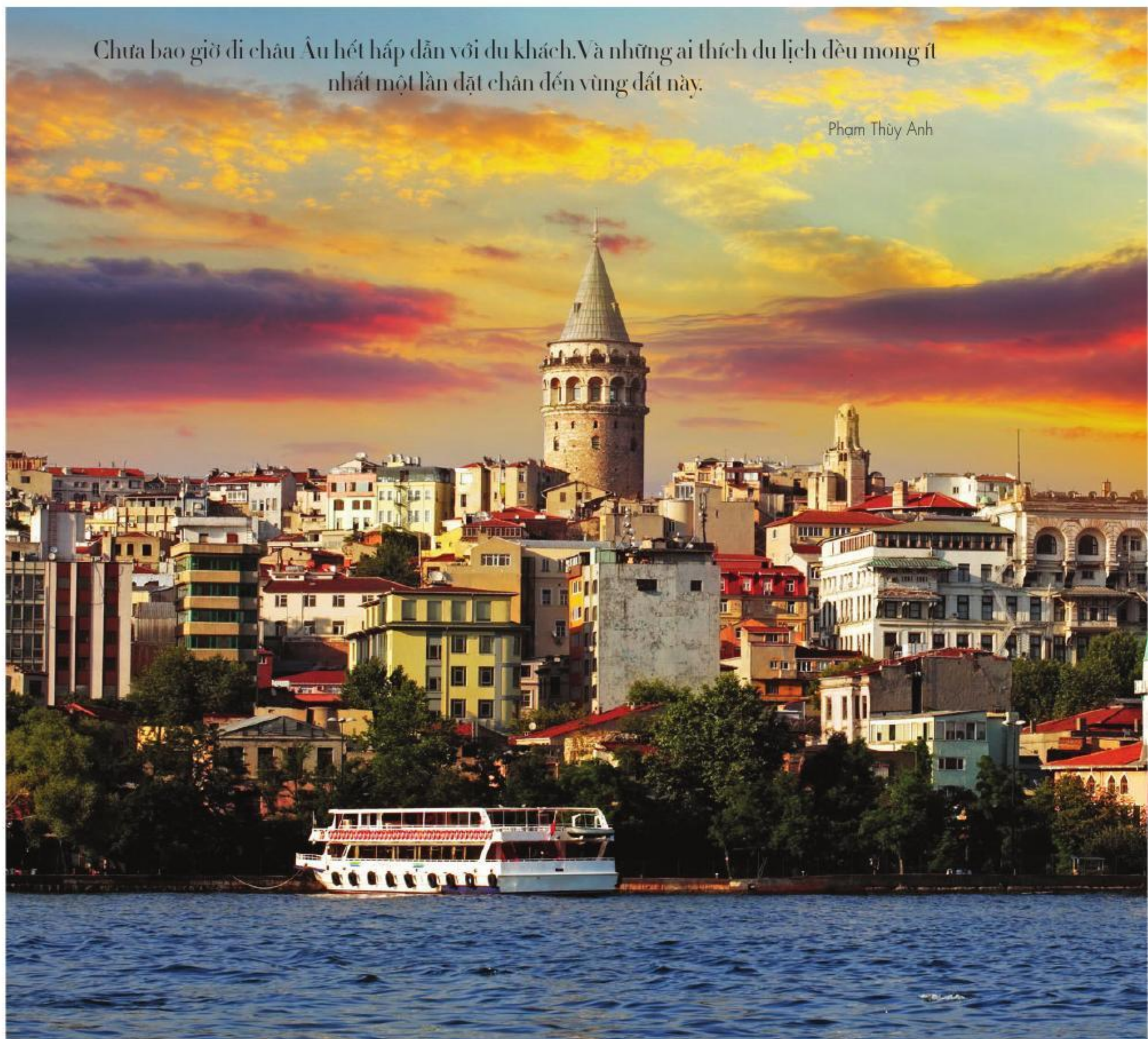
BMW M2

BMW M2 được trang bị động cơ 6 xy-lanh, dung tích 3.0 lít, sản sinh công suất tối đa 365 mã lực và mô-men xoắn cực đại 465 Nm. Nhờ đó, BMW M2 có thể tăng tốc từ 0-100 km/h chỉ trong 4,2 giây. BMW M2 là mẫu xe kế thừa “di sản” của M1 với nhiều cải tiến như hệ thống treo trước/sau sử dụng chất liệu nhôm hay hệ thống khung gầm được gia cố để trở nên nhẹ và cứng hơn. Hiện tại, với trang bị tiêu chuẩn là hộp số sàn 6 cấp, BMW M2 có mức giá gần 52.000 USD tại thị trường Mỹ. Dự kiến, xe sẽ chính thức được bán ra từ tháng 4/2016.

Đi CHÂU ÂU không khó

Chưa bao giờ đi châu Âu hết hấp dẫn với du khách. Và những ai thích du lịch đều mong ít nhất một lần đặt chân đến vùng đất này.

Phạm Thùy Anh



Chưa bao giờ việc đi lại trở nên thuận tiện như lúc này. Sự cạnh tranh giữa các hãng hàng không, các hãng lữ hành, những bất ổn xã hội, cùng với chính sách mở cửa ngành công nghiệp không khói đã khiến những ước mơ được đặt chân đến châu Âu của người Việt gần gũi hơn và dễ trở thành hiện thực với ai?

Khoảng một tuần trước, một công ty du lịch chuyên về tour châu Âu đã đăng trên mạng xã hội: “Chỉ cần 44 triệu là bạn có thể vi vu 10 ngày ở châu Âu, tham quan 08 thành phố đẹp nhất của châu lục này. Thậm chí, bao gồm cả lệ phí xin visa.” Dễ dàng chưa? Thực ra, còn nhiều cách rẻ hơn, hoặc tiết kiệm hơn con số 44 triệu này nếu biết tiếng Anh và có mối quan hệ xã hội tốt.



Muốn vào được châu Âu, đầu tiên bạn cần có visa. Phí xin visa châu Âu trong khối Schengen không đắt nhưng quan trọng bạn phải tìm quốc gia để cấp visa cho bạn. Khi cuốn hộ chiếu còn trắng tinh, hoặc chỉ đi vài nước Đông Nam Á, bạn nên nhớ rằng, chỉ có 04 nước là Pháp, Ý, Tây Ban Nha và Hà Lan trong khối Schengen là đồng ý cấp visa du lịch tự do cho công dân Việt Nam mà không yêu cầu thư bảo lãnh. Do đó, nếu muốn xin visa du lịch châu Âu bạn có thể gõ cửa 04 đại sứ quán hay lãnh sự quán của 04 quốc gia này nhé.

Sau khi có visa, việc tiếp theo của bạn là canh vé rẻ nhất. Cách đơn giản nhất để đặt được vé máy bay giá rẻ là bạn gõ cụm từ “cheapest flight ticket from Hanoi/Ho Chi Minh to Paris” (nếu bạn xin được visa Pháp). Rồi bạn có một loạt danh sách các hãng hàng không kèm theo giá vé. Việc của bạn còn lại chỉ là chọn giá và hãng hàng không rồi thanh toán.

Về phòng ở, thông thường chúng ta vẫn tìm kiếm khách sạn giá rẻ trên booking.com hay agoda.com. Cách này cũng tìm được phòng giá phù hợp và vẫn là cách truyền thống nhất. Nhưng, nếu bạn là dân nghiện du lịch, có thể chọn cách rẻ hơn, đương nhiên là không thoải mái như ở khách sạn, nhưng sẽ được trải nghiệm nhiều hơn. Khi đó, mời bạn ghé trang www.airbnb.com. Tất cả những gì bạn cần đều nằm trong này. Giá nào cũng có hết.

Tuy nhiên, vẫn còn cách cực kỳ dễ dàng dành cho người không biết tiếng Anh hay bất kỳ thứ tiếng nào ngoài tiếng Việt. Đó là mua tour châu Âu theo ngày. Khi tới châu Âu, bạn chỉ cần bỏ 02 triệu/ngày là có hướng dẫn viên, chỗ ăn ở và đi lại rồi. Theo tôi, giá này cực ổn và thuận tiện. Nghĩa là bạn chỉ cần xin visa và đặt vé máy bay, còn đầu bên châu Âu đã có những công ty lữ hành của Việt Nam lo cho bạn. Hiện nay, loại hình du lịch này đang rất được ưa chuộng vì nó phù hợp với cách di chuyển của người dân.

Và dù bạn đi bằng cách nào, Style xin giới thiệu những thành phố bạn nên đến khi tới châu Âu:

ISTANBUL, THỎ NHÌ KỲ

Sẽ không có gì là ngạc nhiên nếu Istanbul được xem là một trong những điểm du lịch châu Âu thú vị. Có thể gọi nó là thành phố của các công viên. Một số công viên nổi tiếng tuyệt đẹp là Gülhane thuộc Cung điện Topkapı và Công viên Yıldız thuộc khuôn viên Cung điện Yıldız. Một công viên khác không kém phần tuyệt đẹp là Fethi Paşa Korusu, nằm ở một vùng đối diện cầu Bosphorus ở Anatolia, đối diện Cung điện Yıldız. Một điểm tham quan khác rất phổ biến với người Istanbul trong mùa hè là Rừng Belgrad, trải trên một diện tích 5.500 hecta ở cạnh bắc của thành phố, là điểm cắm trại và tìm về với thiên nhiên vô cùng lý tưởng. Ngoài ra, đến Istanbul, bạn còn có thể chiêm ngưỡng hàng loạt công trình kiến trúc theo trường phái Byzantine và Ottoman, tuy đồ sộ nhưng vẫn mang những nét mềm mại uyển chuyển. Một số điểm tham quan nổi tiếng của Istanbul là bảo tàng Hagia Sophia, Quảng trường Sultan Ahmet, các pháo đài Anadoluhisari và Rumelihisari, Thánh đường Hồi giáo Sultan Ahmed cùng nhiều tòa nhà chính quyền, nhà thờ và rạp hát tuyệt đẹp. Tại Istanbul cũng có rất nhiều trung tâm mua sắm, từ những điểm mang dáng dấp cổ kính cho tới nhuộm màu hiện đại như Chợ Lớn (Kapali Carsi), Mahmutpasha, khu phố Ataköy và các khu mua sắm cao cấp như Abdi İpekçi của khu Nişantaşı và Đại lộ Bağdat ở phía Anatolia...

VENICE, Ý

Nằm ở phía Đông Bắc nước Ý, Venice được hình thành từ hàng trăm hòn đảo và kênh đào nối liền với nhau bởi hơn 400 cây cầu lớn nhỏ. Ẩn chứa trong lòng Venice là một số lượng lớn các công trình kiến trúc mang giá trị lịch sử và văn hóa của nhân loại: 120 nhà thờ kiểu Phục Hưng, hơn 60 tu viện, hơn 100 tháp chuông và 40 cung điện. Quảng trường Piazza San Marco và Tiểu quảng trường Piazzetta ở trung tâm thành phố, nơi có thánh đường San Marco được xây dựng bằng đá cẩm thạch và vật liệu khảm cầu kỳ có mái vòm, cửa vòm, cột đứng, cao vút, sắc lẹm mang đậm phong cách La Mã cổ đại. Điều mà du khách thích nhất ở Venice chính là sự thanh bình yên ả của thành phố này, không còn những tiếng xe cộ ồn ào, khí thải và bụi bặm vì đây là thành phố duy nhất ở châu Âu trong thế kỷ 21 không cho lưu hành ô tô và xe cơ giới. Phương tiện giao thông chính của thành phố là những chiếc tàu thuyền đi lại tấp nập trên các con kênh, rạch đan xen chằng chịt khắp thành phố đã tạo nên nét đặc sắc riêng biệt không giống bất cứ một nơi nào khác.



LONDON, ANH

Luôn có mặt trong danh sách những điểm tham quan ở châu Âu đẹp nhất và đáng được ghé đến nhất, thủ đô London của Xứ sở Sương mù có hẳn một danh sách gần như vô tận các điểm tham quan thuộc lĩnh vực lịch sử và văn hóa, nghệ thuật và giải trí vô cùng nổi tiếng để du khách khám phá. Trong đó, danh sách 10 điểm tham quan nổi tiếng nhất của London mà bạn không thể bỏ qua khi có dịp đặt chân đến đây là: Bảo tàng Anh, Nhà triển lãm Quốc gia, Nhà triển lãm nghệ thuật đương đại Tate Modern, Bảo tàng Lịch sử Quốc gia, Đài quan sát Mắt London, Bảo tàng Khoa học, Tháp London, Bảo tàng Hàng hải Quốc gia, Bảo tàng Victoria & Albert, Bảo tàng sáp Madame Tussauds. Ngoài ra còn có những công trình kiến trúc vô cùng nổi tiếng với ý nghĩa lịch sử to lớn như: Cung điện Buckingham, Cung điện Westminster (Nhà Quốc hội) và Tu viện Westminster, chiếc cầu tuyệt đẹp và nổi tiếng qua sông Thames, Tháp Big Ben... Ngoài ra, cùng tản bộ qua những con phố sầm uất; một lần thử đóng vai người dân London khi thưởng thức một tách cà

phê vôi; hoặc thả mình trong tiếng nhạc jazz sôi động tại các quán; hoà mình trong không khí sôi động của các khu vui chơi giải trí đầu đêm cũng là những trải nghiệm đáng nhớ cho bạn khi đến London.



PARIS, PHÁP

Paris là một trong những thành phố tên tuổi tại châu Âu. Đây cũng là điểm dừng chân chính của các du khách trong lịch trình tham quan các thành phố các nước Tây Phương. Người ta vẫn từng nói rằng Paris tráng lệ không thể được làm nên trong một ngày. Đặt chân đến kinh đô ánh sáng, quý khách không tiếc lời trầm trồ về tổng thể được quy hoạch một cách hài hòa. Nó giống như một bản giao hưởng được viết bởi một nhạc sĩ nổi tiếng vận dụng tất cả những nét độc đáo giữa các nốt nhạc với phong cách riêng của mình lại được thể hiện bằng nhiều nhạc công tài ba. Cũng thế, Paris thu hút du khách bởi sự pha trộn giữa các chi tiết độc đáo trong một tổng thể hài hòa. Có thể nói nếu bớt đi hay thêm vào một nét chấm phá, Paris không còn là chính mình nữa. Các đường phố không chỉ phục vụ mục đích giao thông mà còn tạo nên lần ranh giới để phân chia các khu phố khác nhau cùng với từng dãy nhà mang nét kiến trúc đạt đến trình độ nghệ thuật cao. Giữa các dãy phố ấy lại được tôn thêm vẻ đẹp kiêu sa bởi sự đồ sộ về tầm cỡ, bề dày thảng năm về lịch sử, hoàn mỹ về nghệ thuật kiến trúc của những địa danh không thể không nhắc đến như Nhà Thờ Đức Bà Paris, Tháp Eiffel, Đại Lộ Champs Elysées, Đồi Montmartre....





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

AMSTERDAM, HÀ LAN

Amsterdam nằm trên bờ sông Amstel và mang dáng dấp của một thành phố cổ châu Âu điển hình. Dù mang dáng vẻ cổ kính nhưng Amsterdam vẫn là một trong những hải cảng lớn nhất thế giới và tập trung một số trung tâm thương mại bậc nhất của châu Âu. Khu-
ng cảnh toàn thành phố Amsterdam gần giống như một thế giới
cổ tích với những chiếc cối xay gió, những ngôi nhà cổ, những cây

cầu và những ngôi nhà sàn tuyệt đẹp. Điểm đặc biệt ở thành phố này còn ở một hệ thống kênh rạch đan xen chằng chịt. Hàng ngày, có vô số tàu thuyền, canô đi lại trên hệ thống kênh rạch này. Bảo tàng Lịch sử Amsterdam là nơi trưng bày những hiện vật gắn liền với lịch sử hình thành và phát triển thành phố này. Bảo tàng Van Gogh lại là nơi trưng bày hơn 700 tác phẩm hội họa và 700 bức thư của danh họa Van Gogh cùng một số tuyệt tác của các họa sĩ trước thế kỷ XIX. Bảo tàng này còn là nơi được chọn tổ chức nhiều sự kiện, lễ hội, đặc biệt là các buổi hòa nhạc lớn với sự tham gia của các nghệ sĩ nổi tiếng thế giới vào mùa hè hằng năm.



SAINT PETERSBURG, NGÀ

Saint Petersburg là thành phố lớn thứ 2 và tọa lạc ở phía Bắc nước Nga. Thành phố do Pyotr Đại đế xây dựng vào khoảng 300 năm trước. Đến nay, thành phố vẫn mang nét đẹp tráng lệ, cổ kính như xưa. Một trong những nhân vật lịch sử nổi tiếng mà hầu hết du khách đều muốn tìm hiểu khi đến thành phố Saint Petersburg là Pyotr Đại đế. Tượng đài Pyotr đệ I, tức Pyotr Đại đế được xem là một trong những biểu tượng của thành phố Saint Petersburg. Vì tượng được làm bằng chất liệu đồng xanh nên người ta còn gọi là tượng “kỵ sĩ đồng xanh”. Một trong những cung điện không thể không tham quan khi đến thành phố Saint Petersburg là Cung điện mùa đông. Công trình này do Nữ hoàng Elizaveta đệ I – con gái của Pyotr Đại đế – hạ lệnh xây dựng. Ngày nay, cung điện đã trở thành viện bảo tàng lớn nhất nước Nga – Viện bảo tàng Hermitage.



Nếu còn có thời gian, bạn có thể đến thăm các thành phố nổi tiếng không kém như Rome (Ý), Prague (Cộng hòa Séc), Budapest (Hungary), Bavaria (Đức), Bern (Thụy Sĩ), công quốc Luxembourg...



DIMSUM HONGKONG

ĐÀU BÉP HỒNG KÔNG
HƯƠNG VỊ HỒNG KÔNG ĐÍCH THỰC



LONG ĐÌNH®
龍|庭|酒|家
Dragon Palace Restaurant

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

MÓN NGON VỚI NẤM

Nấm có nhiều vitamin B₅, giúp giảm suy nhược và mỏi mệt. Style Magazine gợi ý cho bạn hai công thức dễ dàng với nấm.

Anh Trâm





MÌ KEM NẤM



NGUYÊN LIỆU

- + 225gr nấm hương
- + 225gr mì ống
- + 1 củ hành tây vừa
- + 2 tép tỏi
- + 125 ml nước dùng
- + 240 ml double cream
- + Ngò tây
- + Dầu olive
- + Muối và hạt tiêu

THỰC HIỆN

- + Nhúng mì ống vào nồi nước sôi. Lưu ý không để mì quá nhũn.
- + Thái nhỏ nấm. Băm hành. Giã nhuyễn tỏi.
- + Đun nóng 2 thìa dầu olive trong chảo. Thêm nấm, hành và tỏi. Đun trong vòng 5 phút.
- + Thêm nước dùng, kem tươi, ngò tây băm nhỏ vào chảo. Đun liu riu cho đến khi nước sốt đặc lại. Nêm với muối và hạt tiêu cho vừa ăn.
- + Trộn mì ống với hỗn hợp nước sốt. Thêm một chút nước mì luộc nếu món mì quá đặc.
- + Rắc lên một chút rau mùi tây tươi cắt nhỏ rồi thưởng thức.



VANG và những điều chưa biết

Thế giới vang tồn tại vô vàn những điều thú vị mà chúng ta còn cần phải khám phá!

Chúng ta có khuynh hướng uống vang trắng ở nhiệt độ lạnh và vang đỏ ở nhiệt độ ấm. Thực ra, nếu uống quá lạnh thì vang sẽ bị mất mùi. Chẳng hạn vang trắng hoặc champagne chỉ nên uống ở nhiệt độ 12 độ C. Còn vang đỏ là 15-18 độ C. Không nên uống vang quá ấm vì nó sẽ làm rượu bay hơi nhanh nhưng cũng đừng vì thế mà trong ngày đông giá đòi vang đỏ được ngâm trong một xô đá.

Để cho rượu vang “thở” là cách để nó toát ra hương vị quyến rũ. Nhưng nếu chỉ đơn giản là bật nút và dựng đứng chai rượu thì bạn sẽ không thể cảm nhận được hết. Để làm được điều này người ta sẽ sử dụng một bình chất.

Có gần 60 loại nho ngon có thể làm nguyên liệu cho những loại rượu vang hảo hạng. Khả đặc biệt khi loại nho Shiraz phổ biến (ở Pháp và Mỹ gọi là Syrah) từng được cho là có nguồn gốc từ... Iran, một quốc gia Hồi giáo không có mấy người uống rượu vang.

Loại nho không quyết định vị ngọt của rượu vang mà chính những nhà sản xuất mới là người quyết định. Loại nho nào cũng có thể tạo ra rượu ngọt hoặc rượu chát. Bởi đơn giản loại quả nào cũng có một hàm lượng tannin nhất định. Một số người để tăng hàm lượng tannin, người ta sẽ nghiền nho cả hạt để lấy vị đắng nhân nhẩn từ những hạt này.

Chai rượu vang đắt nhất là chai Chateau Lafite năm 1787 được bán với giá 160.000 USD vào năm 1985. Dĩ nhiên, nó quá cũ nên không thể uống loại rượu bên trong những vỏ đất vì từng thuộc sở hữu của cựu Tổng thống Mỹ Thomas Jefferson và có khắc tên họ viết tắt của ông trên đó.

Lắc ly rượu vang không chỉ làm bạn trông sành điệu hơn mà còn giúp khứu giác của bạn cảm nhận hương vị tuyệt vời hơn. Lắc rộng làm tăng thiết diện tiếp xúc, mùi thơm sẽ càng thêm ngào ngạt.

Chai rượu vang nào cũng có một vết lõm ở đáy. Có rất nhiều giả thuyết về xuất xứ cũng như tác dụng của nó. Ba giả thuyết là: Để giúp xếp chồng lên nhau thuận tiện; Các chai rượu vang đứng vững vàng với đáy lõm hơn là với đáy bằng; Đáy lõm giúp lắng cặn ở các loại rượu vang đỏ ngày xưa và giúp rót ra dễ dàng hơn.

Nho và rượu vang chia sẻ hương vị với rất nhiều loại thảo mộc, gia vị, rau cỏ, trái cây và chất hữu cơ khác. Có được điều này không chỉ bởi bản thân trái/giống nho và những khoáng chất mà nó hút từ đất. (Bạn sẽ thấy những loại nho được trồng ở những vùng đá vôi có hương vị thoang thoang của những loại cây cũng được trồng ở những nơi có thổ nhưỡng như vậy như cam, quýt.) Hương vị của vang giống với các loại thảo mộc và gia vị khác còn bởi quá trình lên men rượu – hay nói cách khác hương vị tới từ vi khuẩn.



Mặc dù Champagne thường có màu trắng, nhưng chủ yếu là từ nho đỏ.

Tại sao champagne rót ra lại sủi bọt? Trông có vẻ ngoạn mục nhưng lí giải khá đơn giản: Khi rượu lên men, carbon dioxide được tạo ra. Khi rượu đóng vào chai, khí này cũng bị đóng kín. Bật nút chai, áp suất được giải tỏa khiến khí bị hòa tan tạo thành những ly rượu sủi tăm đẹp mắt.

Nước ép từ tất cả loại nho làm rượu vang đều rất trong. Vang đỏ được lên men với cả vỏ để tạo ra màu sắc. Chỉ có một số lượng tương đối nhỏ các loại rượu vang sản xuất hàng năm là có độ ngọt tăng lên theo thời gian cất giữ.

Phần lớn là vang đỏ hảo hạng, vang trắng có độ ngọt cao và vài loại vang trắng chát danh tiếng.

NẤM NHỒI PHÔ MAI



NGUYÊN LIỆU

- + Dầu olive cho khay nướng
- + Hơn 200gr nấm baby bella
- + 100gr phô mai sữa dê
- + Muối, tiêu xay
- + Húng quế tươi
- + Cà chua bi cắt đôi
- + Tăm

THỰC HIỆN

- + Bật trước lò nướng 400 độ F
- + Quết một lượt dầu ôlive vào khay nướng
- + Rửa sạch nấm, lau khô, vớt bỏ chân nấm.
- + Trét phô mai dê ngập mũ nấm. Nêm với muối và hạt tiêu.
- + Đặt một lá húng quế lên trên rồi một nửa quả cà chua. Lấy một que tăm để xiên tất cả các nguyên liệu với nhau. Đặt nấm đã chế biến vào khay nướng.
- + Đặt khay nướng vào lò khoảng 15-20 phút cho đến khi nấm và cà chua xém cạnh.
- + Bày ra đĩa và thưởng thức.





Asahi Sushi
NHÀ HÀNG TRIỀU NHẬT
アサヒ寿司



Ưu đãi 10%

khi dùng thực đơn Đón Giáng Sinh,
Chào Năm Mới



Tặng 01 chai rượu vang Vinamaipo

cho bàn đặt từ 10 khách trở lên

**Merry
Christmas**

..... 2015

**ASAHI SUSHI
CHRISTMAS SET**

450.000 VND/ PER



24/12 - 1/1/2016

* khách hàng được chọn ưu đãi (2) hoặc (3)

www.asahisushi.vn



NhaHangNhatAsahi

- Asahi Sushi 1: 288 Bà Triệu, Hà Nội - 04 3974 5945 / 04 3974 5946
- Asahi Sushi 2: 76 Triệu Việt Vương, Hà Nội - 04 3944 7966 / 04 3944 7968



KHAI XUÂN NHƯ Ý CÙNG KHÁCH SẠN WINDSOR PLAZA

Năm mới này, hãy cùng bạn bè đón làn gió mát dịu và thưởng thức tiệc buffet phong phú tại Café Central An Đông với hơn 150 món ăn tròn vị Đông – Tây như bò, cừu, hải sản và các loại rau củ hấp dẫn. Trong dịp này, nhà hàng phục vụ thêm các món Bát Bửu truyền thống của người Hoa dịp lễ tết gồm gà luộc, vịt nướng, hàu khô hầm, chân vịt, tóc tiên, tôm, nghêu, ba rọi nướng cùng các món ăn truyền thống Việt Nam không thể thiếu trong dịp Tết Nguyên đán như bánh chưng, bánh tét, dưa chua, củ kiệu... Đặc biệt tiệc buffet thịnh soạn những ngày Tết Bính Thân (7-11/02) được phục vụ với giá chỉ 488.000VNĐ/người cho tiệc trưa và 628.000VNĐ/người cho tiệc tối. Nếu yêu thích ẩm thực Hoa thì nhà hàng Ngân Đình tại tầng 5 khách sạn Windsor Plaza sẽ là lựa chọn lý tưởng với nhiều thực đơn đặc sắc cho dịp Tết. Thực đơn dim sum chọn lọc những hương vị được yêu thích với giá ưu đãi chỉ từ 48.000VNĐ/phần. Thực đơn “Thành ý mừng xuân” tuyển lựa 10 món ăn tinh hoa như súp vi cá hồng xù, hàu khô tóc tiên hay canh lười heo hầm củ sen...



KING BBQ

Với vị trí đắc địa, tọa lạc ngay khu trung tâm Quận 1, nhà hàng King BBQ Buffet Sương Nguyệt Ánh sở hữu không gian sang trọng, ấm cúng với lối kiến trúc đậm chất Hàn Quốc. Đến với nhà hàng King BBQ Buffet Sương Nguyệt Ánh để trải nghiệm phong cách “Sitdown Buffet”, với thực đơn phong phú gồm nhiều món ăn đặc sắc. Ngoài các món nướng được phục vụ không giới hạn tại bàn, thực khách còn có thể thoải mái lựa chọn những món ăn ưa thích trên quầy buffet: Thỏa thích thưởng thức các loại panchan thay đổi theo ngày; Nhiều món salad tốt cho sức khỏe; Khu món nóng gồm cơm, súp truyền thống; Quầy ẩm thực Hàn – Nhật với sushi và gimhap. Cuối cùng là quầy tráng miệng hấp dẫn gồm các loại bánh ngon và chè mát lạnh để kết thúc bữa tiệc nướng thịnh soạn một cách ngọt ngào.

CÙNG YOSHINO THƯỜNG ẨM LẨU MÙA XUÂN

Đón Năm Mới 2016, từ ngày 10/1 – 12/2 nhà hàng Nhật Yoshino, khách sạn Lotte Legend, sẽ giới thiệu hương vị tháng Giêng với tên gọi “Nabe”, có nghĩa là “Lẩu” gồm 12 hương vị khác nhau. Đây là một trong những món ăn được người Nhật yêu thích, rất phù hợp với tiết Đông và立春. Hương thanh tao, vị ấm bổ dưỡng, thực khách sẽ có nhiều sự lựa chọn như Kaki Dote Nabe được chế biến từ hàu và rau củ, Shirako Nabe từ trứng cá tuyết và rau củ, Iseebi Nabe từ tôm hùm và rau củ, Ishikari Nabe từ cá hồi và rau củ, Sukiyaki Nabe chế biến từ bò, rau củ nấu với đậu nành chấm với sốt trứng gà hoặc Shabu Shabu nấu với nước lẩu trong rong biển và bò, và nhiều hương vị khác. Nồi nấu lẩu được chọn tùy theo loại lẩu, có thể là nồi đất hoặc nồi inox. Khi tiết trời se lạnh là thời điểm phù hợp cho gia đình, bạn bè cùng nhau hàn huyên bên nồi lẩu. Bạn không thể bỏ lỡ cơ hội duy nhất một lần trong năm thưởng thức các loại lẩu tại Yoshino.

THẺ ƯU ĐÃI VÀNG

Ưu đãi lớn nhất trong năm

Đăng ký ngay qua Hotline 0902 286 286



• Thẻ 20.000.000 vndđ ^{Ưu đãi} 20%

• Thẻ 10.000.000 vndđ ^{Ưu đãi} 15%

• Thẻ 3.000.000 vndđ ^{Ưu đãi} 10%

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

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

BUFFET CHO NGÀY VALENTINE TẠI NINETEEN

Hãy tạo thêm hương vị cho ngày Valentine (14/02) và để vị giác của Quý khách thăng hoa bằng bữa tối lãng mạn và ngon miệng tại nhà hàng Nineteen, tầng trệt của khách sạn Caravelle. Điểm nhấn của Nineteen là sự đa dạng của các loại hải sản đầy ắp và tươi ngon như tôm hùm, tôm mũ ni, cua, ghẹ, hàu sữa... được chế biến theo khẩu vị của từng thực khách. Các món khai vị, súp, các món nóng đều được chế biến công phu mang đến hương vị đậm đà đặc biệt. Quầy thịt nướng, sushi, phô-mai ngoại nhập và nhất là khu vực của các món ngọt hấp dẫn với tháp sô-cô-la thơm lừng và bánh flan Caravelle trứ danh sẽ làm hài lòng các thực khách khó tính nhất. Giá tham khảo dành cho một khách là 1.590.000VNĐ kèm theo ly Chandon Sparkling Rosé.

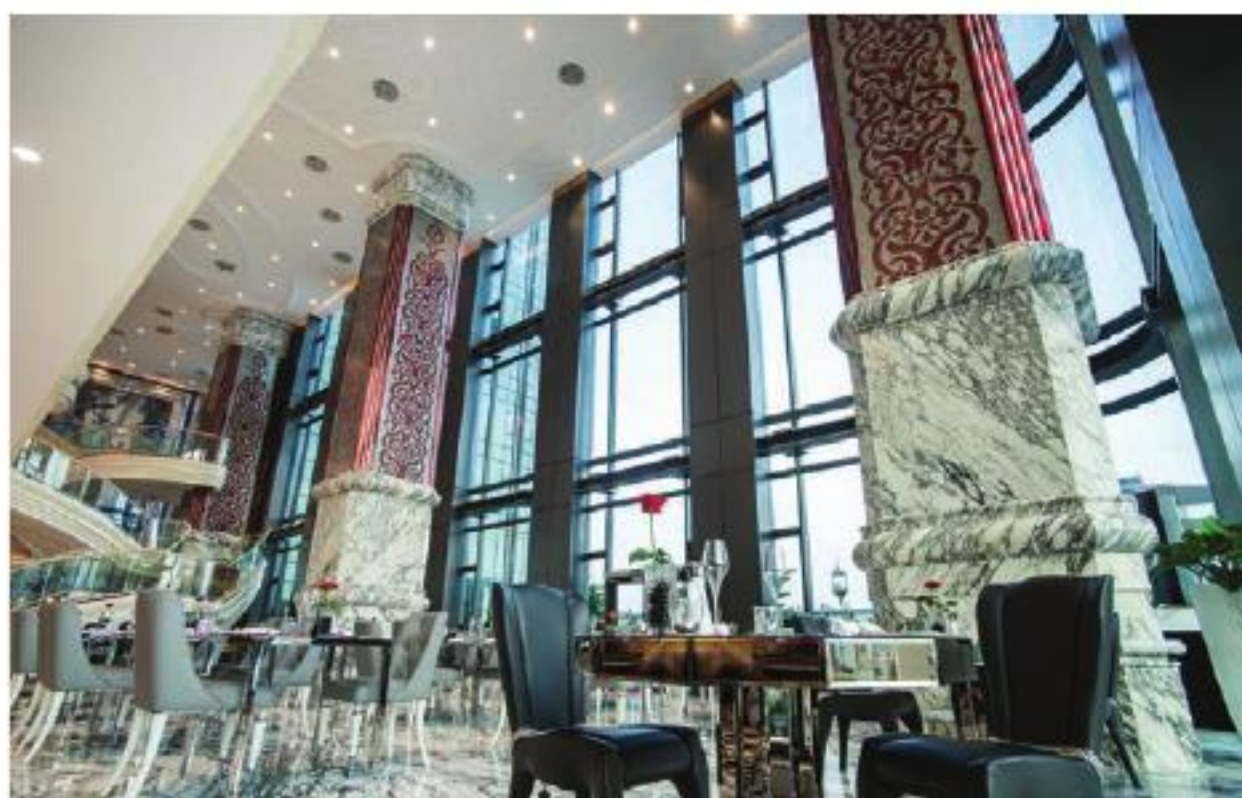


CHỢ TẾT METROPOLE

Những ngày giáp Tết, khách sạn Sofitel Legend Metropole Hà Nội lại trở nên sôi động hơn bao giờ hết. Ai đã từng ghé thăm phiên chợ Tết Metropole chắc hẳn sẽ không quên không gian ấm áp và dân dã của một chợ quê ngay giữa lòng khách sạn sang trọng bậc nhất Hà Nội. Năm nay, Chợ Tết nguyên đán của Metropole sẽ diễn ra từ ngày 29-31/01 (4-8 h chiều) trong sân vườn khách sạn. Đó là chợ quê dân dã với nổi bánh chưng xanh, tranh Đông Hồ và câu đối đỏ, tò he, nón lá, những hàng gốm sứ Bát Tràng, sơn mài, thổ cẩm sắc màu Tây Bắc.... Ghé thăm hàng phở gánh, bún riêu, bánh cuốn nóng của chợ Tết Metropole thơm lừng trong tiết trời se lạnh. Bạn đừng quên tham gia các hội thi như gói bánh chưng và thi tráng bánh cuốn vào ngày thứ Sáu, 29/1, thi tráng bánh cuốn và làm nộm ngũ sắc trong ngày thứ Bảy, 30/1. Hay thử tài vẽ tranh trên nón ngày chủ nhật, 31/1 để dành những phần quà hấp dẫn của khách sạn Metropole Hà Nội.

ĐÓN TẾT TẠI KHÁCH SẠN THE REVERIE SAIGON

Đêm Giao thừa năm nay (07/02), nhà hàng Café Cardinal giới thiệu tiệc buffet tối với những lựa chọn tuyệt vời của Bếp trưởng Sebastian Schneider. Bữa tiệc tràn đầy hứng khởi với vang trắng, vang đỏ, vang nổ, bia tươi và nước ngọt không giới hạn. Quý khách sẽ thưởng thức cảnh pháo hoa đầy màu sắc cùng toàn cảnh thành phố tại hồ bơi ngay bên ngoài nhà hàng. Cũng trong dịp Tết, hãy cùng trải nghiệm những món ăn tinh túy Trung Hoa từ Bếp trưởng Yeung Waai Hoi của nhà hàng Long Triều. Từ thứ Hai tới thứ Sáu, tận hưởng bữa trưa với các hương vị độc đáo với giá chỉ từ 438.000VNĐ/người. Tiệc tối với thực đơn dành riêng trong dịp Tết Bính Thân được phục vụ với giá 788.000VNĐ/người. Dành riêng cho những buổi tiệc sum họp trong dịp Tết Nguyên đán, nhà hàng Long Triều mang đến thực đơn tiệc trọn gói Sum Vầy với những hương vị đặc biệt chỉ với 16.888.000VNĐ/10 người.





Hương vị tinh hoa từ Bánh Quy số 1 tại Mỹ



CÂU CHUYỆN

CHIẾC BÁNH COOKIES

Hàng đầu nước Mỹ

CHIẾM LẤY VỊ TRÍ HÀNG ĐẦU Ở MỸ VÀ CÒN MỞ RỘNG Ở HƠN 50 QUỐC GIA VỚI HƠN 200 LOẠI BÁNH, NỔI BẬT NHẤT LÀ DÒNG CHESSMEN & MILANO

Bạn có biết rằng lịch sử những chiếc bánh cookies đã hình thành từ thế kỷ 7 và mãi đến những năm 1600 lại càng trở nên phong phú đa dạng hơn khi bước chân vào nước Mỹ. Khu vực bờ Đông nơi có nét văn hóa châu Âu cổ kính chính là cái nôi của rất nhiều loại cookies ở Mỹ. Từ đó, người dân quốc gia thịnh vượng này luôn xem cookies là một phần không thể thiếu trong phong cách thưởng thức ẩm thực của mình. Bánh cookies không chỉ được đánh giá cao ở vị ngon ngọt ngào, dòng bánh mới lạ mà còn cần phải đáp ứng yêu cầu gắt gao về sức khỏe. Quan niệm về chất lượng của bánh xuất phát từ một câu chuyện rất cảm động của một người mẹ ở vùng quê Connecticut bờ Đông nước Mỹ.

Bà là một người mẹ bình thường với 3 đứa trẻ nhỏ rất thích ăn bánh, tuy nhiên một trong những đứa con của bà trở nên dị ứng nghiêm trọng khi ăn bánh có chất bảo quản và màu nhân tạo. Vì thế vào năm 1937, bà đã vất vả tìm tòi cách nướng bánh với những nguyên liệu tự nhiên và hảo hạng nhất, đem đến cho con của mình những chiếc bánh thơm ngon an toàn. Ai trong vùng đều khen ngon xuất sắc và khuyên bà nên bắt đầu kinh doanh để nhiều người khác cùng được thưởng thức loại bánh độc đáo này. Từ đó nhãn hiệu Pepperidge Farm của bà Margaret Rudkin ra đời.

Đến nay hơn 80 năm qua nhiều thăng trầm, kim chỉ nam của nhãn bánh Pepperidge Farm vẫn luôn hướng đến chất lượng từ nguồn nguyên liệu tự nhiên. Vì thế từ chiếc bánh cookies của một miền quê nước Mỹ đã vượt qua hàng nghìn nhãn hàng bánh cookies khác, chiếm lấy vị trí hàng đầu ở Mỹ và còn mở rộng ở hơn 50 quốc gia với hơn 200 loại bánh, nổi bật nhất chính là dòng Chessmen và Milano huyền thoại. Tình yêu của một bà mẹ bình thường không chỉ dừng lại ở căn bếp mà đã trở thành một thương hiệu quý giá trên toàn thế giới.



Ai trong chúng ta cũng từng ăn bánh cookies và rất nhiều người yêu thích món ăn khá công phu này. Biết được lịch sử của một chiếc bánh sẽ cảm nhận vị bánh ngon hơn bởi tình yêu thương đóng đầy và một chặng đường thành công đầy thú vị. Chia sẻ bánh ngon cho người thân, bạn bè cũng chính là chia sẻ câu chuyện dễ thương của chiếc bánh. Hãy yêu bánh và những người tạo nên những chiếc bánh cookies tuyệt vời.



CÔNG TY TNHH THỰC PHẨM AN NAM

Lầu 5, 322 Điện Biên Phủ, P.22,

Q. Bình Thạnh, Tp. HCM, Việt Nam

T: +84.8 3512 6400 | F: +84.8 3512 6401

www.annam-group.com



CHỌN QUÀ ĐẲNG CẤP NHẬN TRẢI NGHIỆM CHUẨN SAO

Đã bao giờ bạn nghĩ đến một ngày bạn bỗng dưng trở thành một ngôi sao, là thần tượng của công chúng và của cả những ngôi sao tên tuổi trong showbiz? Cảm giác được săn đón, tung hô và trở nên đặc biệt vào thời điểm cũng đặc biệt không kém khi cả thành phố đang rộn ràng chào đón một năm mới sắp đến chắc hẳn sẽ là trải nghiệm trong mơ mà chỉ Heineken có thể mang đến cho bạn trong mùa lễ hội này. Với Điệp vụ Ngôi sao được bí mật chuẩn bị và tiến hành trong mùa Tết, Heineken hứa hẹn mang đến cho người tiêu dùng hàng loạt bất ngờ từ chính những ‘trải nghiệm chuẩn sao’.

TRUY TÌM “NGÔI SAO MÙA LỄ HỘI”

Những đặc quyền độc đáo và đặc biệt chắc chắn sẽ chỉ dành riêng cho những ai xứng đáng, trong thời khắc cuối năm, họ luôn cố gắng dành thời gian để trở về cùng gia đình sau một năm nỗ lực không ngừng nghỉ. Và họ cũng không bao giờ quên dành tặng những món quà hoàn hảo nhất cho những người thân yêu. Thế nhưng chính bản thân họ đôi lúc không nhận được những món quà may mắn vào dịp năm mới. Hiểu rõ tâm lý của mình hơn ai hết, Heineken năm nay

sẽ là người mang đến những món quà bất ngờ đặc biệt cho những ‘ngôi sao mùa lễ hội’ – như một cách vinh danh dành cho riêng những ‘thượng đế’ của mình. Với mỗi khách hàng lựa chọn Heineken như một món quà cao cấp nhất để dành tặng gia đình, bạn bè và người thân vào dịp Tết, bạn sẽ có cơ hội được trở thành nhân vật chính trong Điệp vụ ngôi sao để cùng trải qua những trải nghiệm chuẩn sao độc nhất vô nhị và chỉ dành riêng cho bạn.

HÀNH TRÌNH TRẢI NGHIỆM CHUẨN SAO

Cùng nhìn lại hành trình mà Thanh Tuấn – một trong những ngôi sao may mắn nhất mùa lễ hội năm nay đã trải qua cùng sự chuẩn bị công phu từ thương hiệu bia hàng đầu Heineken. Bước lên chuyến xe về quê trong tâm trạng háo hức đoàn tụ với gia đình và hành trang trong tay cũng không thiếu thùng Heineken phiên bản đặc biệt mùa lễ hội để làm quà tặng, Thanh Tuấn đã nhanh chóng được những “điệp viên” đặc biệt của chương trình chọn lựa để tôn vinh. Một kế hoạch làm bất ngờ chàng trai này đã được nhanh chóng tiến hành.

Một chiếc xe tải in hình nhân vật ngôi sao Thanh Tuấn bất ngờ xuất hiện trên đường đi đã nhanh chóng thu hút được sự chú ý của mọi người trên xe và khiến cho nhân vật chính không khỏi ngạc nhiên.

“Chuyến hành trình mang bất ngờ mùa lễ hội đến với người hâm mộ của thương hiệu bia hàng đầu thế giới Heineken đã tìm kiếm và vinh danh hàng loạt những “ngôi sao mùa lễ hội” theo một cách không thể độc đáo hơn. Được Heineken cùng dàn sao hàng đầu showbiz chúc mừng năm mới theo một cách vô cùng đặc biệt với những trải nghiệm bất ngờ và đẳng cấp, Tết Bình Thản của bạn sẽ tràn đầy những niềm vui mùa lễ hội!”

Đã là một ngôi sao, chắc chắn sẽ không thể thiếu fan hâm mộ. Là ngôi sao đặc biệt của Heineken, fan hâm mộ của Thanh Tuấn đương nhiên không chỉ là những người hâm mộ bình thường. Các mỹ nhân của showbiz như Chi Pu, Diễm My và Thủy Tiên chính là những fan hâm mộ cuồng nhiệt nhất trong đám đông khi cô nàng Chi Pu mặc áo có in hình thần tượng Thanh Tuấn, Diễm My ngỏ lời được selfie cùng và Thủy Tiên chào đón cuồng nhiệt khi chiếc xe đưa Thanh Tuấn vừa dừng lại.

Những bất ngờ vẫn chưa dừng lại ở đó. Khi nhân vật ngôi sao Thanh Tuấn vừa bước ra khỏi xe anh chàng đã được mời lên chiếc siêu xe limousine với tài xế riêng vô cùng đặc biệt, Trấn Thành cùng đội motor hộ tống hoành tráng với sự dẫn đầu của Phở Tô Bưu Phát, Thanh Tuấn đã thực sự trở thành một ngôi sao thực thụ với những đặc quyền rất riêng mà không phải ai cũng có được.

Dàn siêu sao của showbiz Việt cùng tụ tập tại ngay ngôi nhà của chàng trai Thanh Tuấn khi tất cả mọi người cùng cheer những lon Heineken mát lạnh để cùng tất niên và chào đón năm mới, chính là bất ngờ cuối cùng để kết lại chuyến hành trình độc nhất vô nhị mà Heineken dành riêng cho ngôi sao của mình.



Truy cập ngay Facebook chính thức của Heineken <https://www.facebook.com/Heineken> để khám phá những trải nghiệm chuẩn sao từ Heineken.

CHƠI VỚI ÁNH SÁNG

Ánh sáng có khả năng kì diệu thay đổi diện mạo của căn phòng mà không tốn quá nhiều nỗ lực. Ánh sáng tạo cảm giác ấm cúng, mời mọc, khiến bạn cảm thấy dễ chịu, thoải mái khi trở về nhà sau ngày dài mệt nhọc. Mỗi căn phòng cần được chiếu sáng khác nhau. Hãy để Style Magazine tư vấn cho bạn.



PHÒNG KHÁCH

Phòng khách là nơi bạn đọc sách, xem TV, chơi trò chơi, đón khách. Ánh sáng đóng vai trò rất quan trọng trong yếu tố thẩm mỹ và thực dụng của căn phòng. Một phòng khách đẹp cần sử dụng nhiều loại ánh sáng khác nhau, để ở nhiều chế độ khác nhau, để kết hợp lại tạo nên một tổng thể ấm áp, thu hút. Tốt nhất bạn nên sử dụng nút điều chỉnh cường độ ánh sáng để có thể tạo được hiệu ứng tốt nhất. Hãy sử dụng một tập hợp đèn bàn và đèn cây, cùng với đèn trần và đèn hắt sáng. Đèn nhấn (accent lighting) giúp làm nổi bật những tác phẩm hội họa hoặc điêu khắc trong căn phòng. Đèn chùm, đèn trần tạo ra ánh sáng môi trường, cung cấp ánh sáng cho cả phòng. Đèn bàn, đèn chùm, đèn dây khiến căn phòng trở nên ấm cúng và thân mật hơn.







PHÒNG ĂN

Để thu hút mọi người, hãy biến bàn ăn trở thành khu vực sáng nhất phòng. Sử dụng đèn chùm hoặc đèn thả trần ngay trên bàn ăn. Những vị trí khác trong phòng hãy sử dụng ánh sáng gián tiếp, tạo cảm giác thư giãn, dễ chịu. Một hai chiếc đèn bàn nhỏ trên tủ ly hoặc đèn tường sẽ tạo hiệu ứng thích hợp.



PHÒNG BẾP

Sử dụng ánh sáng từ trên hắt xuống để tiện cho việc nấu nướng. Đó có thể là một chiếc đèn chùm cầu kỳ hoặc đèn thả trần đơn giản. Bạn có thể sử dụng đèn bàn nhưng hãy lưu ý tránh xa bồn rửa.

Room price starts from VND 2,800,000 night
Giá phòng từ VND 2,800,000 đêm



- “Khách sạn 5 sao tiêu chuẩn quốc tế mang đậm nét địa phương” -

Grand Mercure Danang, tự hào là một thành viên của tập đoàn Accor, tọa lạc ngay trung tâm thành phố, từ khách sạn quý khách dễ dàng khám phá những nét đẹp thiên nhiên và văn hóa của Miền Trung Việt Nam! Quý khách đang có kế hoạch cho một kỳ nghỉ, một chuyến công tác hay họp báo. Grand Mercure Danang cam kết hỗ trợ và mang đến sự hài lòng cho quý khách với những dịch vụ đẳng cấp quốc tế...

Hân hạnh được đồng hành cùng quý khách...



Bringing stories to life

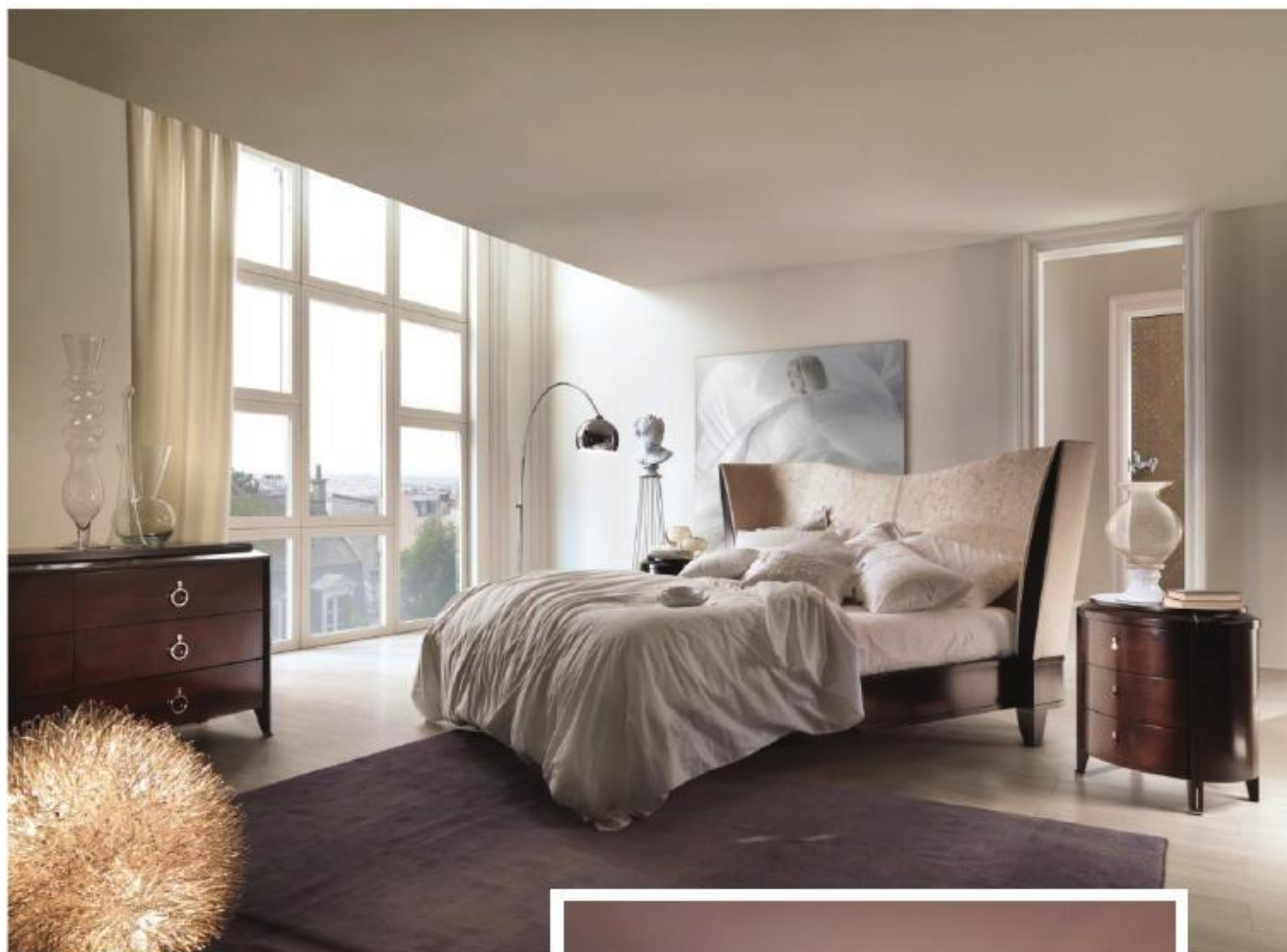


GRAND MERCURE
DANANG

Green Island, Hai Chau District, Danang, Vietnam
T: +84 (0) 511 379 7777 | E: h7821@accor.com

PHÒNG NGỦ

Ánh sáng phòng ngủ phải tạo cảm giác ấm cúng, thư thái, dễ chịu. Đừng tự giới hạn sự lựa chọn bằng cách chỉ sử dụng đèn treo cao. Nó khiến căn phòng tẻ nhạt, thiếu sức sống, bạn trông già đi. Hãy sử dụng nhiều nguồn sáng khác. Một chiếc đèn cây cạnh chiếc ghế bành êm ái trong phòng, hai chiếc đèn bàn ở hai bên giường phục vụ cho những lần đọc sách khuya. Những chiếc đèn gắn tường với nguồn sáng ổn định, rọi từ trên xuống sẽ là lựa chọn lý tưởng nếu bạn thực sự nghiêm túc với thói quen đọc sách. Bạn có thể dùng thêm những chiếc đèn ngủ với bóng đèn công suất thấp giả làm ánh nến.



PHÒNG TẮM

Phòng tắm là nơi để bạn thư giãn vì vậy không cần phải sử dụng ánh sáng quá chói gắt. Sự lựa chọn tốt nhất để bạn dưỡng da hay trang điểm là những chiếc đèn được gắn quanh gương hoặc đèn gắn tường ngay trên tấm gương. Một chiếc đèn treo cao có tác dụng chiếu sáng cả căn phòng – điều này rất quan trọng trong việc làm sạch. Nếu phòng tắm rộng, bạn có lẽ sẽ cần thêm một chiếc đèn ngay trên vòi hoa sen.



Happy New Year 2016

Tọa lạc đắc địa tại trung tâm thành phố, BEST WESTERN PREMIER Havana Nha Trang là điểm đến hoàn hảo cho những kỳ nghỉ dưỡng sang trọng. Lấy cảm hứng từ sự hòa quyện tinh tế giữa nét đẹp hiện đại của kiến trúc phương Tây và sự quyến rũ cổ điển của kiến trúc Á Châu, khách sạn Best Western Premier Havana Nha Trang chắc chắn sẽ lưu giữ lại trong lòng du khách những ấn tượng khó quên.

- ✧ 41 tầng với 1.000 phòng lưu trú thiết kế hướng biển.
- ✧ Vị trí trung tâm thành phố, chỉ cách sân bay quốc tế Cam Ranh 40 phút.
- ✧ Đường hầm riêng nối liền khách sạn với bãi biển.
- ✧ Bể bơi ngoài trời với thiết kế ba mặt hướng biển.
- ✧ Thưởng thức tinh hoa ẩm thực đầy tinh tế với thực đơn phong phú.
- ✧ Sky Light 360° là nóc nhà của Nha Trang từ đây có thể ngắm toàn cảnh vịnh biển.



STYLE TALKS

FEATURES - OPINIONS - PILLOW TALKS



134

LƯU HƯƠNG GIANG:
"TÔI SẼ QUYẾN RŨ ĐẾN GIÀ"



132

"PURPOSE": LỜI SÁM HỐI CỦA
JUSTIN BIEBER



“The world is a book, and
those who do not travel
read only one page
- St. Augustine”

140

JVEVERMIND: KẺ BƯỚC RA NGOÀI
"COMFORT ZONE"



144

ĐÀN ÔNG KHÔNG NÓI DỐI



STYLE

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

“PURPOSE”

Lời sám hối của

Justin Bieber

Sau gần 3 năm ngập lặn trong scandal, cuối cùng “trai hư” Justin Bieber cũng chịu trở lại trong album thứ 4 mang tên “Purpose”.

Anh Trâm

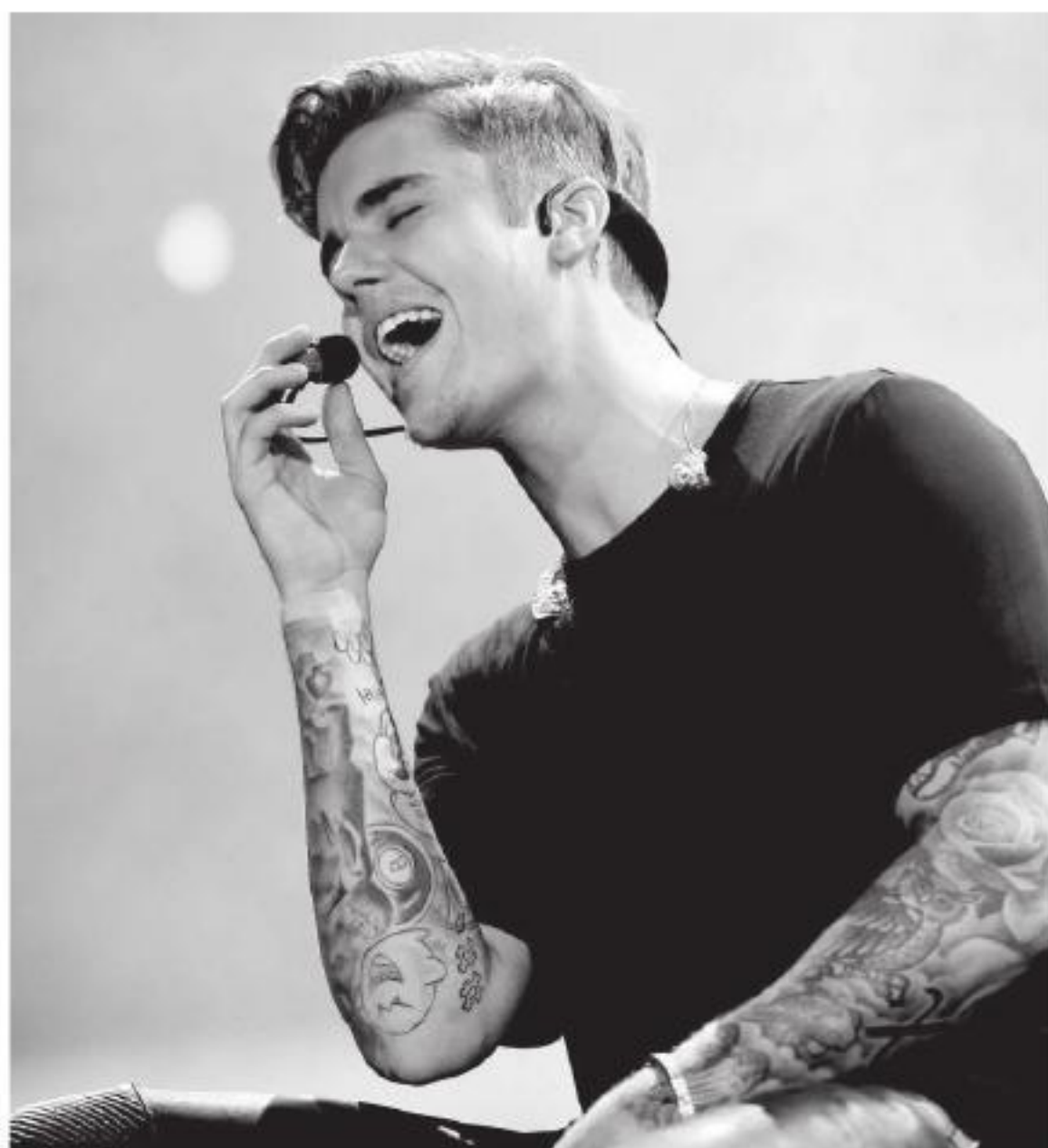
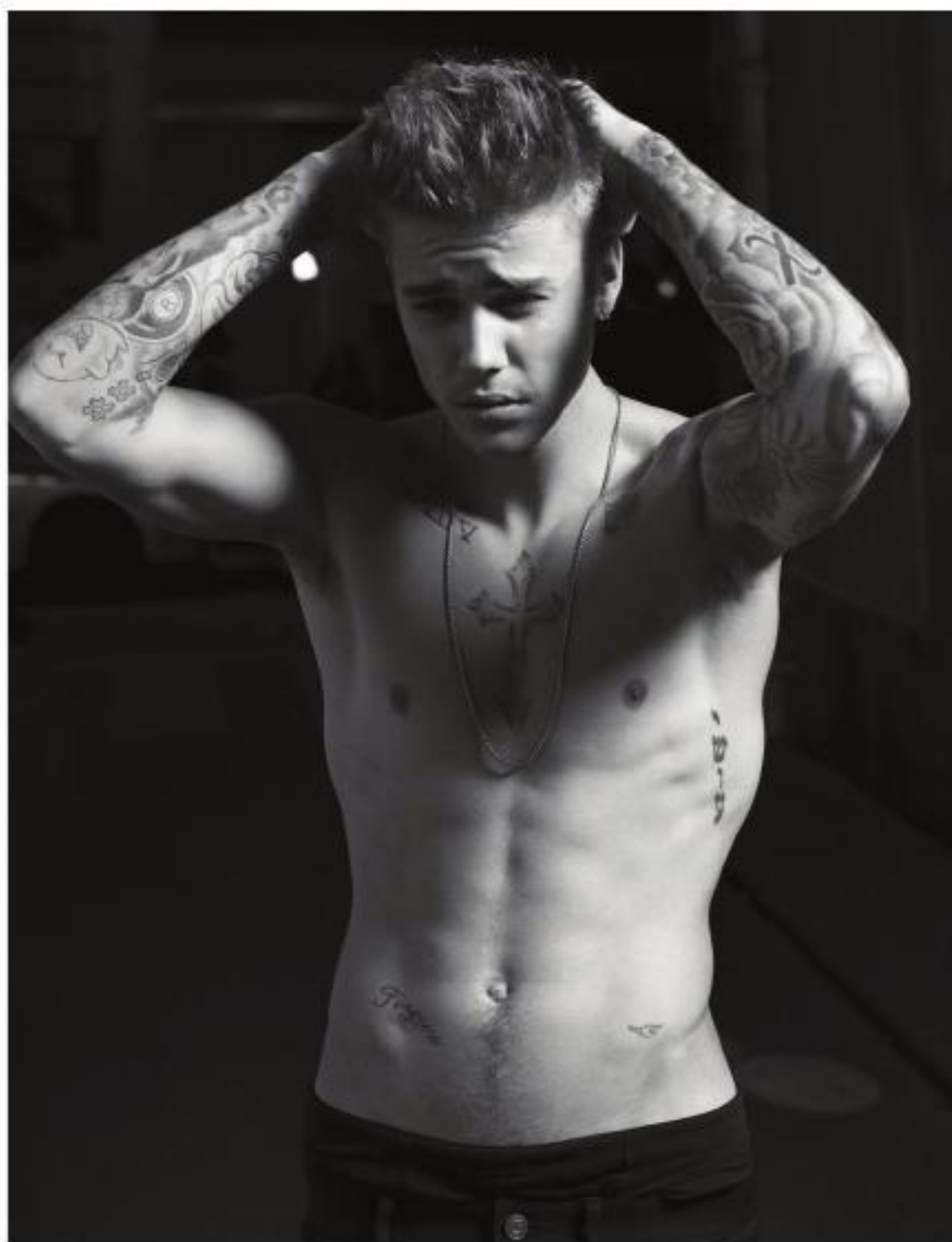


PHÉP MÀU MANG TÊN YOUTUBE

Trong số những nghệ sĩ trẻ đang làm mưa làm gió tại Hollywood hiện nay, có lẽ Justin Bieber là người có số phận lạ lùng nhất, thăng trầm nhất và nhiều biến cố nhất. Chỉ mới 21 tuổi, nhưng Justin Bieber có quá nhiều câu chuyện để kể - những trải nghiệm mà bạn bè cùng trang lứa khó tưởng tượng nổi.

Khác với Taylor Swift hay Miley Cyrus, Justin có xuất phát điểm rất thấp. Mẹ anh mang bầu khi mới 17 tuổi và phải một mình nuôi con trong nghèo khó. Khi còn là một đứa trẻ, Justin phải sống trong cảnh thiếu thốn, bữa ăn không đủ no, những ngôi nhà đầy chuột. Cuộc sống có lẽ sẽ mãi tăm tối như thế nếu không có sự tồn tại của... Youtube. Justin Bieber là ví dụ điển hình của việc mạng xã hội có thể vĩnh viễn thay đổi cuộc đời của một con người như thế nào. Từ một cậu bé vô danh tại một thành phố nhỏ của Canada, Justin trở thành một hiện tượng toàn cầu. Ở tuổi 14, 15, Justin nắm trong tay tài sản hàng chục triệu USD. Thế giới phát cuồng vì gương mặt búng ra sữa, chiều cao 1m67, bộ dạng eo lá tức cười của cậu bé đến từ Canada. Bất cứ nơi nào Justin có mặt, ống kính camera, smartphone cũng luôn sẵn sàng túc trực.

Cứ với mỗi fan hâm mộ, Justin có 2 người căm ghét, tẩy chay cậu. MV Baby của Justin từng giữ vị trí kỉ lục video có lượt xem nhiều nhất với hơn 1,2 tỉ view. Tuy nhiên lượng dislike MV (5,4 triệu) lại gấp rưỡi lượng like (3,6 triệu). Năm ngoái hơn 100.000 người kí tên đòi trục xuất Justin Bieber ra khỏi nước Mỹ. Có cậu bé nào vừa bước sang tuổi 20 có thể tưởng tượng rằng nhân loại căm ghét mình đến mức ấy?



SỨC HÚT TỪ THIÊN THẦN SA NGÃ

Mất đi tuổi thơ, thay đổi môi trường sống quá đột ngột, được tung hô quá mức, kiếm được quá nhiều tiền đã khiến Justin Bieber lạc lối. Sau khi kết thúc mối tình sóng gió với Selena Gomez, Justin ngày càng trượt dài. Anh sử dụng cần sa, lái xe khi say rượu, bị bắt gặp ở nhà chứa, đánh lộn với paparazzi, nhổ nước bọt vào fan, tấn công hàng xóm. Những hành động quá khích của Justin càng khiến làn sóng phản đối anh càng trở nên mạnh mẽ. Không ít lần bước lên sân khấu, Justin bị khán giả la ó, đòi đuổi xuống.

Nhưng tất cả đã là chuyện quá khứ. Năm 2015, Justin trở lại, đã "ngoan" hơn rất nhiều. Anh tích cực tham gia hoạt động từ thiện, bớt những hành vi ngông cuồng và nhiều lần xuất hiện trước công chúng bày tỏ thái độ ăn năn hối lỗi.

Album mới nhất của anh mang tên "Purpose" vừa phát hành vào ngày 13/11 vừa qua. Khác với những album trước, ca từ khá sáo rỗng xoay quanh chuyện yêu đương, ở album mới này, những ca khúc đã có chiều sâu hơn. "Purpose" giống như một lời giải bày của một kẻ sa ngã muốn được làm lại, được mọi người mở lòng tha thứ. Đi qua nhiều bão tố, Justin cũng trở nên trưởng thành, chín chắn hơn nhiều. Giọng hát tha thiết, dịu dàng, nhưng mãnh liệt của anh dễ tìm được sự đồng cảm ở người nghe.

Công chúng ngưỡng mộ những thiên thần, nhưng lại dễ mù lòng trước những kẻ sa ngã biết quay đầu là bờ. Ở Justin, khán giả trẻ thấy hình bóng của chính mình: cũng nổi loạn, bốc đồng, cũng sai lầm, yếu đuối. Justin có thể không phải là một hình mẫu hoàn hảo với hình ảnh sạch sẽ, bóng loáng, nhưng Justin rất "đời" và gần gũi. Những người trẻ nhìn Justin như một người thuộc "thế hệ mình". Không biết lần trở lại này, Justin sẽ "ngoan" được trong bao lâu, nhưng chắc chắn "Purpose" sẽ giúp cậu chàng leo lên một bậc thang mới của thành công.





LƯU HƯƠNG GIANG

“Tôi sẽ quyến rũ đến già”

“Gái một con trông mòn con mắt” – Điều này có vẻ đúng với Lưu Hương Giang. Bước sang tuổi băm, người đẹp ngày càng mặn mà quyến rũ hơn và luôn lọt vào danh sách những bà mẹ sành điệu nhất showbiz.

Anh Trâm

“BỊ VỨT HẾT QUẦN ÁO, TÔI TIẾC NGẦN TIẾC NGỜ”

Chị bắt đầu ý thức mình phải thay đổi hình ảnh từ bao giờ?

Sau khi sinh em bé xong. Làm nghệ sĩ giải trí thì luôn phải đẹp. Ngoài tài năng ra thì đường hình cũng phải hấp dẫn nữa. Khi còn son rồi thì chuyện này đơn giản thôi, nhưng khi đã có gia đình, đã làm mẹ rồi thì phải nỗ lực gấp mấy lần người ta. Tôi nghĩ mình là một trong những nghệ sĩ đầu tiên sử dụng stylist cá nhân. Thực ra thì ở nước ngoài chuyện này rất bình thường nhưng ở Việt Nam, nghệ sĩ chưa có thói quen ấy. Họ chưa sẵn sàng bỏ ra một khoản đầu tư mà họ nghĩ rằng chưa cần thiết. Tôi thì nghĩ mình không thể ôm đồm vừa hát hay vừa tắt bật quần áo được. Cần phải có một team riêng chuyên phụ trách việc xây dựng hình ảnh cho mình. Và thế là tôi lọ mọ tìm stylist.

Có giai thoại kể chị từng bị stylist vứt đi gần hết tủ quần áo. Chuyện đó có thật không?

Đúng rồi đấy. Kể ra cũng tiếc. Lúc Hoàng Ku về tôi chỉ còn lác đác một vài thứ thôi. Đồ của mình cũng từ các nhà thiết kế thân thiết và cũng đắt chứ không phải là rẻ. Tự nhiên bị bắt bỏ hết, tôi tiếc ngẩn tiếc ngơ. Đạo ấy tôi cũng hoang mang lắm. Lần đầu tiên làm việc với nhau, chả biết có nên cơm cháo gì không mà chưa gì đã bị bắt vứt hết đồ đi rồi.

Để có một Lưu Hương Giang thật lung linh trên mặt báo và trong các sự kiện, ở hậu trường team của chị có những ai?

Hoàng Ku là stylist của tôi thì chắc mọi người ai cũng biết rồi. Ngoài ra tôi có 2 bạn make up ruột, một ở miền Nam, một ở miền Bắc. Tôi làm việc với hai người này từ rất nhiều năm nay rồi. Người make up cực kỳ quan trọng, ngoài tài năng ra thì họ làm việc càng lâu với mình, họ sẽ càng hiểu khuôn mặt mình. Nếu đi quay TVC chẳng hạn, có nhóm make up riêng nhưng tôi vẫn thường yêu cầu phải là người make up thường xuyên cho mình. Những người kia họ có thể giỏi thật đấy, nhưng với tôi thì không hợp. Thường make up lần đầu tiên ít khi thành công lắm vì người ta chưa hiểu được khuôn mặt mình. Tôi không thể mạo hiểm hình ảnh mình như thế được. Thực ra nếu chuyên nghiệp hơn, cần có photographer ruột nữa. Có những nghệ sĩ rất kĩ tính, họ chỉ cho phép báo chí sử dụng hình mà họ gửi đi. Tôi cũng thắc mắc tại sao có những cô 10 tấm ảnh đẹp cả 10 như thế. Đó cũng là một cách chuyên nghiệp mà mình nên học.

“TUỔI TRẺ THƯỜNG RƠI VÀO TAY NHỮNG KẺ HOANG PHÍ”

Ngày xưa chị ăn mặc theo phong cách rock chic, cá tính, còn giờ thì ngọt ngào nữ tính hơn?

Phụ nữ qua mỗi giai đoạn sẽ thay đổi phong cách. Ngày xưa tôi thích những thứ hơi cá tính. Giờ nhìn lại mới thấy buồn cười: không hiểu tại sao ngày đó mình có thể mặc những bộ đồ như thế, để tóc như thế. Hồi đó tôi theo đuổi dòng nhạc rock alternative, nên cũng ảnh hưởng đến phong cách ăn mặc. Chỉ có điều chưa có kinh nghiệm nên làm mọi thứ chưa tới.

Vẻ đẹp của phụ nữ ở tuổi 30, đã có gia đình, đã sinh em bé có khác gì so với phụ nữ tuổi 20?

Nếu tôi được chọn, thì tôi vẫn thích ở giai đoạn 30 này hơn. Tôi không quá trẻ, mặt búng ra sữa như thuở 20 nhưng vẫn cảm thấy tự tin về nhan sắc. Tôi cảm nhận được giá trị cuộc sống và cũng trưởng thành hơn trong suy nghĩ.

Có một câu nói tôi rất tâm đắc: Tuổi trẻ thường rơi vào tay những kẻ hoang phí. Đó là khi tôi nghĩ về tuổi 20 của mình. Mình để tuổi trẻ trôi qua, bỏ lỡ những cơ hội, ngủ vui đến trưa, giết thời gian bằng việc la cà cà phê, bar pub. Nếu như cái đầu của thời điểm này lắp vào thời điểm đó thì mọi chuyện đã khác. Nhưng bây giờ vẫn chưa muộn. Phụ nữ tuổi 30 vẫn còn làm được nhiều thứ, theo đuổi đam mê sự nghiệp. Tuổi 40 chắc không còn được như thế này nữa, mọi thứ sẽ an toàn hơn.

Chị được báo chí tới tập khen trẻ quá, xinh quá. Anh Hồ Hoài Anh phản ứng thế nào?

Thực ra nhà tôi rất ít để ý những chuyện quần áo áo. Anh cũng bận. Có thể anh vẫn theo dõi trang cá nhân của tôi để thấy hình ảnh vợ mình được update. Ở nhà lắm lúc, tôi cũng phải quần xắn móng lợn, đầu bù tóc rối lo việc nhà việc cửa nhưng những hình ảnh public trước công chúng bao giờ cũng đẹp long lanh. Đó cũng là 2 mặt khiến người đàn ông bên cạnh bất ngờ về mình.

Việc thay đổi hình ảnh thành công có tác động nhiều đến sự nghiệp của chị không?

Thực tế là bây giờ tôi kiếm được nhiều tiền hơn ngày xưa rất nhiều. Có nghệ sĩ họ xác định chỉ làm việc trong thời gian ngắn nên phải gây sốc, gây sự chú ý thật nhanh. Tôi làm nghề cũng lâu rồi, gia đình cũng nền tảng, lại có gia đình, nên phải chọn con đường thật sạch sẽ, tích cực. Chả có nhân hàng nào họ muốn cộng tác với hình ảnh có quá nhiều bê bối cả.





Ảnh: NVCC

“TÔI KHÔNG CÓ THỜI GIAN ĐỂ NGHĨ MÌNH CÓ THIỆT HAY KHÔNG...”

Trên mạng xã hội chị luôn giữ hình ảnh “hoa hậu thân thiện”, chỉ post ảnh street style hoặc chia sẻ những điều nhẹ nhàng. Có bao giờ chị cảm thấy mệt mỏi vì không thực sự được là mình không?

Thực ra thì cũng có lúc như vậy nhưng đó chỉ là những suy nghĩ lướt qua. Tôi cũng nhiều lúc bất đồng với chị gái tôi về cách sử dụng mạng xã hội. Hai chị em cũng có lời qua tiếng lại. Theo tôi, không nên nói cái gì thái quá hoặc động chạm đến người thứ 3 trên facebook vì nó là con dao hai lưỡi. Nhà tôi cũng đồng quan điểm: mình là nghệ sĩ, không thể như người bình thường được, mình phải chấp nhận điều đó chứ không thể tự do phát biểu các thứ như người ta. Ai làm cái nghề này thì quá hiểu điều đó rồi.

Ngày càng nhiều phụ nữ không muốn kết hôn. Chị nghĩ gì về hiện tượng này?

Không ai nắm chặt tay được từ tối đến sáng nhưng hiện tại tôi thấy mình là một người may mắn. Tôi tìm được một người vừa vặn với mình, chia sẻ được nhiều và rất hiểu chuyện. Tôi rất hài lòng với lựa chọn của mình.

Tôi có một nhóm bạn, 10 người thì phải đến 9 người chỉ có con và không có chồng. Đi với họ, tôi thấy họ cũng có những cái lí riêng. Họ có sự nghiệp ổn định, họ đủ tự tin để bước đi nếu người đàn ông không đem lại hạnh phúc cho họ. Hai mẹ con sống với nhau, có công việc riêng, tài chính vững vàng, muốn yêu ai thì họ yêu, không phù hợp thì lại chia tay. Tôi thấy thà sống như thế còn hơn là tìm mọi cách để giữ một người chồng không phù hợp với mình.

Phụ nữ khi lập gia đình phải đánh đổi nhiều thứ, chị có bao giờ cảm thấy thiệt thòi không?

Ngày xưa tôi sợ lấy chồng đẻ con lắm. Nhưng khi tôi lựa chọn cuộc sống hôn nhân với một người phù hợp với mình, tôi lại thấy những thứ mất đi là quá nhỏ so với những gì mình có được. Đến một giai đoạn nào đó, bạn không thể lông bông mãi. Khi còn độc thân bạn cứ cân nhắc thế thôi chứ khi có gia đình, bao nhiêu là việc, bạn chả có thời gian để nghĩ mình có thiệt hay không nữa. Nếu người chồng quá vô tâm, ích kỉ, bạn không hạnh phúc thì bạn mới nghĩ quẩn thôi. Từ bản thân và quan sát bạn bè tôi thấy, phụ nữ một khi đã sinh con ra, không ai hối hận hết.

BÍ QUYẾT LÀM ĐẸP CỦA LƯU HƯƠNG GIANG

Tập yoga mỗi ngày
 Ăn gạo lứt
 Kiêng ăn các loại thịt đỏ
 Chăm chỉ dưỡng da và đi spa
 Sinh hoạt điều độ

THE OTHER SIDE OF THE DOOR

Đạo diễn: JOHANNES ROBERTS
Khởi chiếu: 26/02/2016

Câu chuyện xoay quanh 1 gia đình ngoại quốc đang sống vui vẻ và bình dị tại Mumbai – Ấn Độ, cho đến khi tai nạn ô tô xảy ra khiến họ mất đi cậu con trai Oliver. Tai nạn kinh hoàng ấy khiến người mẹ rơi vào cảm giác tuyệt vọng và tội lỗi khi không thể cứu lấy con trai mình. Với bản năng của một người mẹ, bà đã tìm đến một nghi lễ cổ xưa của Hindu với mong muốn nói một lời tạm biệt cuối cùng với con trai mình. Bà tìm đến một ngôi chùa cổ bỏ hoang và đã mở ra cánh cửa cấm, làm đảo lộn cân bằng giữa sự sống và cái chết.

**HAIL, CAESAR!**

Đạo diễn: JOEL COEN, ETHAN COEN
Khởi chiếu: 05/02/2016

Hậu trường Hollywood xưa nay luôn tồn tại những câu chuyện thuộc hàng “thâm cung bí sử” mà hầu như ai cũng muốn biết tường tận. Ở cách xa Việt Nam tới nửa vòng trái đất, việc lọt vào chốn “hậu cung” của giới sao là điều không tưởng. Tuy vậy, năm nay, khán giả hâm mộ những Marilyn Monroe hay các ngôi sao nổi tiếng khác sẽ có cơ hội tìm hiểu những khoảnh khắc đời thường của họ thông qua bộ phim hài mang tên HAIL, CAESAR!. Tác phẩm đánh dấu sự trở lại của hai anh em nhà Coen, giám khảo Liên hoan phim Cannes 2005. Bộ phim cũng quy tụ dàn sao nổi tiếng: George Clooney, Channing Tatum, Scarlett Johansson, Josh Brolin, Tilda Swinton...

**KIEU HANH VÀ ĐỊNH KIẾN:
ĐẠI CHIẾN THÂY MA**

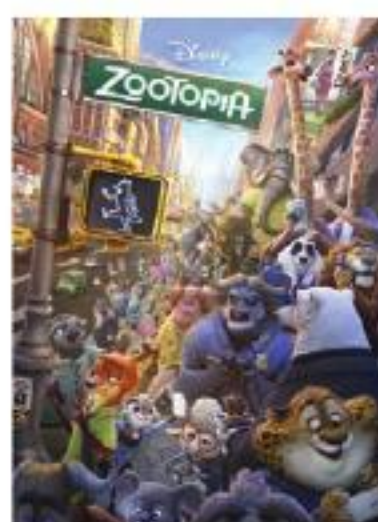
Đạo diễn: BURR STEERS
Khởi chiếu: 19/02/2016

Nếu khán giả đã quá quen thuộc với bộ phim ‘Pride and Prejudice’ (‘Kiêu Hãnh và Định Kiến’) được chuyển thể từ tiểu thuyết cùng tên của Jane Austen, hẳn sẽ rất bất ngờ khi nhà văn Seth Grahame Smith cùng đạo diễn Burr Steers ra một quyết định khá “bạo tay” đó là đưa thêm yếu tố kinh dị vào kịch bản bộ phim mới KIEU HANH VÀ ĐỊNH KIẾN: ĐẠI CHIẾN THÂY MA (Tựa gốc: PRIDE AND PREJUDICE AND ZOMBIES).

**PHI VỤ ĐỘNG TRỜI
– ZOOTOPIA**

Đạo diễn: BRYON HOWARD
RICH MOORE
Khởi chiếu: 19/02/2016

ZOOTOPIA là một thành phố kì lạ, không giống bất kì thành phố nào trước đây của thế giới Walt Disney. Nơi đây là khu đô thị vui vẻ của các loài động vật, từ những loài to lớn như voi, tê giác, cho đến những loài nhỏ bé như chuột, thỏ.... Cho đến một ngày, cô cảnh sát thỏ Judy Hopps xuất hiện, thành phố ZOOTOPIA đã có những thay đổi hoàn toàn. Cô cùng người bạn đồng hành – chú cáo đầy “tiểu xảo” Nick Wilde (do Jasson Bateman lồng tiếng) đã cùng nhau phiêu lưu trong một vụ kỳ án, với mong muốn thiết lập lại trật tự cho thành phố ZOOTOPIA.

**GÁI GIÀ LẮM CHIỀU**

Đạo diễn: BẢO NHÂN, NAMCITO
Khởi chiếu: 19/02/2016

Gái Già Lắm Chiêu xoay quanh cuộc sống của một cô nàng vừa bước vào tuổi 30 (Diễm My 9X), thành đạt, xinh đẹp bỗng một ngày phát hiện mình mắc căn bệnh quái gở. Bằng mọi cách, cô phải mang bầu trong hai tháng trước khi “cái trứng cuối cùng rụng xuống”. Cô cùng những người bạn thân lập tức lên kế hoạch tìm chồng. Có một anh chàng hàng xóm đẹp trai, khỏe mạnh trở thành đối tượng nằm trong “tầm ngắm” của nhóm “gái già lắm chiêu” này.



MOVIE
CALENDAR

JVEVERMIND

Kẻ bước ra ngoài “comfort zone”

Giới trẻ không xa lạ gì cái tên Jvevermind. Cuối năm 2011, Jvevermind nổi lên như một hiện tượng youtube với những vlog thú vị và hấp dẫn. Anh duy trì phong độ và trở thành người Việt Nam đầu tiên nhận được nút vàng youtube với hơn 1,5 triệu lượt theo dõi.

Ảnh Trâm



Ảnh: NVCC

MIẾNG BÁNH MANG TÊN YOUTUBE

Trái với vẻ hoạt ngôn và kiểu hài hước hơi “bậy bậy” trên vlog, Việt (tên thật của JV) gầy gù và nhỏ nhẹ hơn tôi tưởng. Gặp Việt những ngày cuối đông tại Hà Nội, cậu mặc một chiếc áo len chui cổ, tóc vuốt keo, dáng đi hơi cúi người về phía trước (có lẽ do quá cao). Việt nói nhỏ, hay cười, hơi bẽn lẽn, ngại ngùng. Cái sự bối rối ấy cùng dáng vẻ thư sinh đã tạo nên nét duyên ngầm ở chàng vlogger nổi tiếng nhất Việt Nam.

Vlog là viết tắt của video blog, hiểu nôm na là một dạng nhật ký, thể hiện quan điểm, chính kiến của mình về một vấn đề nào đó trong xã hội dưới dạng video clip. Trào lưu vlog bắt đầu manh nha ở Mỹ từ những năm 2007, 2008. Giới trẻ Việt Nam bắt đầu nhập cuộc từ năm 2011. Trong khi nhiều người coi vlog là một thứ để giải trí, xả stress thì chàng thanh niên 19 tuổi lúc đó đã nhìn thấy đây là một cơ hội. Việt xác định ngay từ đầu là phải đi đường dài và tầm quan trọng của sự ổn định. Trong hơn 6 tháng đầu tiên, cậu đều đặn ra vlog hàng tuần. Lượng view tăng từ từ: 1.000, 10.000, rồi đến 20.000 view. *“Trong kinh doanh cái ý tưởng chỉ chiếm 1% còn quá trình thực hiện chiếm 99% còn lại. Quan trọng nhất là sự kiên trì”* – Việt chia sẻ.

Công chúng thích những vlog của Việt vì Việt không “gồng”, không cố gắng trở thành con ngoan trò giỏi và thích dạy đời người khác. Văn hóa phương Đông vẫn thích “đẹp khoe, xấu che” còn Việt thì ngược lại. Những vlog của cậu hài hước, tự giễu chính mình, mang lại cảm giác đời thường, gần gũi. Giới trẻ đặc biệt là học sinh sinh viên thích Việt vì những chuyện Việt nói họ gặp thường ngày nhưng không thấy TV, báo đài nào nói cả. Đến khi lượng view của kênh Jvevermind chạm ngưỡng 400.000 thì youtube bắt đầu chủ động tìm đến Việt.

THÀNH CÔNG KHÔNG ĐẾN SAU MỘT ĐÊM

Có một thời gian dài Việt sống trong cảnh “có tiếng mà không có miếng”. Thiên hạ đón đại youtube trả Việt hàng ngàn USD một tháng nhờ lượng view khủng. Việt thẳng thắn chia sẻ: *“Số tiền youtube đem lại không nhiều đến mọi người tưởng và không xứng với thành quả view, subscriber mà kênh mang lại”*. Cậu bắt đầu tìm cách khác để “có miếng” như thiên hạ đồn.

Ở thời điểm 2012, viral marketing vẫn là một khái niệm lạ lẫm thì Việt đã nghĩ đến việc bán quảng cáo. Cậu chủ động tìm đến các brand agency để mời chào. Có người tiếp đón, có người từ chối. Cuối cùng ở vlog thứ 20, cậu bán quảng cáo đầu tiên với giá “siêu rẻ”: 3 triệu VND. Việt nhớ lại: *“Hồi ấy xác định, giá nào cũng phải bán để ít nhất các nhãn hàng bắt đầu làm quen với khái niệm viral marketing đã”*.

Sự nỗ lực của Việt đem đến cho cậu một nguồn thu ổn định đủ để sống được. Khi tôi tò mò hỏi: Liệu thu nhập của Việt có đến hàng trăm ngàn USD như mọi người đồn? Việt nói ngay: “không đến mức ấy”. Khi con số giảm xuống vài chục ngàn USD thì Việt chỉ cười. *“Nhiều người nói tôi thành công nhờ may mắn nhưng nói thật yếu tố may mắn là rất nhỏ. Nó là một thành quả của sự nỗ lực mà ít người nhìn thấy. Trong năm đầu tiên làm vlog, tôi đã hoàn toàn không có thu nhập hoặc nguồn thu nào”* – Jvevermind nhớ lại.





“NGƯỜI KHÁC THẤY KHÓ KHĂN, TÔI THÌ THẤY CƠ HỘI”

Thời gian này Việt ít làm vlog hơn và bắt đầu tập trung vào việc sản xuất với vai trò đạo diễn “behind the scene”. Vlog đã giúp cậu tạo dựng thương hiệu cá nhân và trong thế giới online, cậu đã đạt được một vị trí nhất định. Với Việt, như thế vẫn chưa đủ. Cậu muốn bước ra khỏi thế giới ảo và khẳng định bản thân mình trong “thế giới offline”. Gần đây Việt đầu tư nghĩ đến việc quay trở lại Mỹ học làm phim.

“Phim chiếu rạp là con đường tôi muốn đi. Điện ảnh ở Việt Nam bắt đầu có thị trường, việc làm phim bắt đầu tạo lợi nhuận. Mặt bằng điện ảnh Việt Nam cũng còn thấp so với mặt bằng thế giới. Cơ hội rất rõ ràng”.

Cuộc trò chuyện thú vị hơn hẳn khi Việt nhắc đến điện ảnh. Việt chia sẻ đạo diễn ưa thích của cậu là: James Cameron, Zack Snyder, Wes Anderson, David Fincher, Michael Bay. Cậu xem được nhiều thể loại từ phim tình cảm: *Eternal Sunshine of the Spotless Mind*, *500 Days of Summer*... đến những phim thuộc loại khó xem như *Oldboy*, *12 Angry Men*... Việt muốn tương lai có thể làm ra những bộ phim giải trí không quá đánh đố người xem nhưng phải thật sự chất lượng.

Trong khi chúng tôi trò chuyện, một vài bạn nữ nhận ra Việt và xin chụp ảnh cùng. Tôi hỏi: Việt đã bắt đầu quen với sự nổi tiếng chưa và điều này có khiến Việt rơi vào cái bẫy sống ảo như cậu từng chỉ ra trong một vlog không? Việt kể: *“Thời gian đầu mới về, tôi cũng bị ngập. Ở mình cũng nổi tiếng đấy chứ, mình cũng thể nọ, mình cũng thể chài. Nhưng rất ngắn thôi. Có lẽ là do lối sống của tôi hồi còn ở bên kia. Tôi ít đọc giải trí Việt Nam và chỉ xem show, đọc báo nước ngoài. Dần dần tôi nhận ra mình chả là cái đ*ch gì. Thế giới có quá nhiều người giỏi hơn mình”.*

Việt vẫn vậy, hơi bầy bầy, không cầu nệ, tài năng, tham vọng nhưng vẫn rất nhún nhường, biết mình biết ta. Một người như vậy sẽ còn tạo được nhiều bất ngờ trong tương lai.

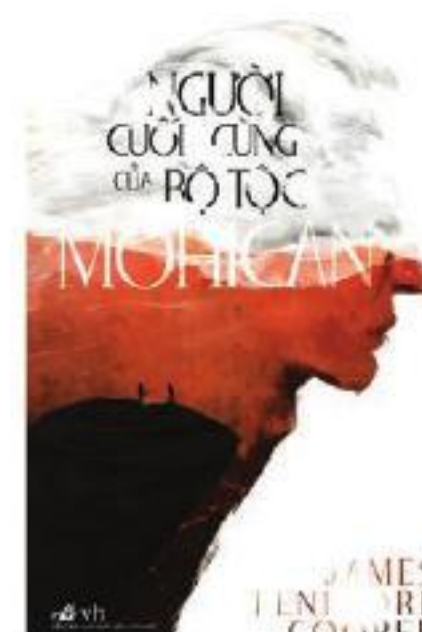
CÁ HỒI*Tác giả: AHN DO-HYUN**Giá bìa: 50.000 VND*

Là cá hồi có nghĩa sẽ sinh ra từ sông, bơi ra biển, đến khi cũng cá lại ngược về nguồn để trứng, rồi tan biến vào dòng suối mẹ. Cá hồi Ánh Bạc biết điều đó, nhưng nó nghĩ hẳn phải còn lý do nào đó cho việc mình sống trên đời. Lý do đó có thể là nhìn ra thế giới trên mặt nước, đuổi theo cầu vồng hay một lễ sống đặc biệt nào đó. Được đánh giá là một truyện ngụ ngôn như tiểu-thuyết, đồng thời cũng là một tiểu thuyết như-ngụ-ngôn, Cá hồi viết về nỗi đau và ánh hào quang của sự trưởng thành, về tình yêu và ước mơ - những đích đến cao đẹp song đầy khó khăn cay đắng.

**NGƯỜI CUỐI CÙNG CỦA BỘ TỘC MOHICAN***Tác giả: JAMES FENIMORE COOPER**Giá bìa: 90.000 VND*

Người cuối cùng của bộ tộc Mohican xuất bản năm 1826, trên khung nền của một cuộc chiến tranh giành đất đai giữa hai đế quốc thực dân Anh và Pháp. Tác giả Cooper đã tạo dựng một câu chuyện đầy hấp dẫn với những cuộc phiêu lưu mạo hiểm, truy lùng gao gắt, những trận đấu một mất một còn...

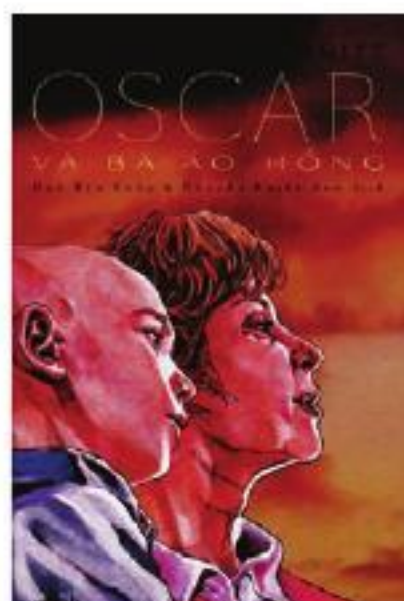
Cuốn sách còn khắc họa khung cảnh thiên nhiên hùng tráng của miền đất mới với chủ nhân thực sự của nó là những người da đỏ tính cách dữ dội nhưng chất phác, trung thực và trọng nhân phẩm, hoàn toàn khác biệt với sự sa đọa của xã hội hiện đại.

**NHỮNG THÀNH PHỐ VÔ HÌNH***Tác giả: ITALO CALVINO**Giá bìa: 56.000 VND*

Dưới con mắt một người quan sát không gian đô thị, Marco Polo, nhà du hành vĩ đại nhất trong lịch sử, đã kể với Hốt Tất Liệt, vị đại hân thứ năm của người Mông Cổ, về hơn năm mươi thành phố ông đã gặp, đã mơ hoặc đã tưởng tượng trong quá khứ, hiện tại hay tương lai. Hơn năm mươi thành phố, không thật, không giả, nhưng lại cụ thể đến từng chi tiết khiến người đọc bất giác tự đặt câu hỏi: vậy rốt cuộc, một thành phố trong tưởng tượng của ta là gì?

**OSCAR VÀ BÀ ÁO HỒNG***Tác giả: ERIC EMMANUEL SCHMITT**Giá bìa: 45.000 VND*

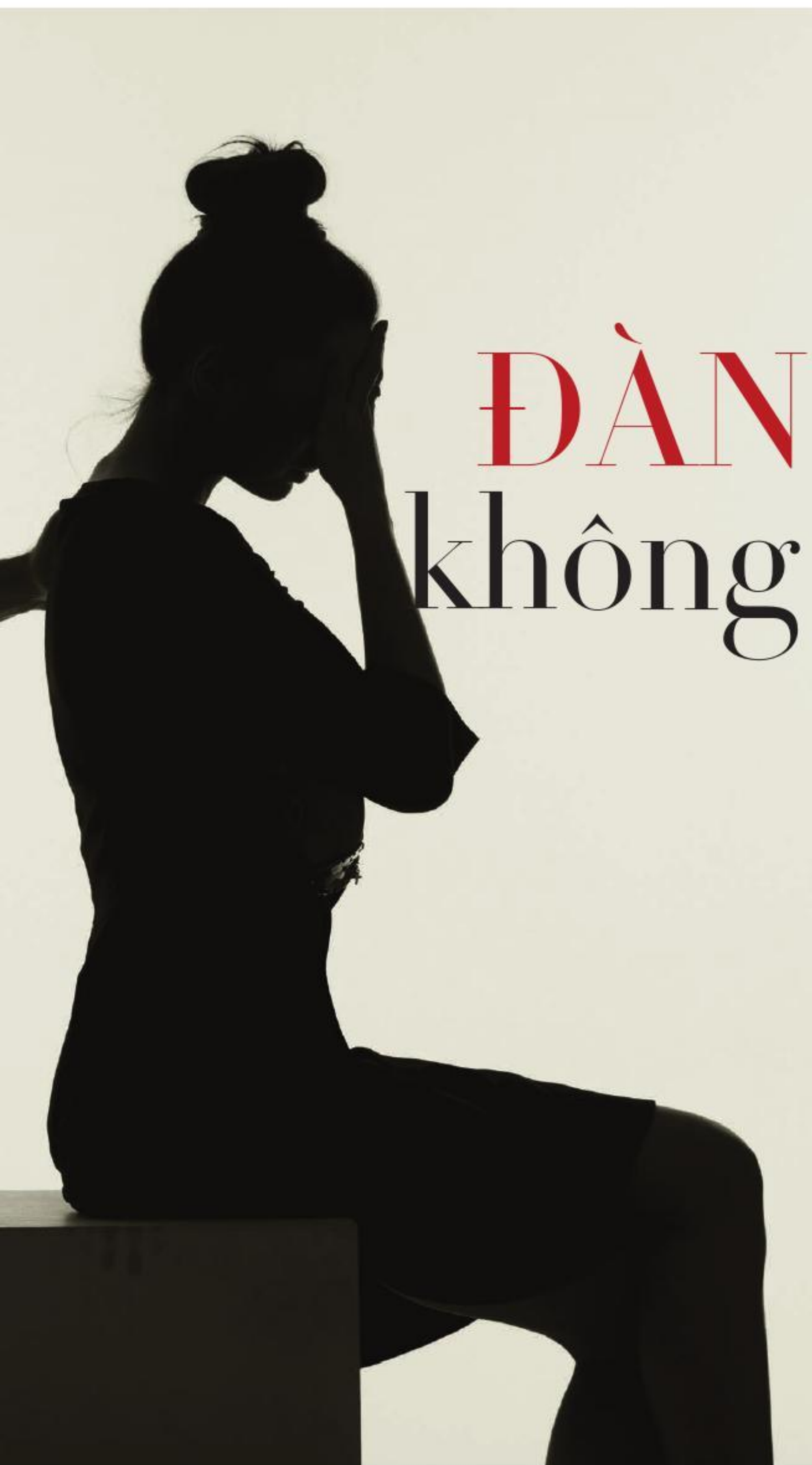
Cuốn sách gồm những bức thư gửi Chúa từ một cậu bé mười tuổi, nhóc Oscar, biệt danh Sọ Trúng, vì cái đầu trọc - hệ quả sau đợt điều trị hóa chất do bệnh máu trắng. Oscar kể với Chúa về những mong ước của mình, về những gì diễn ra trong mười hai ngày có lẽ là cuối cùng của cuộc đời cậu. Những lá thư ấy đã được bà Hoa Hồng, một tình nguyện viên đến chơi với các bệnh nhi, tìm thấy sau khi Oscar mất. Nhờ có bà Hoa Hồng, mười hai ngày ấy đã trở thành huyền thoại.

**SỐNG TRONG THẾ GIỚI ĐÀN ÔNG***Tác giả: VŨ NGUYỄN HÀ ANH**Giá bìa: 89.000 VND*

"Sống trong thế giới đàn ông" là cẩm nang cần có của mọi cô gái. Đọc cuốn sách, hoặc bạn sẽ gật gù đồng thuận vì cô ấy nói đúng quá, hoặc sẽ ó à ngạc nhiên khi khám phá những điều bấy nay bạn vẫn "tưởng vậy mà không phải vậy" về thế giới Đàn ông và về chính mình... Đọc "Sống trong thế giới đàn ông" giống như bạn đang ngồi cà phê với một người bạn tâm giao hay thủ thỉ trong buổi tiệc pijama với cô bạn chí cốt và mở những nút thắt trong lòng mình, giải mã những "bí mật" về thế giới Đàn ông - Phụ nữ, và phát hiện ra rằng thực ra, làm cho chính mình hay anh ấy hạnh phúc thật đơn giản.

**BOOKWORM**





ĐÀN ÔNG không nói dối

Ngay từ bé đàn ông đã được dạy dỗ rằng phải nhường nhịn các bạn nữ, phải làm đẹp lòng những cô bạn mít ướt. Và từ đó nước mắt sự muộn phiền của đàn bà thành nỗi ám ảnh đàn ông. Vì vậy đàn ông luôn phải nghĩ ra làm thế nào để trên gương mặt người đàn bà luôn là nụ cười. Người đàn ông làm người đàn bà của mình hạnh phúc là người đàn ông thành công và thêm nhiều người đàn bà nữa cùng vui vẻ thì đại thành công. Nhưng trong thế giới này điều khiến họ hạnh phúc rất khó tìm và đàn ông lại luôn phải tìm ra nhanh chóng. Thế nên đàn ông đôi khi nói những điều trong mơ. Đàn bà thì cứ khẳng khẳng đó là nói dối. Đàn ông rất sợ hai từ này, đàn ông không lừa lọc mà thật lòng mình cố gắng làm đẹp lòng đàn bà.



Dến một buổi tiệc tối đông vui, đàn ông có thể gặp một top người đẹp đi cùng nhau, cũng có thể gặp một em đang đứng cô đơn như đợi chờ ai. Đã muôn đời cố định phụ nữ thì đẹp nhưng chính các nàng vẫn muốn đàn ông khẳng định đi khẳng định lại câu đó ở một mức cao hơn. Do đó tối nay khen nàng đẹp thì cũng là câu thường. Các nàng biết so với đàn ông mình đẹp nhưng muốn nghe khen là ý em có đẹp như hay hơn cô kia không đó mà thôi. Vì thế khen “em đẹp nhất đêm nay” thì mới đúng ý nàng. Nhưng ngay khi nói câu đó phát ra thì đàn ông thấy một bóng hồng khác bước vào; cô ấy lộng lẫy làm sao. Chẳng thể nào không lịch sự khen “Em tuyệt vời nhất đêm nay”. Ấy thế là nàng đứng kia nghe thấy thì sẽ cho rằng đàn ông nói dối. Và nếu chạm mặt tất cả đàn bà trong đêm đó đàn ông sẽ mất vô số câu khen đẹp và tất cả ngán đó người sẽ nói đàn ông nói dối nếu chưa chịu trả lời “ai mới đẹp nhất”. Khổ! Đàn bà mách nhau ăn mặc nhưng lại đòi đàn ông chấm điểm. Đàn ông nói với người bên cạnh “Em đẹp nhất đêm nay” thì chắc chắn bị cho là nịnh là xạo nhưng nói “cô kia đẹp nhất” thì bị cho là kém lịch sự. Nên với cô nào đàn ông cũng sẽ thủ thỉ rằng “Em đẹp nhất đêm nay” và luôn nói nhỏ để riêng cô ấy biết. Rõ ràng đàn ông chẳng hề nói dối, ai cũng đẹp nhất

bởi mỗi người đẹp ở một điểm khác nhau; cụ Nguyễn Du chả truyền lại cho hậu thế câu thơ nổi tiếng “mỗi người một vẻ mười phân vẹn mười là gì”. Đàn ông không nói dối chẳng qua nhan sắc khó cân cho bằng và chính đàn ông thấy họ đều nhất thật mà! Đừng ép tư duy đàn ông phải giống tư duy của máy tính, đàn ông xếp tất cả các nàng đứng hàng ngang và không thứ tự nhưng máy tính thì cứ nhất nhất xếp càng nàng ở vị trí 1; 2; 3.

Thoát khỏi đám đông tiệc tùng, khi về nhà bà vợ dùng dùng nổi hứng mang về một kiểu tóc thật lạ; một mốt quần áo cực kỳ mới rồi hỏi đàn ông “Có đẹp không?” thì đàn ông cũng luôn trả lời “đẹp”. Bà thì chưa đa nghi nên thường hỏi lại cho chắc chắn “Hình như em để kiểu tóc lần trước đẹp hơn nhỉ?”, đàn ông lúc đó đang mải dán mắt vào màn hình máy tính sẽ “ừ” một cách rõ ràng. Đàn bà lúc đó sẽ “á à, vậy là khi nãy anh khen dối; anh nói cho có”. Chết, đàn ông ú ớ như kẻ vừa mở cổng nhà đã thấy tráp quan bắt khẩn cấp. Đàn bà làm đẹp cho đàn ông nhìn nhưng chẳng bao giờ tin vào gu thẩm mỹ của đàn ông mà toàn tự cánh đàn bà tung hứng với nhau. Thế nên đàn ông chỉ biết chọn câu nói gạt bản thân mình để đẹp lòng đàn bà còn nếu thật thà với bản thân mình là tàn ác với đàn bà. Mà đàn ông thì tối kỵ tàn ác với đàn bà, thực lòng đàn ông chỉ muốn đàn bà hiểu rằng họ không muốn làm tổn thương tính nữ. Đàn ông hiểu rất rõ ràng đàn bà yêu bằng tai nên họ chân thành cố gắng để nói lời cho lọt tai đàn bà. Nếu câu hỏi trên của một nữ đồng nghiệp mà đàn ông dám trả lời thật thì có thể bị cho là khiếm nhã có thể lần sau không thêm nhìn mặt.

Đàn ông cũng còn rất nhiều mối quan tâm khác mà đàn bà không hiểu. Đàn ông thích có những buổi chiều lang thang nhậu nhẹt với hội bạn bè. Đơn giản chỉ là vài chén cho vui và đó là cách để đàn ông xả stress cân bằng lại cuộc sống với gia đình (giống như đàn bà thích đi shopping; thích tán gẫu với bạn bè). Nhưng đàn bà lại luôn gò bó thời gian ấy vì cho rằng chúng chả có lợi mà tiềm ẩn nguy cơ hư đốn và bê tha. Thế nên dù đang ở quán nhậu thì đàn ông luôn nói với đàn bà rằng: “Anh bận dờ chút việc về muộn” hay “Đang tắc đường quá”. Nhưng khi về nhà mùi rượu còn nồng nặc thì đàn bà sẽ lừ mắt “anh lại nói dối”. Đàn ông không nói dối mà vì đàn bà không hiểu rằng ăn nhậu với bạn bè đôi khi cũng là cách giữ liên lạc làm việc sau này. Nào bộ đàn ông rất đơn giản nên họ sợ sự suy diễn tinh vi của đàn bà do đó hôm nào cũng bận việc thì không ổn nên cho là tắc đường cũng tương tự thôi. Đàn ông chỉ muốn đơn giản nói rằng hôm nay phải về muộn hơn nhưng lý do đích thực thì luôn bị cho là không chính đáng và sẵn sàng có cuộc chiến gia đình xảy ra. Do vậy đàn ông đơn giản hóa vấn đề nhằm bảo vệ gia đình khỏi cãi vã.

Đã đơn giản hóa thế thì phải tiếp tục giảm nhẹ việc uống rượu cho nó xuống thứ yếu nên đàn ông bao giờ cũng nói “anh không say”, “anh uống rất ít mà”. Chỉ khi đàn bà ra lệnh cởi giày ra thì đàn ông chệnh choáng đổ ngay xuống giường và có thể nôn ói tóe loe tại trận. Với đàn bà thì đó là minh chứng quá rõ cho việc uống nhiều và say mèm. Nhưng đàn ông vẫn thì ào oan uống: “Anh uống ít thật mà, có lẽ do không khỏe nên nhanh say thôi”.

Đi đôi với những cuộc trà rượu thì đàn ông cũng phải có một khoản tương ứng để xoay vòng mời nhau. Nhưng cùng với sự không chấp nhận nhậu nhẹt thì đàn bà sẽ quản lý chặt chẽ ví tiền đàn ông. Đàn ông ngoan ngoãn đưa hết lương và thưởng cho vợ để xứng danh đàn ông chất lượng cao và cũng không ngần ngại nói với vợ rằng bữa đó là thằng A hay thằng B mời. Chỉ đến khi tất cả vợ của đàn ông và thằng A; B nào đó ngồi với nhau mới biết cái đuôi giấu ở đâu.

Một mối rắc rối giữa đàn ông và đàn bà nữa là một bóng hình xa xưa

hoặc bóng một nhan sắc mới. Với người xưa, đàn ông luôn nói “từ ngày chia tay chẳng gặp lại”; hoặc có gặp cũng chỉ lướt qua đường không kịp nói chuyện gì. Với người mới thì đàn ông luôn bảo hiểu gì về họ đâu, quan tâm làm gì họ mới về cơ quan. Nhưng đến khi lỡ đàn bà nhìn thấy đàn ông ngồi cafe với họ thì cơn bão ập đến, đàn bà sẽ điên lên vì nghĩ đó là sự nói dối trắng trợn, là “có gì mới giấu giếm”. Đàn ông thì chỉ biết ôm đầu mà rằng: “Gặp mà không còn gì trong nhau thì cũng như không gặp. Ôi nói chuyện tán chút có làm gì nhau đâu thì cũng như là không. Đây là nói cho đơn giản chứ đâu phải dối lừa”. Đàn bà vẫn một mực nói rằng chỉ muốn biết thật lòng thôi, muốn đàn ông tin tưởng mà dốc ruột gan với họ; cái cảm giác bị nói dối khiến họ không chịu được. Nhưng đàn ông cũng hiểu rất rõ khi dốc ruột gan ra rồi thì chỉ có chết vì đàn bà sẽ suy diễn kiểu khác như “còn hay nhắc, hay kể đến người ta chắc còn nhớ thương”.

Thế nên đàn ông không bao giờ tin mình nói dối, luôn cho rằng quân tử không thêm nói dối và đàn bà không bao giờ chấp nhận đó là sự cố gắng diễn đạt đơn giản vì muốn nhìn thấy nụ cười trên gương mặt đàn bà. Đàn bà luôn cho đó là sự lừa dối; là con đường dẫn tới sự phản bội còn đàn ông luôn cho rằng đó là con đường ngắn nhất để yên ổn. Nói thật thì đàn bà không vui, nói dối thì đàn bà vui được chút ít nhưng lâu dần có thể đàn ông phải thay đàn bà của đời mình. Do đó đàn ông nói dối để hoãn binh kéo dài hòa bình tạm thời để nghĩ cách chìm xuống hoặc cách khác phục. Không chỉ với đàn bà của mình, đàn ông còn sợ hình ảnh mình bị chặt chém trong mắt người đàn bà của thằng đàn ông bên cạnh.

Tóm lại đàn ông không dám đại mà nói thật hết nhưng cũng khó tình quái qua mắt đàn bà. Đàn bà là giống vừa phù phiếm vừa tinh khôn. Đàn bà chúa ghét đàn ông nói dối nhưng đàn ông không nói dối thì khó được đàn bà xem là đàn ông đích thực. Thế nên đàn ông muốn lãnh phải biết lựa “tặng” đàn bà nào mà thật hay dối đúng lúc. Đàn bà ngàn đời đòi hỏi sự thật nhưng chỉ thực sự hạnh phúc ở phía dối lừa.



1 - EURO AUTO

2015 đã khép lại với mức tăng trưởng vượt bậc hơn 40% so với cùng kỳ năm 2014 của ba thương hiệu do Euro Auto phân phối tại thị trường Việt Nam. Đặc biệt, chỉ số hài lòng của khách hàng đối với Euro Auto đã đạt trên 97% trong năm 2015. Đồng loạt 3 thương hiệu BMW, MINI, Motorrad tiếp tục thiết lập những kỷ lục doanh số trong năm 2015. Vừa qua, công ty Euro Auto vinh dự nhận bằng khen là 1 trong 10 công ty có thành tích hoàn thành xuất sắc công tác thu, nộp ngân sách Nhà nước trên địa bàn Thành phố với mức thuế đóng góp trên 1000 tỷ đồng, góp phần tích cực trong phong trào thi đua của thành phố, do Chủ tịch Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh trao tặng.

2 - STANDARD CHARTERED

Ngân hàng Standard Chartered dự đoán tăng trưởng GDP của Việt Nam năm 2016 là 6,9%, cao hơn so với dự báo 6,6% mà Ngân hàng đưa ra trước đó, dựa vào 2 lĩnh vực đang tăng trưởng tốt là sản xuất và xây dựng trong bối cảnh thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) tiếp tục khả quan. Với dự báo ấy, Việt Nam sẽ là nền kinh tế phát triển nhanh thứ hai ở châu Á chỉ sau Ấn Độ. Phần dự báo về Việt Nam được nêu bật trong buổi thuyết trình

kinh tế toàn cầu của Standard Chartered tổ chức hôm nay tại TP. Hồ Chí Minh. Đây là buổi thuyết trình cấp cao về kinh tế quy tụ đại diện cao cấp từ hơn 300 doanh nghiệp Việt Nam và quốc tế.

3 - UBER

Để mừng Tết Bính Thân 2016, Uber sẽ đồng hành cùng Nestle và Vietcombank mang đến hai chiến dịch đặc biệt #UberTET và #UberTáoQuân cho người dân TP.HCM và Hà Nội. Người dùng Uber có thể gửi yêu cầu #UberTET trên ứng dụng để mời ba vị thần Phúc Lộc Thọ và đoàn múa lân đến chúc Tết và năm mới An khang thịnh vượng cho bạn bè và người thân. Cũng trong chương trình Người dùng cũng sẽ được nhận một phần quà Năm mới đặc biệt từ nhãn hàng Nestle. Đón Tết sẽ vui hơn khi được ông Táo đến thăm nhà. Trong chương trình này, Uber kết hợp cùng Vietcombank mời Táo Giao Thông – Chí Trung đến thăm và chúc Tết gia đình bạn. Nếu may mắn được Táo đến thăm, bạn còn nhận được một món quà năm mới đặc biệt.

4 - LUMIA

Microsoft Lumia 550 đã chính thức ra mắt tại Việt Nam vào ngày 05 tháng 1 năm 2016 với mức giá từ 2,999,000 VNĐ. Đây là chiếc

điện thoại thông minh thứ 3 có tích hợp sẵn hệ điều hành Windows 10 Mobile. Với mức giá hợp lý của Lumia 550, người dùng đã có thể hưởng trọn tiện ích của hệ điều hành Windows 10 mới trên điện thoại cùng các dịch vụ chính hãng tiêu biểu từ Microsoft, các ứng dụng Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, Outlook Mail và Outlook Calendar) trên màn hình HD 4.7" cao cấp.

5 - PORSCHE

Porsche đã thành công rực rỡ khi thiết lập kỷ lục mới, giao 5.583 xe trong khu vực Châu Á Thái Bình Dương, tăng 15% so với năm 2014. Huyền thoại 911 tiếp tục tăng trưởng ổn định với 408 xe được bán ngay cả khi dòng xe này có sự thay đổi vào năm qua, trong khi 392 chiếc Boxster và Cayman đã được giao đến tay khách hàng. Macan trở thành mẫu xe được ưa chuộng nhất của Porsche trong năm với tổng số xe được giao là 2.888 chiếc và tiếp sau đó là dòng xe SUV Cayenne với 1.639 chiếc. Dòng xe thể thao hạng sang bốn cửa Gran Turismo Panamera cũng góp sức với 256 xe được giao.



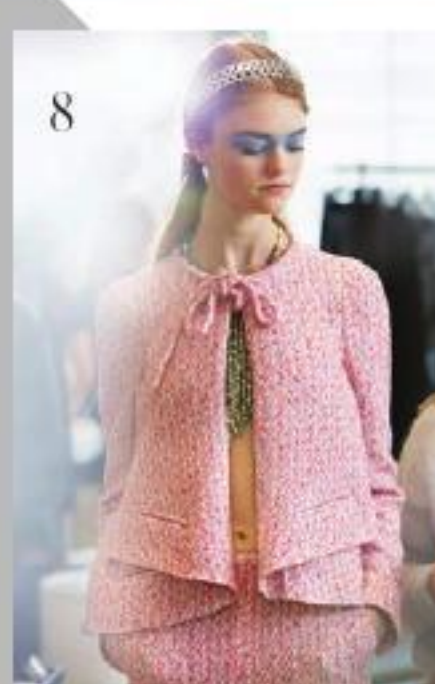
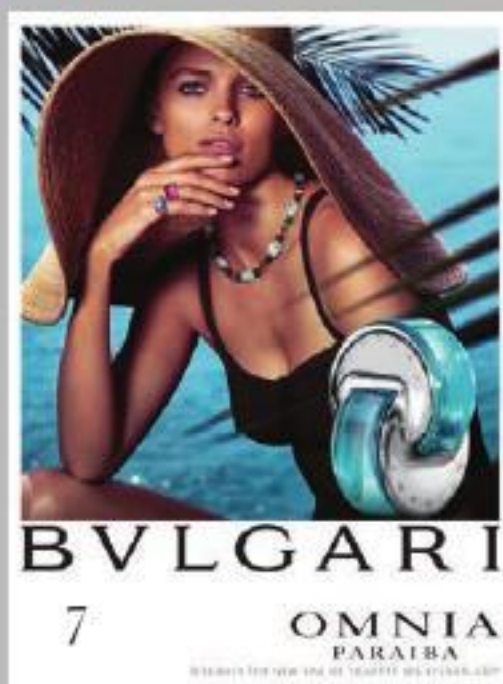
6 - ROLLS-ROYCE MOTOR CARS HANOI

Về doanh số bán hàng 2015, Rolls-Royce có những điểm nổi bật sau: Đây là năm thứ hai đạt doanh số cao nhất trong lịch sử 112 năm của thương hiệu. 3785 xe (tất cả các dòng xe) đã được trao đến khách hàng vào năm 2015. Rolls-Royce đang thống lĩnh ở phân khúc siêu sang (+ 200.000 €). Các yêu cầu về “cá nhân hóa Bespoke” đạt mức cao nhất từ trước đến nay. Kết quả khẳng định lại vị thế Rolls-Royce là nhà sản xuất xe siêu sang hàng đầu thế giới. Ngoài ra, cũng trong tháng 01/2016, thương hiệu Rolls-Royce đã thông báo chương trình thử nghiệm bộ khung gầm hoàn toàn mới trên toàn Châu Âu cũng như nhiều loại địa hình khác nhau, đánh dấu sự cam kết phát triển bền vững của Rolls-Royce trong tương lai.



7 - BVLGARI OMNIA PARAIBA

Lấy cảm hứng từ viên đá quý Brazil Paraiba Tourmaline. Ngay từ ánh nhìn đầu tiên, BVLGARI Omnia Paraiba đã thu hút người đối diện với tông màu xanh dương tươi mát, ngọt ngào. Sắc xanh đại dương đã phần nào thể hiện được mùi hương chủ đạo của sản phẩm. Một cô nàng cá tính, trẻ trung và sôi nổi từ mùi hương trái cây cùng rượu vỏ cam cùng với một cô nàng nóng bỏng, ngọt ngào, quyến rũ từ các loại hoa đã tạo ra nàng Paraiba lắm chiêu, đầy ma mị và mê hoặc lòng người.



8 - CHANEL

Dành cho bộ sưu tập CHANEL Xuân Hè 2016 Ready-to-Wear, nhà thiết kế Karl Lagerfeld đã biến cung điện Grand Palais thành một phi trường. Trước quầy thủ tục chuyển bay, dưới những bảng thông báo điện tử, các nữ tiếp viên và hành khách sải bước đón những chuyến bay của hãng hàng không CHANEL Airlines sau những cặp kính mát đáng phi công được khắc laser họa tiết quả trám. Với bộ sưu tập Xuân Hè Ready-to-Wear 2016, Karl Lagerfeld mang tới ý tưởng về những “trang phục dịch chuyển”: về nữ tính đặc biệt kết hợp cùng sự thoải mái và thanh lịch với các phụ kiện mang tính chức năng mà vẫn

sành điệu, đầy lý tưởng cho những chuyến đi. “Chúng ta di chuyển ngày càng nhiều hơn. Vậy tại sao lại không thể có hành lý Chanel?” nhà thiết kế kết luận.

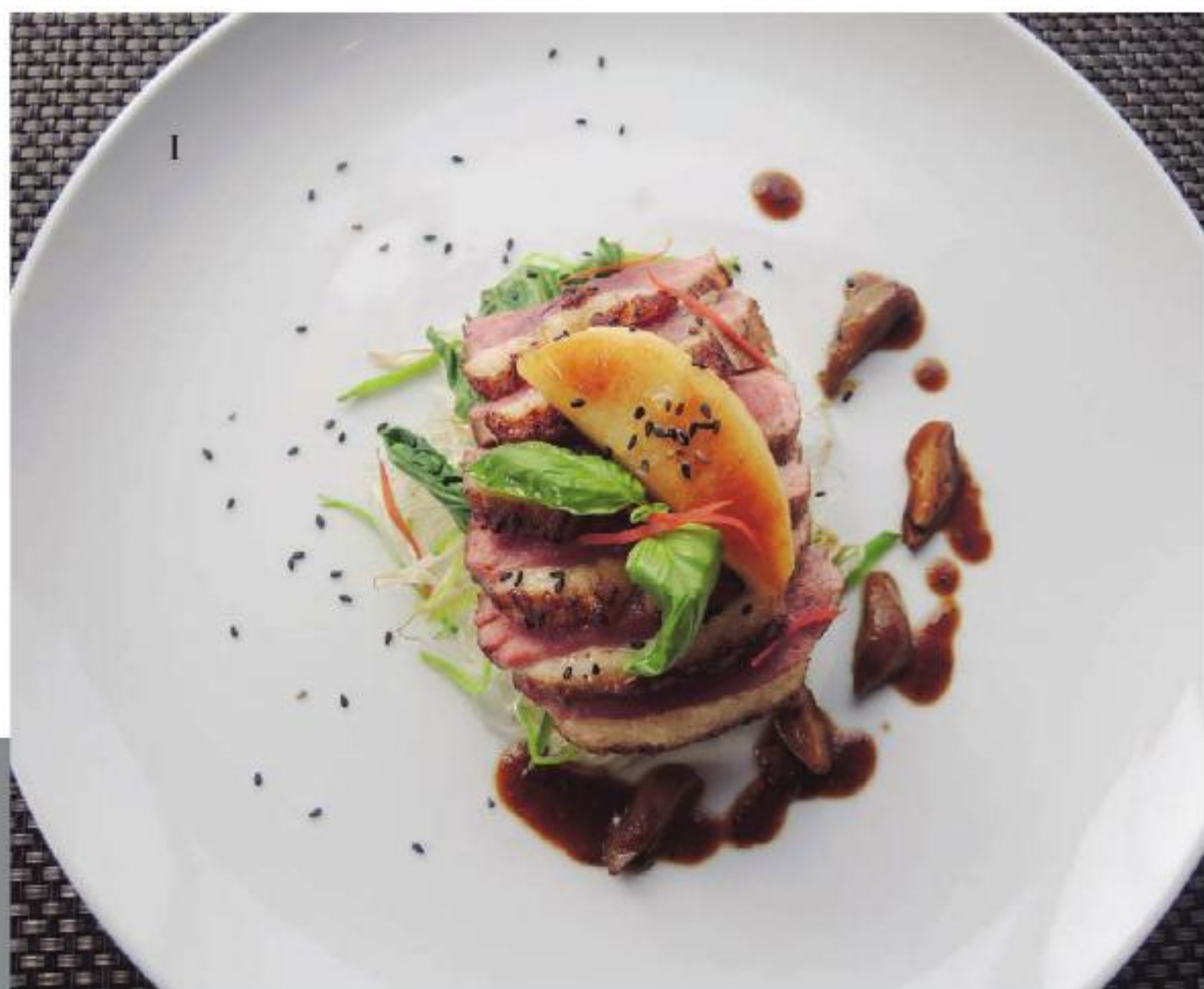
9 - TOPSHOP

Mở đầu cho chiến dịch Xuân Hè của Topshop trong năm mới với những hình ảnh đậm chất xu hướng công nghệ ngày nay, gắn kết cùng thế giới mạng xã hội hiện đang làm mưa gió trong công chúng, đặc biệt ảnh hưởng mạnh mẽ trong làng thời trang. Trong lần hợp tác này, Karl Lagerfeld sẽ là nhân vật chính trong bộ ảnh giới thiệu BST Xuân Hè 2016 được thực hiện bởi nhiếp ảnh tài ba Tyrone Lebon và giám đốc sáng tạo của TOPSHOP Kate Phelan tại thành phố New York. Chiến dịch này sẽ được quảng bá tại những hệ thống cửa hàng Topshop, các kênh quảng cáo ngoài trời, online và rộng rãi trên các kênh truyền thông mạng xã hội.



10 - BRANDT

Máy sấy thế hệ mới của Brandt có không gian sấy lớn nhất trên thị trường, với lồng sấy bằng thép không gỉ 120 lít cùng đường kính cửa là 43cm. Cửa máy sấy mở rộng 180 độ giúp việc xếp và lấy quần áo thật thuận tiện. Lồng sấy 120 lít với kích thước chuẩn 60 x 60 cm, bạn có thể sấy toàn bộ lượng quần áo cho cả gia đình – lên đến 9kg – chỉ trong cùng một lần. Rất lý tưởng cho các gia đình có nhiều thành viên! Từ ngày 15/10/2015 đến hết ngày 05/02/2016, khách hàng có cơ hội nhận ngay Lò vi sóng hoặc Lò nướng chính hãng khi mua các dòng máy sấy từ thương hiệu Brandt.



1 - PULLMAN HANOI

Thưởng thức thực đơn trọn vẹn bốn món thiết kế đặc biệt cho Valentine tại nhà hàng La Cheminée với Cá Hồi Naury tẩm gia vị chanh vàng và thì là, súp Tôm Hùm với kem tươi và rượu mạnh, Sò điệp áp chảo với nấm tự nhiên, và bánh sô cô la mềm. Bữa ăn sẽ thêm phần trọn vẹn với hai ly rượu vang hoặc nước quả tươi dành cho cặp đôi. Không gian lãng mạn và riêng tư với nến, hoa, và âm nhạc. Quà tặng đặc biệt của Pullman Hanoi dành cho đôi tình nhân. Giá: 690.000 VND net/ người.

2 - 361°

Trong không khí rộn ràng đón Tết Bính Thân 2016, thời trang thể thao 361° dành tặng các tín đồ thời trang món quà đặc biệt cuối năm trong chương trình "Final Sale". Toàn bộ sản phẩm quần áo thu đông, giày và phụ kiện tại cửa hàng được áp dụng mức giảm giá 40 - 50% và đồng giá 290 - 690k từ ngày 09/01/2016. Mức giá "chạm đáy" này sẽ là cơ hội không thể tuyệt vời hơn cho những ai yêu thích phong cách trẻ trung, khỏe khoắn

và tràn đầy sức sống của thời trang 361°. Áp dụng tại các cửa hàng 361° và MaxxSport trên toàn quốc.

3 - THE BODY SHOP

Nổi tiếng trong cộng đồng thương mại nhân đạo trên thế giới, The Body Shop cũng không đứng ngoài cuộc đấu tranh giảm thiểu microbeads. Vào năm 2010, 6% bao bì nhựa của The Body Shop đã được cắt giảm khỏi khâu đóng gói sản phẩm, và những công nghệ tái chế bao bì được đưa vào sử dụng triệt để hơn. Vào cuối năm 2015 vừa rồi, công ty vừa công bố đã loại bỏ hoàn toàn các hạt nhựa microbeads trong toàn bộ các sản phẩm, và thay thế bằng những vật liệu từ thiên nhiên, có nguồn gốc thiên nhiên hoặc thân thiện với môi trường.

4 - L'OCCITANE

L'OCCITANE rất hân hạnh được tài trợ cho chương trình đêm nhạc từ thiện "MÙA HY VỌNG" được tổ chức vào ngày 26.12.2015 với mục đích tổng kết lại một năm hoạt động và định hướng phát triển thêm các



hoạt động thiện nguyện cho năm mới của QUỸ THIÊN VIỆT do bà Lê Hoài Anh - Tổng Giám Đốc HALGROUP (nhà phân phối độc quyền L'Occitane tại Việt Nam) sáng lập. Chương trình đã diễn ra thành công trong một bầu không khí thân mật và đầy nhân văn. Trong chương trình này, QUỸ THIÊN VIỆT đã trao tặng cho CLB Vì Trường Sa - Hoàng Sa thân yêu 100.000.000 VND và ủng hộ Quỹ Học Bổng Vũ A Dính 100.000.000 VND.

6 - LOREAL

Dự án “Làm đẹp để sống – Sống để làm đẹp” của L’Oreal là một trong các Dự án cộng đồng được xây dựng và phát triển tại Hà Nội năm 2012. Với sự hỗ trợ tích cực của Hội Liên Hiệp Phụ Nữ thành phố Hà Nội, từ lúc bắt đầu cho đến nay, Dự án đã giúp đào tạo nghề và tạo việc làm cho 196 phụ nữ tại Hà Nội và khu vực phía Bắc. Tỷ lệ việc làm sau khi tốt nghiệp đạt mức tối đa 100% từ khi bắt đầu dự án cho đến nay. Toàn bộ học viên hoàn thành khóa học đã có sự thay đổi đáng kể về mức thu nhập trước và sau khóa học, 90% có mức thu nhập tăng 200%, 10% có mức thu nhập tăng 300%.

**7 - STARBUCKS VIỆT NAM**

Starbucks Việt Nam vừa ra mắt sản phẩm Starbucks Reserve® Việt Nam Đà Lạt. Đây chính là sản phẩm cà phê từ một vùng mà Starbucks thu mua từ Việt Nam. Loại cà phê này có hương vị rất ngon với vị chua nhẹ, vị hạt cây Kola, kẹo bơ cứng và vanilla. Cà phê Vietnam Dalat có thể được pha qua các phương pháp sử dụng máy espresso, cà phê nấu (brewed) hay pha cà phê bằng cách ngâm trong nước lạnh (cold brew). Với mỗi gói cà phê Việt Nam Dalat được bán ra, công ty sẽ trích 10.000 VND và đóng góp cho các bé tại quỹ bảo trợ trẻ em Christina Noble Children's Foundation.

8 - LANCÔME

Vào ngày 19/12 vừa qua, Lancôme vừa tổ chức một buổi tiệc Giáng Sinh thật ý nghĩa tại Diamond Plaza - Tp Hồ Chí Minh với phong cách trang trí một quán café đậm chất Paris cùng sự tham sự của những khách hàng VIP và bạn bè thân thiết. Thông qua sự kiện, Lancôme muốn truyền tải đến thông điệp: Giáng Sinh này, hãy yêu thương, và hãy thể hiện tình yêu đó bằng những món quà thật ý nghĩa, hãy đem đến hạnh phúc cho người thân yêu của bạn, hẳn vì điều đó cũng đem lại cho bạn niềm hạnh phúc vĩnh cửu.

**9 - LINING**

Chương trình khuyến mại lớn nhất trong năm với mức giá không thể thấp hơn, giảm từ 35 – 50%++ cho toàn bộ quần áo thu đông, giày dép và phụ kiện tại cửa hàng. Hàng nghìn sản phẩm trong bộ sưu tập thu đông 2015 sẽ được hãng liên tục cập nhật trong chương trình khuyến mại để phục vụ nhu cầu mua sắm của các thượng đế. Chương trình cũng là lời tri ân và chúc mừng năm mới tới những khách hàng thân thiết đã luôn ủng hộ và yêu mến Lining trong suốt thời gian qua. Áp dụng tại các cửa hàng thời trang thể thao Lining và MaxxSport trên toàn quốc từ ngày 14/01/2016.

10 - CLARINS

Golden Pioneering là sự kết hợp hoàn hảo của 3 sản phẩm Double Serum, Face Treatment Oil và Shaping Facial Lift đáp ứng tất cả các nhu cầu của làn da gồm chống lão hóa, cân bằng lại làn da và thon gọn mặt. Double serum không chỉ giúp chống lão hóa chuyên sâu, sản phẩm còn phục hồi, tái tạo và cung cấp độ ẩm cho da. Dầu dưỡng mặt Face Treatment Oil có thể sử dụng thay thế kem dưỡng đêm, sản phẩm gồm 3 loại dành cho da dầu, da khô và da mất nước: Lotus oil, Santal Oil và Blue orchid oil. Shaping Facial Lift giúp giảm tối đa lượng nước, đường và mỡ thừa khiến khuôn mặt thon gọn chỉ sau 4 tuần sử dụng.



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

- ♦ Tràng Tiền 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 Càn, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

BRUNELLO CUCINELLI

- ♦ 63 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

BURBERRY

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

CARTIER

- ♦ Tràng Tiền 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 Tràng Tiền, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- ♦ Vincom Center, 191 Bà Triệu, Hà Nội.

HA TRUONG SHOWROOM

- ♦ 37 Xuân Diệu, Tây Hồ, Hà Nội.

I HATE FASHION

- ♦ 38 Phan Bội Châu, Hoàn Kiếm, Hà Nội

JIMMY CHOO

- ♦ 6 Tràng Tiền, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- ♦ Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM

JUST CAVALI

- ♦ Tràng Tiền 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

- ♦ Tràng Tiền Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

KELLY BUI

- ♦ 2D Lý Quốc Su, 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.
- ♦ Tràng Tiền 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 Triều, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- ♦ 19 Mạ 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

- ♦ Tràng Tiền 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, Tràng Tiền 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.
- ♦ Tràng Tiền 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

- ♦ Hồ 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

- ♦ Tràng Tiền 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**
- Tràng 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
- Thượng 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 Ha 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**
- Tràng 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**
- Tràng 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**
- Tràng 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'OCITANE**
- 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 Thủy, 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.
- Tràng 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**
- Tràng 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 VivaCity, 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 ĐỊA CHỈ MUA SẮM



1 - GOLDEN LYPRES®

Tự hào là Thương hiệu tiên phong về chất lượng và đẳng cấp, GOLDEN LYPRES® vinh dự nhận được giải thưởng “Sản phẩm uy tín, chất lượng, an toàn vì sức khỏe người tiêu dùng” do Hội Khoa học và Công nghệ lương thực thực phẩm Việt Nam tổ chức. Đây là một điểm nhấn để GOLDEN LYPRES® có được những bước tiến và khẳng định vị thế trên thị trường. Sức khỏe là vốn quý của con người và là yếu tố của sự phát triển. Hiểu được tầm quan trọng trong công cuộc bảo vệ sức khỏe, GOLDEN LYPRES® sẽ nỗ lực hết mình với mục tiêu. Mọi người sống trong thế kỷ 21 “Sống lâu, Sống khỏe, Mọi vẻ đều hay”. Năm mới đến, nhân hàng GOLDEN LYPRES® và tập thể HSIEHS BIOTECH chúc Quý khách hàng cùng gia đình một năm thắng lợi, bình an, may mắn và thật nhiều sức khỏe! Thông tin chi tiết: www.hsbiotech.com - (08) 3 8276446 - 0919 408 118.

2 - LEXUS

Lexus Việt Nam vừa cho ra mắt phiên bản nâng cấp của mẫu xe GS350 với thông điệp “Vận hành bởi niềm đam mê” cùng thiết kế

mới mạnh mẽ, khả năng vận hành đậm chất thể thao và tiện nghi an toàn đỉnh cao. Lexus GS350 2016 đã chính thức có mặt tại hai đại lý Lexus chính hãng trên toàn quốc (đại lý Lexus Thăng Long tại Hà Nội và Lexus Trung Tâm Sài Gòn tại TP. Hồ Chí Minh). Cùng với nhiều lựa chọn màu sắc đa dạng và cá tính – gồm 7 màu ngoại thất và 3 màu nội thất – mẫu sedan thể thao đẳng cấp Lexus GS 350 2016 hứa hẹn những trải nghiệm đầy hưng phấn sau vô lăng với những chủ nhân thành đạt.

3 - FORD

Ford công bố doanh số của hãng tại thị trường ASEAN. Tổng doanh số của Ford tại khu vực Đông Nam Á đạt mức tăng trưởng 3.3% với con số kỷ lục 103.975 xe bán ra, được dẫn dắt bởi doanh số kỷ lục toàn năm tại Việt Nam, Philippines và Campuchia cùng với tăng trưởng thị phần tại Thái Lan. Đây sẽ là động lực để Ford tiếp tục đà phát triển tại Đông Nam Á trong năm 2016, đặc biệt với kế hoạch giới thiệu nhiều mẫu xe toàn cầu trang bị công nghệ thông minh trong khu vực.



4 - MASERATI

Thông qua sự uỷ quyền của Maserati, Auto Modena chính thức khai trương showroom chính hãng đầu tiên của Maserati. Đây là showroom được thiết kế theo bộ quy chuẩn Maserati Corporate Identity mới nhất của hãng xe sang danh tiếng của Ý. Với thiết kế hướng vào khách hàng, showroom Maserati sẽ đem đến cho những khách hàng những trải nghiệm mang tính khác biệt đúng như tôn chỉ của hãng: Đẳng cấp của sự khác biệt. Khách hàng có thể trải nghiệm dịch vụ hậu mãi mang đẳng cấp cao như ở các showroom nổi tiếng ở Tokyo, Thượng Hải, Hồng Kông...

tilda lindstam
model
john hein
model

Life in the now.
SHARE YOUR #CKMINUTE



Calvin Klein
swiss made

Exclusive Distributor: Top Ten Ltd. | Tel: 84-8 38203204 | www.toptenco.com.vn

HCM City: Vincom Dong Khoi (39369770) | Vincom Thao Dien (37442889) | Sun Wah Tower (38219279) | Maximark 3/2 (38328991) | Vincom Thu Duc (37223433) | Vincom Go Vap (38945689) | Big C Quan 7 (0926789789) | Hai Trieu (01253246810) | PNU 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) | Minh Tuong (38288579) Da Nang City: Big C (3666066) | Riverside Towers (3843818) Nha Trang City: Nha Trang Center (6516666) Vinh City: Big C (3596226) Bien Hoa: Big C Tan Hiep (0926789789)

**Đây là dịp để có
một ngày valentine
không thể nào quên.**

TISSOT FLAMINGO VALENTINE'S DAY.

LÀ MỘT TRONG NHỮNG CHIẾC ĐỒNG HỒ THANH LỊCH
VÀ ĐƯỢC YÊU THÍCH NHẤT CỦA TISSOT. VỚI MẶT SỐ
KHẮM XÀ CÙ VÀ HÌNH ẢNH SỐ 8 UỐN Lượn NHE
NHÀNG TƯỢNG TRƯNG CHO KỶ HIỆU VỎ CỤC ĐẦY
SÁNG TẠO, ĐÂY LÀ MÓN QUÀ HOÀN HẢO ĐỂ
THỂ HIỆN TÌNH YÊU BẤT DIỆT VỚI MỘT NỬA
YÊU THƯƠNG LUÔN SƯỜI ẤM TRÁI TIM
BẠN. THIẾT KẾ NỔI BẬT VỚI MẶT KÍNH
SAPPHIRE CHỐNG TRẦY XUỐC
VÀ DÂY DA TRẮNG TRẮNG
NHÃ CÙNG KHÓA GẤP
CÁNH BƯỚM.



T+TISSOT THIS IS YOUR TIME