

STAY HILE

PHONG CÁCH CỦA B

COLLECT

*File
it
on*

BÍCH HẰNG

Bản lĩnh làm chủ
cuộc đời

KHI HAUTE CONTURE
KHÔNG CHỈ
CÒN THUỘC VỀ
NGƯỜI PHÁP

ĐÀN BÀ
& MÙA HẠ

TÙNG DƯƠNG

"chín muồi nhưng
còn lâu mới rụng"

SAINT-EMILION
NGÔI LÀNG CỔ TÍCH

STAY HUNGRY
FOOLISH!



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

YES

Chúng tôi thiết kế để bạn thể hiện



**ĐỘNG CƠ 1.5L ECOBOOST
MẠNH MẼ HOÀN TOÀN MỚI**



**ĐỘNG CƠ ECOBOOST 1.5L
TIẾT KIỆM NHIÊN LIỆU HIỆU QUẢ**



**HỆ THỐNG HỖ TRỢ ĐỔ XE
TỰ ĐỘNG TOÀN DIỆN**



**2000 LỆNH ĐIỀU KHIỂN XE
BẰNG GIỌNG NÓI SYNC™ 2**

Giá đặc biệt từ 784 triệu đồng - Tiết kiệm đến 15 triệu đồng.
Liên hệ đại lý để biết thêm chi tiết.



Go Further

ford.com.vn

• **ANDO FORD:** 41 Phạm Văn Đồng, Hà Nội, Tel: 04.37505055 • **CAPITAL FORD:** Ngõ 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội, Tel: 04.36811888 • **HANOI FORD:** 94 Ngõ Thị Nhâm, Hà Nội, Tel: 04.39712439 • **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội, Tel: 04.33662566 • **HATHANH FORD MYDINH:** 02 Tôn Thất Thuyết, Nam Từ Liêm, Hà Nội, Tel: 04.37957518 • **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội, Tel: 04.35621920 • **THANH XUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội, Tel: 04.35525525 • **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng, Tel: 0313.668990 • **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hạ Long, Tel: 033.3628699 • **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh, Tel: 038.3515292 • **THANH HOA FORD:** Lô B7, Đại lộ Võ Nguyên Giáp, Phường Quảng Thành, TP. Thanh Hóa, Tel: 0373.327799 • **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: 050.3954999 • **NHA TRANG FORD:** 51 Đường Lê Hồng Phong, Phường Phước Tân, TP. Nha Trang, Tel: 0583.885539 • **BINH DUONG FORD:** Lô C13, Nguyễn Huệ, Khu Liên Hợp, TP. Thủ Đức, TP. HCM, Tel: 08.37262626 • **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 VUNGTAU:** 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: 08.38775732 • **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa, Tel: 061.3857130 • **CANTHO FORD:** Lô 11C - Võ Nguyên Giáp, Cái Răng, TP. Cần Thơ, Tel: 0710.3730720 • **ĐƯỜNG DẪY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888**



21SIX

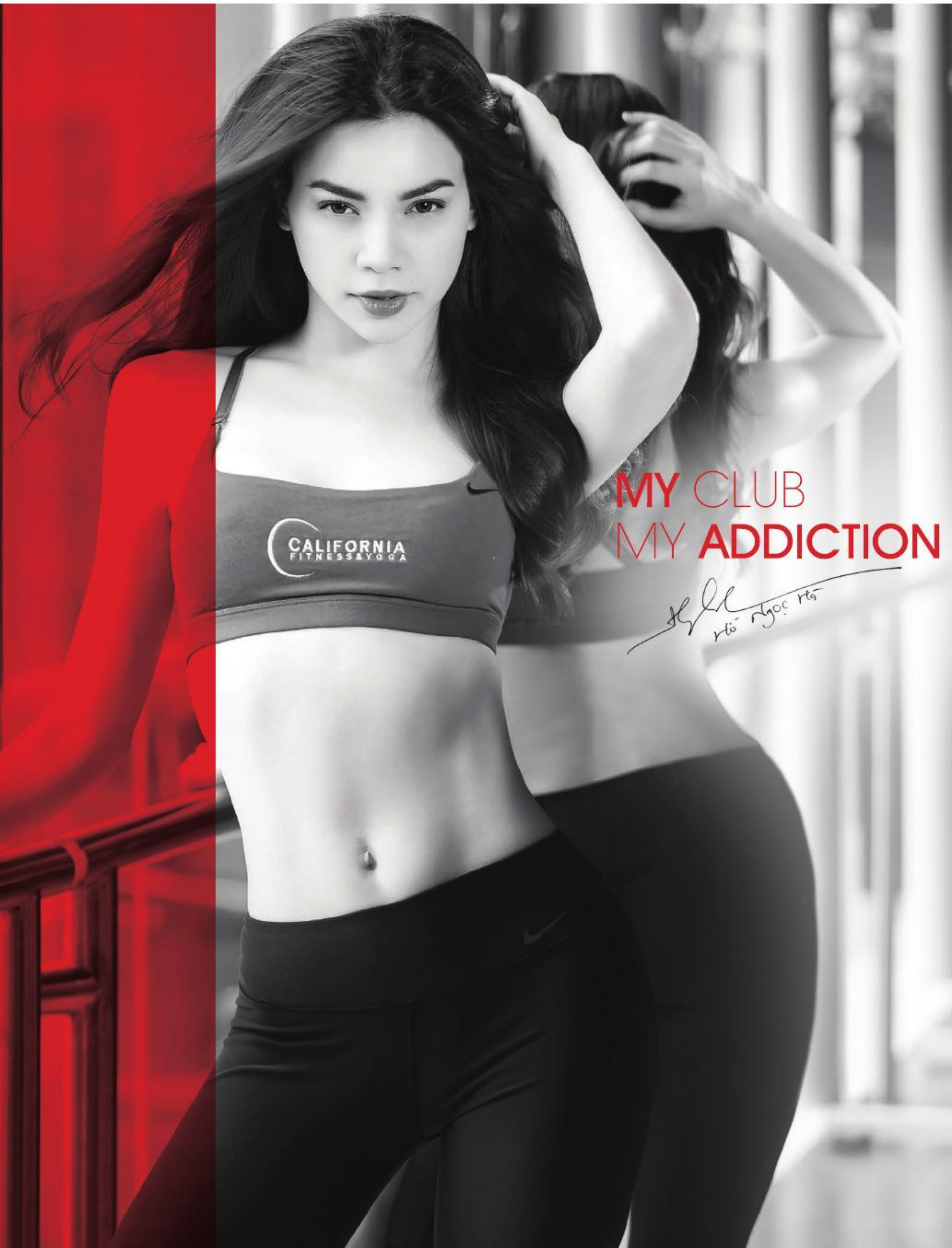
ME & MY STYLE

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

PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



CALIFORNIA
FITNESS & YOGA

MY CLUB
MY ADDICTION

*Hydr
rto rto rto*



CONCEPT & PHOTOGRAPHER: **SAMUEL HOANG**
 MODEL: **CA SĨ TÙNG DƯƠNG**
 STYLIST: **LUSIA LAN ANH**
 MAKEUP: **KEZBI NGUYỄN**
 PRODUCER: **NGOC AN**
 FASHION: **GIVENCHY, SAINT LAURENT, CHRISTIAN LOUBOUTIN, LANVIN**

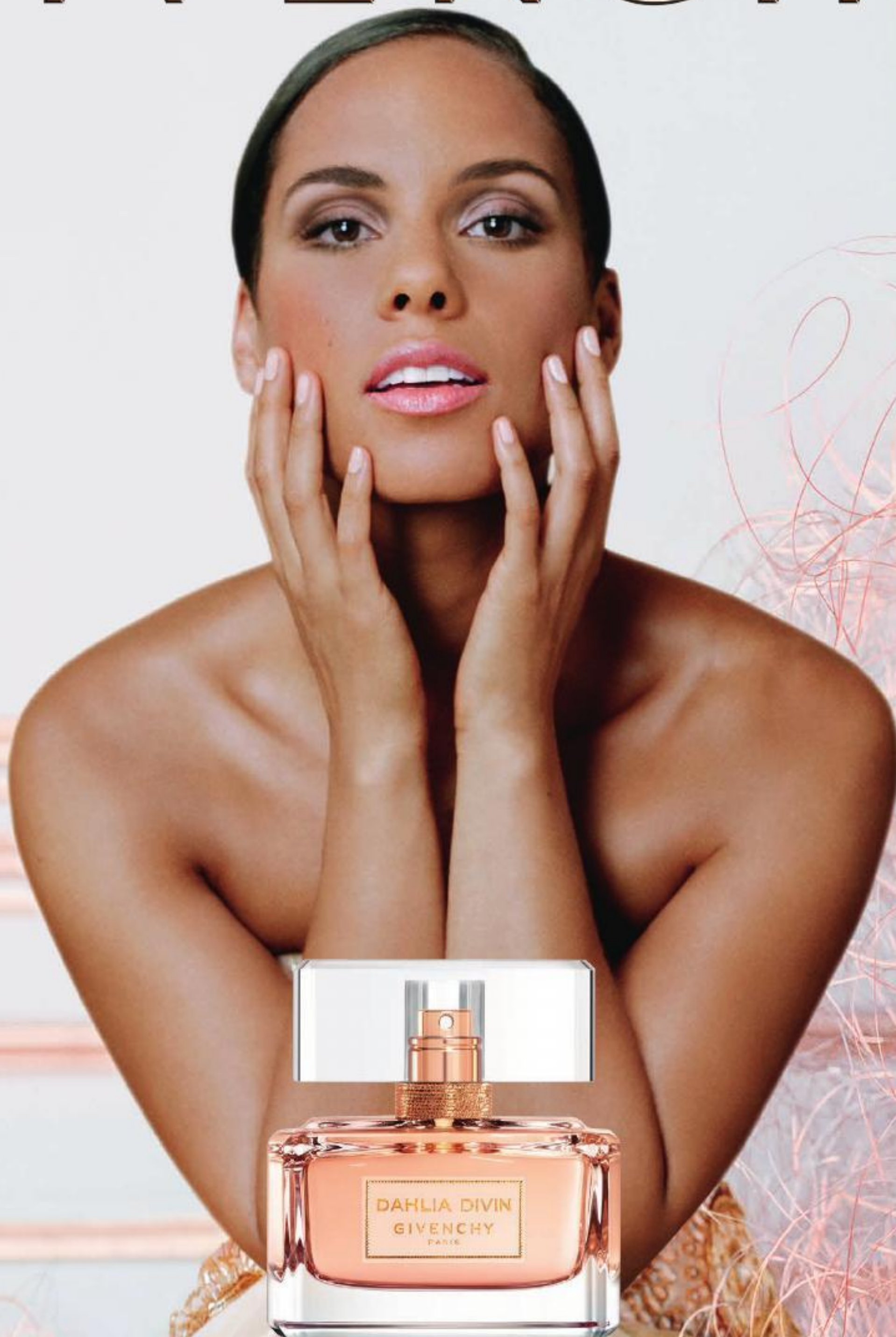
STAY HUNGRY, STAY FOOLISH!

Bạn đã bao giờ thấy mình thật ngốc, khi theo đuổi một chuyện gì đó một cách dại khờ - nói như một vài người bạn của tôi là “tát nước Hồ Tây”? Bạn đã bao giờ làm việc gì đó không cần tính toán rằng sẽ thành công hay thất bại? (Bởi bạn có một niềm tin lớn lao rằng bạn sẽ thành công, trong khi đó mọi tính toán đều cho thấy khả năng của bạn là con số 0.) Mọi người sẽ nói rằng bạn thật dại dột. Tuy nhiên, đôi lúc chính những sự dại dột đó lại mang lại thành công cho bạn. Bởi vì chỉ khi bạn dại dột, bạn mới có đủ sự chân thành. Cũng tương tự, chỉ khi có đủ “hungry”, bạn mới có đủ đam mê. Và cũng chỉ khi có đủ đam mê và chân thành, đó mới là lúc bạn sẽ thành công.

Cho ấn phẩm tháng này, Style chúng tôi tiếp tục làm việc với tình thân đó. Bởi chúng tôi biết trong tình yêu không có đồng đếm, trong chân thành không có khái niệm nửa vời, và đam mê thì không thể dùng thước đo để định nghĩa. Rất hy vọng, bạn đọc sẽ có thể cảm nhận được ngọn lửa mà chúng tôi mong muốn truyền vào trong từng chuyên trang, từng chuyên mục.

Style Team

GIVENCHY



www.givenchybeauty.com

DAHLIA DIVIN

HƯƠNG THƠM MỚI

Eau de toilette

ALICIA KEYS

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.

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: NGUYỄN XUÂN 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

ART DIRECTION

CẨM NHUNG

camnhungstyle@gmail.com

THIẾT KẾ MỸ THUẬT

KIKO

NHIẾP ẢNH GIA

SAMUEL HOÀNG - BOBBY NGUYỄN - MẠNH BI - TEE LE

STYLIST

HOÀNG KU - 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 - Fax 04 377 38006

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 4: 231-2016/CXBIPH/62-04/TN theo QĐXB số 105/ QĐ-NXBTN

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

In xong và nộp lưu chiểu tháng 4 năm 2016

ISBN: 978-604-64-3593-8

GIÁ: 39.500 VNĐ



Oscar de la Renta



Michael Schwartz

I INSPIRATION

- 24.** DARING SUMMER
- 30.** PICKED FOR HIM: TO EVENT
- 36.** 90S COMEBACK
- 54.** KHI HAUTE COUTURE KHÔNG CHỈ CÒN THUỘC VỀ NGƯỜI PHÁP



A ALLURE

- 72.** BEAUTY BUZZ
- 76.** THẾ GIỚI OUD KHÔNG CÓ HOA HỒNG
- 80.** START UP: ĐỈNH CAO VÀ VỰC SÂU
- 84.** NGUYÊN BẢN HAY KHÔNG NGUYÊN BẢN?



H HI TECH

- 92.** 5 SMARTWATCH
- 94.** 6 COOL GADGET
- 96.** HÀNH TRÌNH TÌM KIẾM CHIẾC XE HƠI MANG TÊN MÌNH





BRUNELLO CUCINELLI

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



Dolce & Gabbana SS 2016

E EXPERIENCES

- 100.** SAINT-EMILION:
NGÔI LÀNG CỔ TÍCH
- 106.** BÁNH NGON CHO TRÀ CHIỀU
- 114.** NAM TÍNH VS NỮ TÍNH
TRONG DÉCOR



F FEATURES

- 120.** TÙNG DƯƠNG: "CHÍN MUỐI
NHƯNG CÒN LÂU MỚI RỤNG"
- 126.** BÍCH HẰNG:
BẢN LĨNH LÀM CHỦ CUỘC ĐỜI



S STYLE TALK

- 124.** MEGHAN TRAINOR: HÀNH TRÌNH
CHIẾN THẮNG SỰ PHỦ NHẬN
- 130.** CÓ GÌ THÚ VỊ TRONG "THỢ SĂN:
CUỘC CHIẾN MÙA ĐÔNG?"
- 132.** ĐÀN BÀ & MÙA HẠ



SNOW BIRD

A film by Sean Baker
kenzo.com/snowbird



KENZO PARIS



CHÂU BÁCH MEDIA

HÀ NỘI: Tầng 4, 216 Bà Triệu Hà Nội

ĐT: **04.3773 8005**

Fax: **04.3773 8006**

TP.HCM: 68 Hoàng Diệu P12, q4, HCM

ĐT: **08 3825 3567**

Fax: **08 3825 3559**

EVENT DIRECTOR & MARKETING MANAGER

HOÀNG ANH TRẦN

anh.tran@chaubachmedia.com

MARKETING EXECUTIVE

TRANG NGUYỄN

DIGITAL DEVELOPMENT

VIỆT ANH HOÀNG

MEDIA

NGỌC NGUYỄN

EVENT PRODUCER

NGỌC AN

DESIGNER

CẨM NHUNG - JUNE NGUYỄN

Công Ty truyền thông Châu Bách (CBM) là một công ty độc lập, uy tín và năng động tại Việt Nam.

Châu Bách Media (CBM) được độc giả biết đến thông qua thực hiện, xuất bản hai ấn phẩm cao cấp hàng đầu:

Ấn phẩm **HÀNG HIỆU (2007)** và ấn phẩm **STYLE (2009)**.

Châu Bách Media (CBM) đặc biệt nổi trội về lĩnh vực thời trang, phong cách sống, sắc đẹp, giải trí và công nghệ.

Công Ty truyền thông Châu Bách (CBM) còn tổ chức rất nhiều sự kiện dành cho các bạn trẻ thuộc tầng lớp thượng lưu và yêu thích thời trang để tạo sự gắn kết giữa độc giả và khách hàng với công ty.

Châu Bách (CBM) muốn tập trung phát triển và tổ chức những sự kiện chuyên nghiệp dành cho các khách hàng cao cấp và trở thành một trong những công ty truyền thông hàng đầu tại Việt Nam.

Hotline:

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

Email: chaubachmedia@gmail.com



KARL LAGERFELD

PARFUMS

KARL.COM #KARLPARFUMS

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

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

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

Capixyl

nashi
A R G A N

Liệu pháp Trị rụng - Kích thích mọc tóc Hiệu quả nhất

Nashi Argan Capixyl là hỗn hợp dưỡng chất chiết xuất từ thực vật có tác dụng tái tạo chân tóc, cân bằng oxy hóa và cung cấp dinh dưỡng cho nang tóc, giúp cho sự phát triển của ngọn tóc và thân tóc. Các thành phần chính trong bộ sản phẩm bao gồm:

Capixyl TM: Hoạt chất ngăn chặn việc rụng tóc và có thể kéo dài thời gian tăng trưởng của nang tóc, tạo điều kiện cho tóc mọc trở lại

Tế bào gốc thực vật: Tác dụng kích thích hoạt động, phục hồi sự sống trong các nang tóc và tái sinh các tế bào già yếu

Tinh dầu thiên nhiên Argan: Tác động làm tăng độ dài, độ suôn mượt, nuôi dưỡng, làm mềm và giúp tóc trở lên khỏe hơn



Quét mã để nhận quà tặng



NHẮM HỒ đôi mắt

Dam mê và khờ dại, đó vừa là hai điểm mạnh cũng là hai vẻ đẹp vốn có của bất kỳ người phụ nữ nào. Nhưng một ngày kia, nàng chợt nhận ra mình đã đánh rơi chúng lúc nào không biết...

Tiểu Minh

Nếu phải trả lời rằng vai diễn nào của Natalie Portman để lại nhiều ám ảnh và ấn tượng với tôi nhất, chắc chắn tôi sẽ không chọn Nina trong “Black Swan” - nàng thiên nga xinh đẹp, mà sẽ là Alice - cô bồi bàn yêu cuồng đi, đam mê đến dại khờ, ngây muội trong “Closer”. Alice vô tình gặp Dan trên phố, yêu anh, một tình yêu gần như tôn thờ và si mê cuồng dại. Dan

cũng bị sự ngộ nghich, bất cân của Alice hấp dẫn, nhưng trái tim anh lại thuộc về Anna - một cô nàng thợ ảnh lạnh lùng xinh đẹp và có chút kiêu ngạo. Không biết bao nhiêu lần, Alice đã nói với Dan những câu rất tuyệt vọng, như “Em đang chờ anh ấy. Chờ anh rời xa em.”, hay “Tại sao anh không cho em yêu anh chứ?”. Alice yêu và chờ mong trong vô vọng. Tăm chân tình ấy, cô mong người sẽ nhận lấy biết bao. Có lẽ bất cứ người phụ nữ nào xem Closer, đều sẽ thấy trong Alice có thấp thoáng hình bóng của mình, trước đây hay hiện tại - một người con gái với trái tim đầy đam mê và dại khờ.

Phụ nữ, vốn vẫn được xem là một nửa mong manh và yếu đuối của thế giới, ngay từ khi sinh ra, đã vĩnh viễn mang theo lời nguyên rằng trái tim nàng được làm bằng thủy tinh. Trong trẻ, ngây thơ, dại khờ và quá đôi thuần khiết. Phụ nữ, kể cả là những người lí trí và cứng rắn nhất cũng đều đã từng là những cô nàng mang trái tim thủy tinh mong manh như thế. Một người con gái nhìn đàn ông bằng nửa con mắt, coi tình yêu chỉ là thứ đồ trang trí cho cuộc sống của mình, hẳn cũng đã từng yêu đến chết đi sống lại. Và hẳn một gã trai nào đó đã làm trái tim nàng vỡ vụn, để giờ nàng không còn tin vào sự kì diệu của tình yêu. Một người phụ nữ nhìn đâu cũng thấy kẻ thù, hẳn trước đây đã từng bị người bạn thân nhất của mình chơi xấu, đến nỗi nàng không còn chút niềm tin vào những khuôn mặt đang nói nói cười cười kia nữa. Một người con gái chỉ biết ăn chơi hưởng thụ, sống trong những xa hoa lấp lánh hẳn cũng đã có lúc chán ghét những phù phiếm ấy. Chắc đã nhiều hơn một đêm, nàng nằm ngắm mưa ngoài cửa sổ, nhấp ngụm brandy và thầm ước ao giá như có một bờ vai vững chắc ở đây cùng nàng bước qua đêm giông bão.

Đã bao giờ nàng tự nhìn mình trước gương và thầm hỏi, thời gian liệu có tàn khốc với mình quá không? Khi những đam mê ngày xưa đã biến đi đâu mất, và nàng cũng chẳng còn ngây thơ, dại khờ để có thể tin tưởng ai đó một cách dễ dàng. Cuộc sống luôn cuốn chúng ta đi trong những đợt sóng cao ngất. Chỉ cần sảy chân một chút thôi, là những âm mưu, cạm bẫy, những nghi kị, ganh ghét sẽ sẵn sàng nhấn chìm đam mê và giết chết sự ngây thơ, dại khờ - vẻ đẹp vốn có của phụ nữ. Để nàng, sau bao nhiêu va vấp và tổn thương, lại xù lông như chú nhím để tự bảo vệ mình, hoặc thu mình vào chiếc vỏ ốc cô độc, và sống cuộc đời lạnh lẽo, nhằm chán đến vô vọng.

Vậy thì, làm thế nào để tìm lại được niềm đam mê với cuộc đời, với tình yêu, và làm thế nào để sống với một trái tim chân thành dại khờ? Câu trả lời thực ra đơn giản lắm, hãy cứ học cách để nhắm hờ đôi mắt là xong. Khi ấy, nàng sẽ nhận ra bất cứ điều gì, hay ai đó



“Phụ nữ, vốn vẫn được xem là một nửa mong manh và yếu đuối của thế giới, ngay từ khi sinh ra, đã vĩnh viễn mang theo lời nguyên rằng trái tim nàng được làm bằng thủy tinh.”

cũng có hai mặt - mặt tốt và mặt xấu. Đừng cứ lúc nào cũng chăm chăm chỉ đi tìm những điểm xấu xa, nhặt lấy những điều tiêu cực, rồi bậm môi vẽ những mảng màu đen kịt lên bức tranh của cuộc đời mình. Hãy cứ nhìn người, nhìn đời bằng đôi mắt nhắm hờ, để bỏ qua những điểm trừ kia, và chỉ nhìn những điều lạc quan, những gì tươi sáng và hạnh phúc, vui tươi. Khi ấy, nàng sẽ thấy đời đáng sống biết bao, người đáng yêu biết mấy, công việc hấp dẫn và kích thích năng lực của nàng biết chừng nào. Và cứ nhắm hờ đôi mắt, để không quá tỉnh táo, không quá lí trí, để có thể nhìn mọi thứ qua lăng kính trong trẻo nhất, thuần khiết và đơn giản nhất. Khi ấy, nàng sẽ thấy, dại khờ - không phải để người ta lừa gạt mình, mà để giữ cho mình những gì nguyên sơ, nhất là những đam mê chưa bao giờ nguội lạnh.

Giống như trong bất cứ cuộc yêu nào, một người phụ nữ biết tận hưởng luôn là người biết nhắm hờ đôi mắt. Để có thể cảm nhận được rõ ràng dòng chảy của nhục cảm trong cơ thể, nhưng vẫn có thể mê đắm ngắm nhìn đối phương, người đang ghì xiết lấy nàng, cuốn nàng đi bằng những nụ hôn sâu đầy mê hoặc, thì thầm vào tai nàng rằng “Em chính là người nắm giữ trái tim anh.”

Và một lần nữa, nàng lại trở về nguyên bản trái tim nàng - đam mê sống và dại khờ yêu.

BE STYLE, BE YOU

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



BST Kenzo

24

DARING SUMMER



36

90S COMEBACK



“Inspiration is like a password for laziness, an excuse not to do anything,”
Karl Lagerfeld

30

PICKED FOR HIM: TO EVENT



54

KHI HAUTE COUTURE KHÔNG
CHỈ CÒN THUỘC VỀ NGƯỜI PHÁP



STYLE

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



Daring Summer



Style xin giới thiệu với bạn những cây kính mắt đang là xu hướng của mùa, hứa hẹn sẽ bùng nổ với bạn trong mùa mới đang tới!

*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



"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





ink (Hồng) giống như một màu không bao giờ lỗi mốt trong bất kỳ mùa thời trang nào. Điều quan trọng là bạn sẽ kết hợp màu hồng thế nào. Ở đây, Style xin giới thiệu một phá cách vô cùng thú vị với quần tụt, giày thể thao cao cổ và vali của Chanel.

To Event

Những bộ suit một khuy là lựa chọn hoàn hảo để đồng hành cùng bạn tới những sự kiện quan trọng. Đừng quên đeo nơ và kết hợp thêm một chiếc khăn pocket square (nhớ là cùng màu với áo sơ mi). Và như vậy, bạn đã sẵn sàng toả sáng. Tất nhiên, lý tưởng hơn, bạn hãy kết hợp suit với giày buộc dây.



Lanvin



Bottega Veneta

Brunello Cucinelli



Hugo Boss



Gucci



Tom Ford



L'Aventurier

Olivier Rousteing đã đóng khung những người đàn ông mặc đồ Balmain trong hình ảnh những người đàn ông ưa mạo hiểm và không ngừng khám phá thế giới mà theo định nghĩa của anh là L'Aventurier!



Bremont



Balmain



Polo Ralph Lauren



Cav Empt



Saint Laurent



Balenciaga



► RIMOWA

Ngày 24/02/2016, thương hiệu vali nổi tiếng trên toàn thế giới – RIMOWA – khai trương cửa hàng mới tại Amsterdam. Cửa hàng tại địa chỉ PC Hooftstraat 47 là cửa hàng đầu tiên của hãng vali danh tiếng này tại Hà Lan. Người mẫu nội y đình đám của Victoria Secret, Romee Strijd, đã thu hút mọi ánh nhìn trong suốt buổi lễ khai trương cửa hàng RIMOWA. Cô đã đặc biệt bay từ New York tới Amsterdam để dự sự kiện khai trương chính thức cửa hàng tại PC Hooftstraat cùng với Chủ tịch kiêm Giám đốc điều hành Dieter Morszeck. Sau Alessandra Ambrosio, Romee Strijd là người mẫu thứ 2 của Victoria Secret, tham dự sự kiện của RIMOWA. Cô đã là người mẫu của Victoria Secret kể từ tháng 7 năm 2015 và là người mẫu trình diễn tại Tuần lễ thời trang New York tuần trước. Ông Dieter Morszeck cho biết: “Cửa hàng mới này một lần nữa khẳng định hình ảnh của RIMOWA - một thương hiệu vali tầm cỡ quốc tế và nhấn mạnh sự thành công của chúng tôi tại thị trường Hà Lan. Cửa hàng nằm ở một vị trí tuyệt vời và tôi phải thừa nhận rằng Amsterdam là một trong những thành phố đẹp nhất châu Âu.”



► SOPHIA WEBSTER

Thương hiệu giày thời trang Sophia Webster mới đây vừa được quỹ BFC/Vogue Designer Fashion Fund lựa chọn trao giải thưởng với trị giá tiền mặt lên tới trên 200.000 bảng. Nhà thiết kế giày Sophia Webster cùng với chồng mình Bobby Stockley, người cũng là giám đốc điều hành của công ty của cô chia sẻ: “Tôi rất ngạc nhiên; và tôi vẫn chưa hiểu rõ chuyện này. Nhưng chắc chắn điều này sẽ mang tới những thay đổi lớn cho công ty của chúng tôi.” Theo biên tập viên thời trang của Vogue, Alexandra Shulman – người đồng thời là chủ tịch của BFC/Vogue Designer Fashion Fund khẳng định: “Sophia Webster nắm bắt được tinh thần và sự sáng tạo mà thời trang Anh vốn nổi tiếng. Trong khi đó, ekip của thương hiệu cũng cho thấy một định hướng rõ ràng và một thái độ chuyên nghiệp.”



► LUALA MILANO

Ra mắt cửa hàng mới tại Tp.HCM. Ngày 5/3/2016, Luala Milano đã khai trương cửa hàng mới tại 136 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, thay thế cho cửa hàng cũ tại khách sạn Sheraton 88 Đồng Khởi, quận 1. Sự kiện này đã quy tụ giới đam mê thời trang cùng các doanh nhân có tiếng đến tham dự và chúc mừng. Bên cạnh việc tiếp tục bày bán sản phẩm của các hãng đồ hiệu quốc tế quen thuộc, cửa hàng mới dành riêng một khu vực để trưng bày thương hiệu thời trang Luala atelier, do Luala Milano tự thiết kế và sản xuất, với mong muốn mang đến cho khách hàng những mẫu mã thời trang cao cấp tiêu chuẩn quốc tế với mức giá dễ chịu hơn cho số đông khách hàng Việt Nam.

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



► BALENCIAGA

Thế giới thời trang đang liên tiếp trải qua các chấn động. Và lần này, những tín đồ hàng hiệu một lần nữa bị thách thức giữa việc lựa chọn hay không lựa chọn khi nhà thiết kế mới của Balenciaga, trong bộ sưu tập ra mắt của mình tuyên bố những chiếc túi có kích thước quá khổ với những đường kẻ sọc (giống những chiếc túi đi chợ của người Thái) đang là mốt. Tuy nhiên, trước khi được cân nhắc xem có là cú huých cho trào lưu thời trang mới không, mẫu túi này đã bị một số cái đầu thủ cựu cho rằng đây là một mẫu thiết kế copy. Tuy nhiên, Cục Bảo Vệ Tài Sản Trí Tuệ của Thái Lan đã lên tiếng, nhưng là để bảo vệ Balenciaga rằng mẫu túi này hoàn toàn không vi phạm bản quyền sở hữu trí tuệ và rằng không có ai có thể kiện Balenciaga cả.



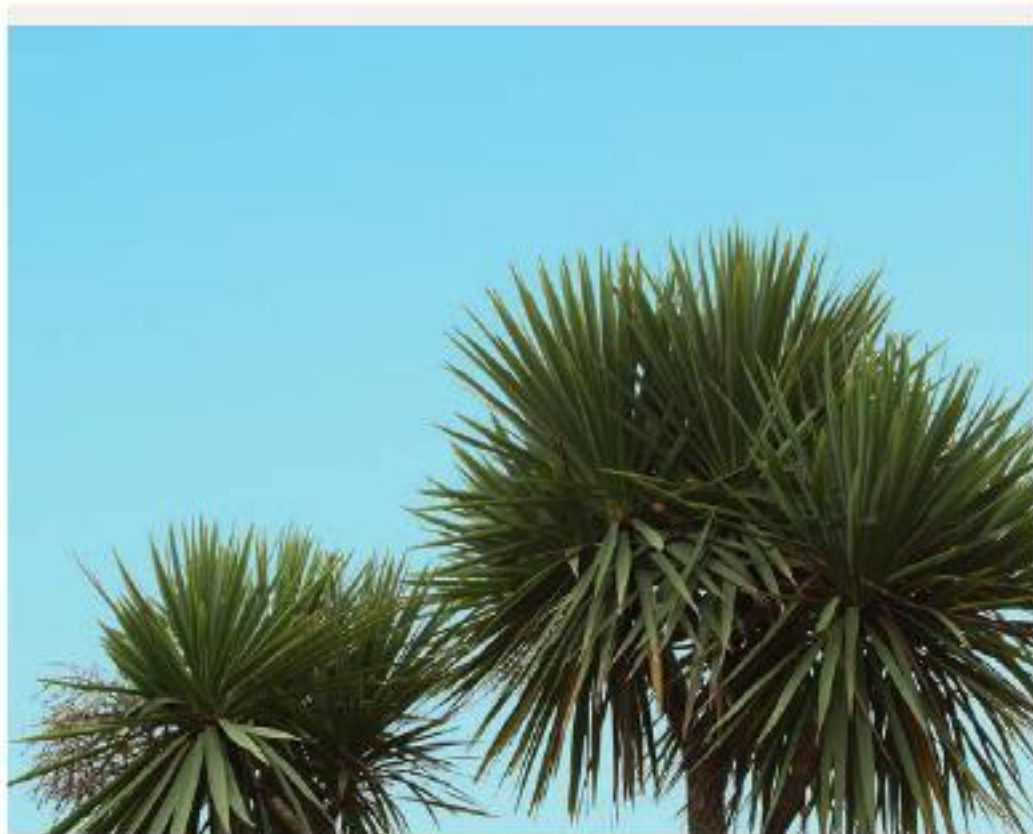
► LANVIN

Lanvin mới đây vừa xác nhận thông tin, có thể xem là một trong những tin nóng nhất thế giới thời trang, Bouchra Jarrar trở thành Giám đốc Nghệ thuật của Lanvin. Được biết, cô cũng sẽ là người sẽ chịu trách nhiệm cho bộ sưu tập nữ của thương hiệu này. Bouchra Jarrar – mặc dù chỉ là một nhà thiết kế độc lập – nhưng đã có chỗ đứng trong làng thời trang khi đang thực hiện một thương hiệu Couture dưới tên cô!

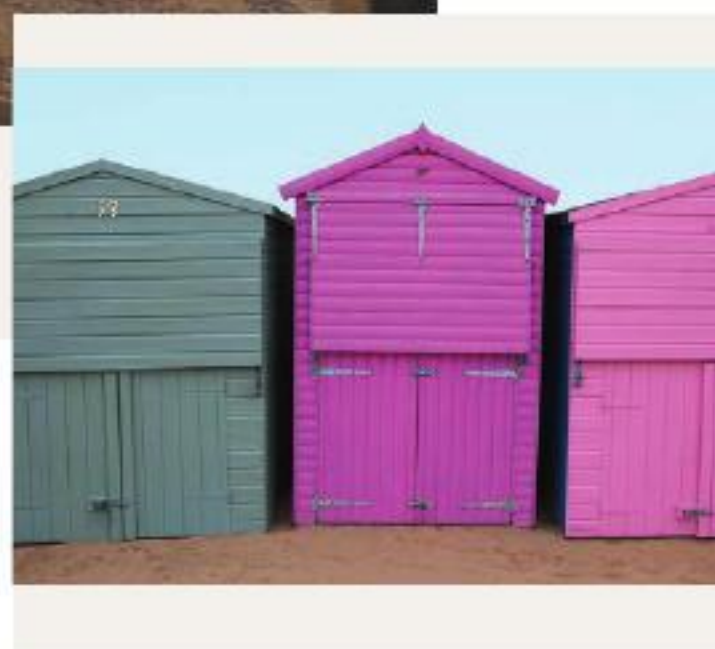


H & M

Thương hiệu thời trang của giới trẻ, H&M mới đây vừa ra bộ sưu tập thời trang áo cưới, mùa mốt Xuân – Hè 2016. Bộ sưu tập có tên là Conscious Collection với 03 phong cách khác biệt. Được biết bộ sưu tập sẽ ra mắt vào ngày 07/04 tới. Bộ sưu tập được miêu tả bao gồm các thiết kế nhẹ nhàng với các chi tiết trang trí đầy thơ mộng và lãng mạn với những đường xếp nếp “dành cho những cô dâu muốn đẹp nhưng vẫn rất tinh tế”. Conscious có lẽ là cách chơi chữ thú vị của H&M về thể mạnh giá tiền của mỗi sản phẩm của mình.



DSQUARED2





90s COMEBACK

Từ Saint Laurent cho tới Vetements, phong cách những năm 90s được coi là cảm hứng thời trang bất tận của nhiều sản phẩm SS16. Những bộ jumpsuit vải lụa mềm mại hay những chiếc váy hai dây mỏng manh đầy quyến rũ dành cho phái đẹp... Alexander Wang đã tạo nên những bộ trang phục đường phố đầy sức hút vì cách pha trộn giữa phong cách của những năm 90 và thời trang hiện đại.



GRAPHIC STRIPES

Mùa này chắc chắn kẻ sọc sẽ là một và đừng bàn cãi thêm về điều này. Hãy cùng chúng tôi điểm qua phong cách thời trang của các thương hiệu như Missoni và M Missoni, Roksanada and Prada – những thương hiệu đang đưa ra những thử nghiệm với những đường kẻ sọc theo những kiểu cách thú vị nhất như tách đoạn, bẻ cong, hay phân mảng.



Stella McCartney

Valentino

Stella McCartney

Ralph Lauren

Ralph Lauren

Bottega Veneta

Valentino

GREAT LENGTH

Không thể nghĩ ra nên mặc gì với một tủ quần áo “đầy nhóc” các mẫu thiết kế? Hãy tập trung vào những chiếc váy dài với họa tiết bohemian - họa tiết của mùa hè. Còn váy dài đang quay trở lại thành mốt, hứa hẹn tạo ra những làn sóng khuynh hướng vô cùng sành điệu. Từ những chiếc váy đơn màu tới những chiếc váy với họa tiết in vô cùng thú vị, thiết kế linh hoạt này hứa hẹn sẽ giúp bạn bùng nổ trong suốt ngày dài, và thậm chí là bạn có thể diện thẳng những chiếc váy này tới những buổi tiệc tối.



Michael Kors

Mary Katrantzou

Roberto Cavalli

Michael Kors

Roberto Cavalli

Mary Katrantzou

Miu Miu

RUFFLE MELODY

Vẻ đẹp lãng mạn đầy nữ tính của phái một lần nữa được các NTK thời trang thế giới gửi gắm qua từng bộ trang phục dành cho Xuân/ Hè năm nay. Có thể điểm ra những cái tên quen thuộc như Michael Kors, Miu Miu, Roberto Cavalli... Đặc biệt dẫn đầu xu hướng này không thể bỏ qua những chiếc váy với những đường nhún bèo ren tầng lớp độc đáo của Mary Katrantzou.

WHITE CHINOS & TROUSERS



Hãy chú ý, những chiếc quần trắng trong mùa này sẽ là trào lưu mới. Và nếu không muốn để mình bị lạc khỏi xu thế thời trang này, bạn hãy sắm thêm cho mình những chiếc quần trắng. Bạn có thể kết hợp quần trắng với những chiếc áo khoác màu bụi hoặc áo kẻ, hoặc áo khoác đen hoặc thậm chí là những tông nổi bật như vàng cam. Ngoài ra, bạn cũng có thể lựa chọn những mẫu quần trắng theo các tông khác nhau. Đặc biệt hơn nữa, bạn cũng có thể diện một set đồ trắng toàn bộ, theo cách white on white.



Với thời trang nam, mùa này là mùa của những chiếc áo polo rộng rãi và thoải mái lên ngôi. Điều này có thể dễ dàng thấy qua các bộ sưu tập của Raf Simons và Louis Vuitton. Hãy kết hợp xu hướng này với những chiếc quần tây và phụ kiện hợp lý như những chiếc kính mát wayfarers hoặc đồng hồ Ebel. Phong cách này hợp với màu tối. Tuy nhiên khi kết hợp đó đừng quên tạo ra những hiệu ứng contrast bằng việc kết hợp các màu với nhau.

Inspiration Journeys

MODEL: CHÀ MI, CÔNG TOÀN
FASHION: BST KENZO XUÂN HÈ 2016

























Atelier Versace SS 2016

Khi
HAUTE COUTURE
không chỉ còn
thuộc về
NGƯỜI PHÁP



Mùa một Haute Couture mới nhất đang chứng kiến sự tham gia của những nhà thiết kế tới từ khắp nơi trên thế giới, với tỷ lệ chỉ có chưa tới 1/2 danh sách là những nhà thiết kế tới từ Pháp.

Lê Xuân

Trong khi đó, các số liệu của chính Armani và Versace cũng cho biết mức tăng trưởng đối với dòng thời trang cao cấp (Armani Privé và Atelier Versace) trong năm 2015 lần lượt là 30% và 50%. Hay để dễ hình dung hơn, bạn hãy nghĩ tới hình ảnh những vị khách hàng trung thành của các thương hiệu tới Paris vào tháng 01 và tháng 07 trong những chiếc máy bay riêng. Hoặc, bạn hãy nghĩ tới một phân khúc thời trang chiếm 1% giá trị toàn ngành, ít nhất là 650 triệu euro – theo Mario Ortelli, một chuyên gia phân tích cấp cao của công ty tư vấn Sanford C. Bernstein.

Tuy nhiên, cần hiểu rằng, ở sân chơi Couture này, có 02 nhóm riêng biệt: các thương hiệu lớn và các thương hiệu độc lập. Với các thương hiệu lớn, Couture đơn thuần là một bài toán về marketing, cần phải luôn nhấn mạnh về tính độc bản; về việc các sản phẩm được thực hiện từ con số 0 với như đã nói: “luôn có địa chỉ người mặc”. Đây là điều sẽ giúp chính thương hiệu gia tăng độ hấp dẫn. Ở đầu kia của phân khúc là những thương hiệu độc lập có quy mô nhỏ và thủ công. Họ thường nhắm tới một đối tượng khách hàng đặc biệt nào đó. Đây chính là lý do giải thích cho việc tại sao chúng ta đang có những thương hiệu Couture tới từ Nga, và cả những thương hiệu nhắm tới những đối tượng khách hàng đặc biệt là các đại gia Trung Đông.

Và điều này (việc Couture đang chuyển hướng nhắm tới các khách hàng Trung Đông), bạn sẽ còn thấy rõ hơn nữa khi trong mùa mới nhất này, số lượng các nhà thiết kế Haute Couture người Pháp chỉ chiếm 38%. 62% còn lại là những nhà thiết kế nước ngoài. Trong số này, có Ulyana Sergeenko, vợ cũ của một nhà tư bản thân hữu người Nga, từng nổi tiếng với những bức ảnh chụp thời trang đường phố. Một cái tên khác là Guo Pei, người thiết kế cho Rihanna chiếc đầm màu vàng nổi tiếng (tham dự sự kiện Met Ball). Ngoài ra còn có những cái tên như Rad Hourani – một nhà thiết kế người Canada, gốc Jordania; chị em nhà Dice Kayek (Thổ Nhĩ Kỳ), và Rami Al Ali – một nhà thiết kế gốc Syria. Tất cả đang thay đổi bộ mặt của Haute Couture.

Haute Couture có thể xem là đỉnh cao hay thành lũy cuối cùng của thời trang xa xỉ của Pháp, với những ràng buộc khắt khe như việc để là thương hiệu Couture, một nhà mốt phải có một studio ở Paris, thuê mướn ít nhất 20 nhân công. Mỗi mẫu thiết kế mỗi mùa thường có các khách hàng đặt trước, hoặc ít nhất là cũng đã có sẵn “địa chỉ người mặc” – bằng chứng rõ nhất là lễ trao giải Oscars vừa qua đã tiếp tục là một cuộc “oanh tạc” của các thương hiệu Couture. Từ những thiết kế này, hàng trăm thương hiệu sẽ được truyền cảm hứng và cả ngàn, cả vạn thiết kế sẽ được cho ra đời. Đẳng cấp của thời trang Couture có thể thấy rõ qua doanh số mỗi năm. Năm 2015, tờ Financial Times cho biết doanh số của cả Dior và Chanel Couture luôn ở mức tăng đều mỗi năm.



Christian Dior Haute Couture SS 2016

KHÁCH HÀNG MỚI, NHÀ MỐT MỚI

Không khó để nhận ra rằng những gương mặt front – row của các thương hiệu thời trang Couture đang thay đổi. Và điều này xuất phát từ việc diện mạo của giới nhà giàu làm tiền nhiều của thế giới cũng đang thay đổi. Báo cáo năm 2015 của công ty chuyên nghiên cứu về thế giới siêu giàu Wealth – X đã chỉ ra rằng có 20% giới siêu giàu thế giới (tương đương với 26.000 người) đang sống ở khu vực châu Á Thái Bình Dương. Và những thay đổi này sẽ còn rõ rệt hơn nữa trong những năm tới và đây chính là điều khiến các thương hiệu phải làm mới ngôn ngữ thiết kế của mình để nó mang tính toàn cầu hơn, thay vì chỉ đáp ứng một bộ phận nhỏ người châu Âu.

Serge Carreira – Giám đốc của công ty Mode et Luxe ở Paris – chia sẻ “Haute Couture đang thực sự mở rộng, nó thậm chí đang vượt ra khỏi biên giới nước Pháp, vươn tới các quốc gia châu Âu, châu Á, Nga và Trung Đông. Và trái ngược với những điều chúng ta vẫn thường nghe thấy ‘không ai còn muốn sở hữu những thiết kế Haute Couture’, danh sách khách hàng cho phân khúc thời trang này đang ngày một được nối dài. Hay đúng hơn là một bộ phận khách hàng mới của phân khúc Haute Couture đang xuất hiện.” Guo Pei – một trong những cái tên mới của làng Couture – cũng khẳng định: “Những khách hàng người Trung Quốc gần đây mới xuất hiện. Tôi cho rằng những kiến thức về Couture, việc tham dự show diễn và cả những đơn đặt hàng từ Trung Quốc mới xuất hiện trong năm năm trở lại đây. 10 năm trước, đã không có ai ở Trung Quốc hiểu Haute Couture là gì. Khi đó, mọi người vẫn cho rằng bespoke là Haute Couture.”

Mặc dù người Mỹ đang thống trị các danh sách khách hàng sở hữu các thiết kế cao cấp (họ cũng chiếm 49% danh sách siêu giàu của thế giới). Tuy nhiên sự thống trị này chỉ mang tính tạm thời. Ayse Rge – một nhà thiết kế nổi tiếng của Thổ Nhĩ Kỳ, người cùng với chị Ece của mình – đang sở hữu thương hiệu Dice Kayek cho ra đời những thiết kế cả may sẵn lẫn Haute Couture cho biết: “Những khách hàng tới từ Trung Quốc đang ngày một am hiểu thời trang cao cấp hơn và chúng tôi cũng có rất nhiều khách hàng tới từ Trung Đông.” Rami Al Ali – một cái tên mới khác của giới Couture – cũng nhấn mạnh: “85% khách hàng Haute Couture tới từ các quốc gia vùng Vịnh. 15% còn lại là người Mỹ, người Đông Âu và một số người châu Á.”



Rami Al Ali Haute Couture SS 2016

NHỮNG CƠ HỘI MỚI

Giám đốc sáng tạo của Versace, Donatella Versace đã chia sẻ trong năm 2015, “những mẫu thiết kế của tôi giới thiệu ở Paris không phải dành cho các quý bà của Paris.” Theo Serge Carreira – Giám đốc của công ty Mode et Luxe ở Paris, “Mặc dù các thương hiệu lớn vẫn đang thu hút số đông các khách hàng tuy nhiên những thiết kế tới từ các thương hiệu mới đang có sức hút nhất định với những khách hàng mới. Bởi khách hàng hiện nay đang có cái đầu cách tân hơn nhiều không chỉ so với những khách hàng thuộc thế hệ cũ mà so với chính họ của một vài năm trước.”

Al Ali chia sẻ, những khách hàng Couture trẻ tuổi (nhóm khách hàng chủ yếu của Al Ali) rất thích khám phá và tự tạo ra thế giới của chính mình. Ege bổ sung: “Họ thậm chí còn đặt mua hàng qua mạng.” “Chúng tôi từng bán được một thiết kế qua Moda Operandi với cái giá 30.000 euro mà không cần thử đồ. Trong khi đó, những khách hàng Couture thường cần ít nhất 02 lần thử đồ. Hiện nay, Couture đã là một sản phẩm toàn cầu. Không có gì lạ khi bạn thấy các bộ sưu tập giống nhau ở mọi nơi từ Paris tới Istanbul hay Bangkok. Thế nên, không có gì lạ khi mọi người muốn trông khác biệt đi,” Dice Hayek chia sẻ và bổ sung những thông tin thú vị.

Với việc người giàu ngày càng đa dạng, và Haute Couture thì được ca ngợi trên các mạng xã hội lớn nhỏ bởi những thương hiệu khổng lồ như Chanel và Dior, Haute Couture sẽ ngày một được biết đến nhiều hơn nữa. Đây chính là lúc chúng ta sẽ có thể thấy Haute Couture được bán qua những kênh phân phối mới để tiếp cận hơn.



Chanel Haute Couture SS 2016



► KILOMET 109 RA MẮT BỘ SƯU TẬP XUÂN HÈ

Lấy cảm hứng từ những trang phục lễ hội Việt Nam, Bộ sưu tập 2016 của Kilomet 109 pha trộn những motif thiên nhiên và cấu trúc sắc sảo của trang phục đặc trưng thuộc trào lưu những năm 60, 70. Những sản phẩm ấn tượng của Kilomet 109 gồm có: áo khoác xe máy Perfecto, áo khoác săn bắn, và cánh áo cổ điển của Bác Hồ. Bộ sưu tập lần này còn là sự đánh dấu cho dòng sản phẩm mới được thiết kế từ 2 chất liệu đặc trưng của Việt Nam: Lanh Mài Đá của đồng bào H'mông thuộc Vùng Núi Tây Bắc và Lụa Vân của đồng bào đồng bằng Bắc Bộ. Kilomet 109 đã giành giải thưởng Young Creative Fashion Entrepreneur của British Council năm 2014.

C HU LA RA MẮT BST TƯỢNG NHỎ DAVID BOWIE

David Bowie, huyền thoại nhạc Rock người Anh, vừa ra đi hồi tháng 1 năm nay, sau 18 tháng chống chọi với bệnh ung thư, để lại nhiều tiếc thương cho dân mộ điệu trên toàn thế giới. Để tưởng nhớ một huyền thoại, Chu La cho ra mắt bst lấy cảm hứng từ ông. Trên những mảng màu đối trọng, Chu La trình diễn những họa tiết mặt người, đôi mắt, hay những đồ vật quen thuộc trong cuộc sống hàng ngày của David Bowie. Xuyên suốt bst là những chiếc quần leggings cộc cạch, những mẫu thiết kế dáng suông, oversize đầy phá cách. BST được giới thiệu trong đêm thứ hai của Tuần thời trang Việt Nam tối 26/2 tại Hà Nội.



► NTK CÔNG TRÍ RA MẮT BST LÚA TẠI TOKYO FASHION WEEK

Ngày 15/3 vừa qua, NTK Công Trí vừa cho ra mắt bst mới mang tên Lúa với chất liệu chính là lanh Mỹ A tại Tokyo Fashion Week. Từ nguyên liệu mang nét đặc trưng của Việt Nam, Công Trí thể hiện kỹ thuật đan lát tạo bề mặt vải phong phú, vốn là phong cách đặc trưng của anh. Từ chiếc áo bà ba giản dị của người dân Nam Bộ với tay raglan (tay áo bà ba), cổ tròn, xẻ tà và hai túi đắp to bản phía trước, Công Trí bóc tách và nhào trộn trong đa dạng kiểu áo, quần, váy, đầm, áo khoác... Qua 40 thiết kế trong bst, Công Trí kể cho người yêu thời trang tại Nhật câu chuyện về những phụ nữ Việt Nam.

T THÙY TRANG CATWALK Ở PARIS FASHION WEEK

Trưởng thành từ cuộc thi Vietnam's Next Top Model, Thùy Trang đã có một thời gian dài nỗ lực tìm cách khẳng định mình. Mới đây, cô vừa đánh dấu mốc son trong sự nghiệp bằng những bước chân ở Paris Fashion Week. Thùy Trang chia sẻ cô từng suy sụp khi casting nhiều ngày đều bị từ chối và bị chê béo. Cô phải lên kế hoạch ăn uống hàng ngày, mỗi ngày chỉ ăn ngũ cốc, nước, trái cây, sữa chua, đi bộ nhiều hơn, rồi nhảy dây để giảm cân. Kết quả, cô được hãng mốt Ấn Độ Rahul Mishra có trụ sở chính tại Mumbai và Delhi đồng ý và thể hiện hai mẫu trang phục trong bộ sưu tập Thu Đông 2016 của họ.



► NTK CAO MINH TIẾN RA MẮT BST "GIẤY BÁO"

Vẫn giữ nguyên tinh thần của bộ sưu tập thời trang ứng dụng, Cao Minh Tiến những mẫu thiết kế dạ hội cao cấp được lấy cảm hứng từ những tờ báo in với kỹ thuật được nghiên cứu từ nghệ thuật gấp giấy Nhật Bản Origami. Màu sắc chủ đạo của các trang phục gồm đen, trắng, đỏ và xanh. Những phom như váy bút chì, khoét đùi, cúp ngực... được nhà thiết kế khai thác. Hoa tiết báo giấy đan lồng với hoa cỏ tạo nên vẻ lãng mạn và hiện đại trong cho trang phục. Các mẫu phụ kiện như thắt lưng, xắc tay... cũng được biến tấu từ vải in họa tiết để làm điểm nhấn cho trang phục đơn giản.

► NTK ADRIAN ANH TUẤN TRÌNH LÀN BST JOY-RIDE

NTK Adrian Anh Tuấn cũng giới thiệu BST Curise 2016 với tên gọi là Joy Ride (Tháng ngày hạnh phúc), lấy cảm hứng từ những cô gái đang yêu tràn đầy sức sống chào đón một mùa Xuân đang đến. Với gam màu pastel nhẹ nhàng trên nền chất liệu ren thịnh hành cùng những đường cắt may tinh tế được chăm chút tới các chi tiết nhỏ nhất, NTK Adrian Anh Tuấn mang đến cho các bạn nữ những sản phẩm cao cấp, sang trọng nhưng không kém phần nữ tính, nhẹ nhàng. Bộ hình đặc biệt dành cho BST này được kết hợp bởi Adrian Anh Tuấn và hoa hậu Mai Phương Thúy, người mà theo anh cũng truyền tải được hết ý nghĩa của bộ sưu tập này. Toàn bộ các sản phẩm hiện đang có tại các cửa hàng Valenciani tại TP.HCM và Hà Nội.



THE NEW MAN

CONCEPT & PHOTOGRAPHER: **SAMUEL HOANG**

MODEL: **CA SĨ TÙNG DƯƠNG**

STYLIST: **LUSIA LAN ANH**

MAKEUP: **KEZBI NGUYỄN**

PRODUCER: **NGỌC AN**

FASHION: **BRUNELLO CUCINELLI, GIVENCHY, SAINT LAURENT, RICK OWENS,
LANVIN, DRIES VAN NOTEN, ACNE STUDIOS, CHRISTIAN LOUBOUTIN, ALEXANDER
MCQUEEN, PHILIPP PLEIN, MAISON MARTIN MARGIELA, LOEWE**

LOCATION: **MẠNH BÌ STUDIO - 25/25 TRẦN XUÂN SOẠN - HBT - HN**

Áo: Givenchy
Quần da: Saint Laurent





Áo khoác: Lanvin



Áo: Rick Owens



Áo khoác: Dries Van Noten
Áo trong, quần: Acne Studios
Quần da: Saint Laurent
Dây chuyền: Alexander McQueen
Giày: Brunello Cucinelli



Áo: Givenchy
Váy da, quần da: Saint Laurent
Giày: Christian Louboutin



Áo: Philipp Plein
Quần da: Saint Laurent
Giày: Christian Louboutin



Áo: Givenchy
Quần da: Saint Laurent
Giày: Christian Louboutin
Vòng tay: Lanvin

Cà vạt: Alexander McQueen
Áo: Maison Martin Margiela
Phụ kiện: Loewe
Quần da: Saint Laurent
Giày: Christian Louboutin





Cà vạt: Alexander McQueen
Áo: Maison Martin Margiela
Phụ kiện: Loewe

ALLURE GAME

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



Sưu tập màu nhuộm Davines Goldess Collection

72

BEAUTY BUZZ



80

START UP: ĐỈNH CAO VÀ VỰC SÂU



76

THẾ GIỚI OUD KHÔNG CÓ HOA HỒNG

“Beauty is not flawless; it shines even through your flaws,”
Alexi Blue.

84

NGUYÊN BẢN HAY KHÔNG NGUYÊN BẢN?



STYLE

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

After School BB
Foundation Lunch BoxLope xp cushion compact
xp open sokoglam

Sự thống trị của Hàn Quốc

Những sản phẩm make up của Hàn Quốc đã phủ sóng không chỉ ở phương Đông mà còn ở phương Tây. Phần Cushion ra mắt ở Hàn nhưng đã được “copy” lại bởi hầu như tất cả những thương hiệu phương Tây sang trọng. Chỉ trong năm 2014, AmorePacific đã bán hết 26 triệu hộp phần Color Control Cushion Compacts, với lợi nhuận tăng 143% lên tới 4 tỷ USD. Những sản phẩm như BB, CC Cream hay dầu hoa trà dành cho tóc cũng đã dẫn đầu thị trường từ nhiều năm nay.

Năm 2016, ngành công nghiệp Hàn sẽ còn ra mắt sản phẩm gì để khuấy đảo trào lưu một lần nữa? Rất nhiều người đang mong đợi câu trả lời này.

GỖ VÀ HOA

Bạn đã chán ngấy xu hướng vani ngọt đậm hoặc trầm nặng nề, năm 2016, bạn sẽ dễ thờ hơn với xu hướng mùi thơm pha trộn giữa gỗ và hoa. Kiểu kết hợp này vừa nhẹ nhõm tinh khiết ở những note hương đầu vừa lâu dài sâu lắng và ấm áp ở những note hương sau. Mùi hương kiểu này còn có thể gọi là floral – chypre, thích hợp cho hầu như tất cả mọi dịp: văn phòng công sở hay tiệc tùng. Chúng ta có những ví dụ tiêu biểu như Criminal of Love, Good Girl Gone Bad, Splash of Neroli của By Kilian, Reine de Nuit của Byredo, Burning Rose của Carolina Herrera, Caron Lady Caron của Caron, La Panthere Legere của Cartier, Chance Parfum của Chanel, Miss Dior Edition d'Exception của Dior, Air di Gioia của Giorgio Armani...

Reine de Nuit
của ByredoCriminal of
Love By KilianBurning Rose của
Carolina HerreraSplash of Neroli
của By KilianMiss Dior Edition
d'Exception của Dior

TIỂU PHẪU LÊN NGÔI

Xu hướng phẫu thuật thẩm mỹ đang chuyển sang các đường nét nhỏ, tinh tế. Thay vì tìm cách thay đổi diện mạo toàn bộ khuôn mặt, người ta đang tập trung vào các chi tiết nhỏ để khuôn mặt trở nên xinh đẹp hơn, nhưng không hoàn toàn biến thành một người khác. Số lượng các chỉnh sửa nhỏ liên quan đến mũi, khoé mắt, mí mắt, khoé môi, mí và màu sắc môi đang tăng lên ào ạt trong năm qua. Bằng cách tiểu phẫu này, khuôn mặt sẽ vẫn giữ được nét đẹp tự nhiên nhưng nhìn sẽ “long lanh” hơn phiên bản cũ gấp nhiều lần.

Trong khi đó, ở phương Tây, xu hướng tiểu phẫu cũng được ưa chuộng, nhưng những can thiệp tiểu phẫu này lại nhằm mục đích khiến khuôn mặt trở nên sắc sảo hơn và rõ nét hơn chứ không phải tự nhiên hơn: ví dụ, môi được tiêm chất làm đầy để nó trở nên căng mọng và dày dặn, lông mi uốn cong sắc và nét.

Bộ đôi độc đáo của CHANEL 4

Không chỉ làm đẹp, son ROUGE COCO STYLO và sơn móng LE DUO VERNIS LONGUE TENUE còn là món trang sức thực thụ cho phong cách! Một chương mới về màu sắc được viết nên bởi bộ đôi này sẽ mang đến tinh thần kinh điển của phong cách CHANEL, chăm sóc từ đôi môi đến từng đầu ngón tay.

ROUGE COCO STYLO: thay thế cho son màu, son bóng và son dưỡng, cây son này có tất cả những ưu thế của cả ba loại son nói trên.

LE DUO VERNIS LONGUE TENUE: Năm 2016, CHANEL làm mới công thức của chai sơn móng nổi tiếng, đồng thời kết hợp nó với GEL COAT, cho hiệu ứng giữ màu 6 ngày.



Năm của Pat McGrath

Nếu năm 2015 là năm của nghệ sĩ make up Charlotte Tilbury thì năm 2016 sẽ thuộc về Pat McGrath. Sau một thời kỳ áp ú dài, Pat cuối cùng cũng ra mắt thương hiệu của mình. Vốn nổi tiếng là người dẫn đầu xu hướng và chuyên trị những phong cách điên rồ đỉnh cao, người ta có quyền chờ đợi ở Pat McGrath những thứ không thể có ở bất cứ nhãn hiệu mỹ phẩm nào khác. Và quả thế, hai sản phẩm đầu tiên của Pat vừa ra mắt đã bán hết veo: Gold 001 (một túi glitter màu vàng óng ánh) và Phantom 002 (bộ dụng cụ với bốn màu mắt siêu ấn tượng). Đáng nói hơn, Pat chả mất nhiều tiền cho quảng cáo vì bất cứ thứ gì bà đưa lên Instagram sẽ tạo ra một cơn địa chấn thật sự.



6



Phấn má hồng
POWDER BLUSH
(ĐUO) Haute Contour
màu nâu/màu san hô
hồng với ngọc trai

Cọ
182 Buffer
168 Large
Angle Contour

Sheer Madness:
màu da nhạt (lustre)
Darling Clementine:
màu cam sáng (matte)
Dangerously Red:
màu tím lam (matte)

Phấn nền không màu PREP
+ PRIME TRANSPARENT
FINISHING POWDER

RA MẮT M.A.C ZAC POSEN

Sau 13 năm tôn vinh cơ thể phụ nữ trong những thiết kế bất hủ trên sàn diễn thời trang, lần đầu tiên nhà thiết kế Zac Posen đã chạm ngõ làng mỹ phẩm với bộ sưu tập đầu tay ấn tượng, kết hợp với một cái tên không thể quen thuộc hơn: mỹ phẩm M.A.C. Từ bao bì mang tính biểu tượng đến những cây cọ phủ và tạo khối có tay cầm hình vuông – bộ sưu tập mang đậm dấu ấn của nhà thiết kế với những chi tiết đậm tính thời trang và sự thanh lịch.

TĂNG CƯỜNG TÁI TẠO DA



SUPERSTART Skin Renewal Booster là sản phẩm mới của Elizabeth Arden. Được sử dụng trước khi dùng tinh chất hoặc dưỡng ẩm, sản phẩm này giúp tăng cường hiệu quả của các sản phẩm chăm sóc da khác và cải thiện làn da bị hư tổn ở mức độ mạnh mẽ hơn. SUPERSTART được thiết kế với thành phần đặc biệt bao gồm phức hợp vi sinh linh động, chiết xuất cỏ xanh pie và chiết xuất hạt lanh tác động toàn diện giúp da khôi phục hàng rào tự nhiên, mang đến diện mạo khỏe khoắn.

Khi được sử dụng kết hợp với Elizabeth Arden Prevage® và Ceramide products, SUPERSTART Skin Renewal Booster đã chứng minh khả năng tăng hiệu quả thông qua:

- Lượng collagen tự nhiên tăng tới 5 lần
- Lượng elastin tự nhiên tăng tới 9 lần
- 25x Độ ẩm tự nhiên tăng tới 25 lần
- Giá: 1,730,000 VND/ 30 ml.
- Ra mắt: Đầu tháng 1/2016 tại các trung tâm thương mại cá nước và trên trang web ElizabethArden.com



Giá: 1.600.000
VND/chai 30ml

8

TINH CHẤT DẦU - Skin Perfector

Luôn tiên phong trong lĩnh vực dầu làm sạch và tẩy trang, Shu uemura đã tạo nên sản phẩm dầu dưỡng da độc đáo - Tinh chất dầu Skin Perfector. Không chỉ dưỡng da, tinh chất dầu còn giúp hoàn thiện bước trang điểm một cách hoàn hảo.

Là bước cuối cùng trong liệu trình dưỡng da và là bước đầu tiên của quá trình trang điểm. Dùng 2-3 giọt vào buổi sáng giúp lớp trang điểm thẩm thấu tốt hơn.
Dùng 4-5 giọt vào buổi tối giúp bảo vệ làn da như một nạ tinh dầu dưỡng chuyên sâu.

**GIORGIO ARMANI
MASTER CORRECTOR**

Điểm cộng: Kem che khuyết sắc tố mới nhất giúp điều chỉnh các khuyết điểm về sắc tố một cách tinh tế như vết đỏ, mụn, nám....

**ELIZABETH ARDEN PREVAGE®
ANTI-AGING + INTENSIVE RE-PAIR DAILY SERUM**

Điểm cộng: Serum ức chế toàn bộ tác động của gốc tự do sinh ra dưới tác động từ ánh nắng, môi trường ô nhiễm, stress... xoa dịu sắc da mệt mỏi và các dấu hiệu lão hoá khác.

**MAKE UP FOR EVER
ULTRA HD INVISIBLE
COVER FOUNDATION**

Điểm cộng: Một loại phấn nền có kết cấu mỏng nhưng độ che phủ xuất sắc.

**DAVINES YOUR HAIR ASSISTANT
BLOW-DRY PRIMER**

Điểm cộng: Nước dưỡng chống ẩm và làm dày tóc, có khả năng giảm thời gian sấy khô, làm tóc mượt mà và tạo kết cấu cho tóc trước khi tạo kiểu.

EDITOR'S picks

Những sản phẩm thú vị nhất của tháng ba mang đến những trải nghiệm tuyệt vời và những kết quả thú vị.

Khánh Minh

**ATELIER COLOGNE BERGAMOTE
SOLEIL COLOGNE ABSOLUE**

Điểm cộng: Mùi hoa cam tuyệt vời trong bộ sưu tập mới nhất của Atelier mang âm hưởng một mùa hè lấp lánh vừa tươi mát vừa ngập tràn ánh nắng.

**THE BODY SHOP OILS
OF LIFE™ INTENSELY
REVITALISING CREAM**

Điểm cộng: Kem dưỡng da hàng ngày mềm mịn chứa ba loại dầu hạt quý giá từ nhiều nơi trên thế giới, có khả năng tái tạo và cung cấp dưỡng chất cho da một cách nhanh chóng.

**CHANEL LA SOLUTION
10 DE CHANEL**

Điểm cộng: Với cảm giác nhẹ nhàng và dễ chịu, sản phẩm này giúp điều chỉnh lại làn da nhạy cảm về trạng thái bình thường. Nó giúp giảm sự khô ráp, những dấu hiệu khó chịu (nóng, ngứa, căng) và những vùng có dấu hiệu mẩn đỏ.

**IT'S SKIN MACARON
LIP BALM**

Điểm cộng: Một lip balm có mùi trái cây và giúp dưỡng môi hoàn hảo.

Thế giới Oud không có hoa hồng

Không có hoa hồng,
mùi trầm hương sẽ
như thế nào?

Thành Hào





Nói đến trầm hương, chắc hẳn phải nói đến hoa hồng. Hai note mùi riêng lẻ này đã gây bão thời gian qua và sự kết hợp của chúng cũng tạo ra một cơn bão tương tự.

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

Chúng ta có Armani Prive “Rose D’Arabie” với note mùi hoa hồng đầu tiên có thể so sánh về độ sâu với Rose Oud, nhưng note mùi này biến mất trong một giờ, sau đó, hoa hồng trở nên nhẹ hơn và nước hoa đi theo một hướng khác với OUD chiếm ưu thế (như kiểu Montale “Black Aoud”). Ngay cả trong những giờ đầu tiên, “Rose D’Arabie” mang đến một kiểu Rose ngọt, pha trộn với vani caramel.

Chúng ta có Juliette has A Gun “Midnight Oud” bắt đầu trong một phong cách tương tự như “Rose Oud,” hoa hồng mạnh mẽ và lâu dài, dường như được hỗ trợ bởi Oud/hoặc hương. Tuy nhiên, hoa hồng mờ quá sớm vào sự pha trộn với Oud, để tất cả những gì còn lại sau khoảng 90 phút là một cái gì đó rất giống với “Rose D’Arabie” hoặc “Black Aoud” drydown. Tuy nhiên, vẫn là một mùi hương không tệ.

Chúng ta có Jo Malone “Velvet Rose & Oud,” – một bông hồng nhung đen với vị ngọt say mang tính áp đảo, cực kỳ gợi cảm. Mùi hương ấm và nồng nàn khiến người ta có thể ngạt thở ở những phút đầu, rồi vị ngọt khô xuống trong mùi gỗ mềm và một cái gì đó mặn mà như biển. Hoa hồng ở đây chắc hẳn đã được tương trợ bởi oud để tăng cường độ sâu và dày, như một tấm chăn nhung có thể vuốt ve và bao bọc cơ thể chúng ta một cách tuyệt vời.

Tôi yêu thích sự kết hợp này. Và quả thực là không thể đếm hết được những chai nước hoa Oud + Rose đang bán trên thị trường vào thời điểm này. Khi mùi khói của oud và vị ngọt của hoa hồng pha trộn với nhau, chúng tạo ra một điều gì đó thật thú vị - một mùi hương có thể giúp ta vượt qua những ngày giá lạnh trong hừng khởi.

Tuy nhiên, nếu oud không đứng cùng hoa hồng, nó có thể đứng với những mùi hương gì? Oud có thể chỉ đi cùng gỗ, hoặc note mùi Leather để tạo ra một sự kết hợp khác hay không?

Tôi đã thử một số mùi hương chỉ có Oud, không có hoa hồng để xem xét các vấn đề này. Và đây là kết quả.



JAMES HEELEY'S PHOENICIA

Mùi hương này ra mắt trong năm 2015. Theo mô tả của James Heeley, mùi hương được lấy cảm hứng từ cuộc hành trình tưởng tượng trong nền văn minh Phoenicia cổ đại. Đây là nền văn minh nằm ở miền bắc khu vực Canaan cổ, dọc eo biển Liban, Syria, và bắc Israel ngày nay. Người Phoenicia có nền thương mại hàng hải trải khắp Địa Trung Hải trong suốt thời kỳ từ năm 1550 TCN tới năm 300 TCN, trên những con thuyền gale. Lấy cảm hứng từ khu vực bờ biển Địa Trung Hải, nước hoa Phoenicia đưa chúng ta đi từ Lebanon đến Andalusia, đi ngang qua Bắc Phi, Cyprus và Israel, với những note mùi đặc trưng: Incense, Labdanum, Chà là, Nho, Trâm hương, Bạch dương, Đàn hương, cỏ vertiver.

Đây là một mùi hương rất đậm, tinh tế và nam tính với chủ đề oud, tuy nhiên oud là một phần trong cấu trúc tuyến tính của mùi hương chứ không phải ngôi sao trung tâm và duy nhất. Với sự có mặt của các loại quả khô, gỗ và incense, đây chắc chắn là một mùi hương smoky – wood khô, chứ ít mang hương vị của nước, của biển như cuộc hành trình tưởng tượng mà James Heeley đã vẽ ra.

Là một tác phẩm của Heeley, sự tinh tế và duyên dáng là điều hiển nhiên của mùi hương này. Nó không dành cho những người đặc biệt ưa thích oud và chỉ muốn tìm kiếm oud ở mọi nơi. Oud chìm ngập một cách lặng lẽ trong khu rừng của những mùi hương cùng bản sắc: những note mùi của gỗ, của da, của quả khô ngọt và ấm, với mùi khói sắc nét. Tất cả đều được cân bằng một cách tỷ mỉ. Không có note mùi nào vượt ra khỏi cánh rừng đó và gào lên tiếng nói riêng, chúng hoà quyện trong yên tĩnh.

Phoenicia nhắc nhở tôi về một hộp gỗ cũ từng đựng trái cây khô và các chùm rễ cỏ vertiver bọc trong giấy. Mùi hương dường như thấm vào từng thớ gỗ, hoặc gỗ đã được ướp trong mùi hương đó để thành một chỉnh thể gỗ thơm duy nhất. Phoenicia là tác phẩm của sự tinh tế đáng kinh ngạc – kiểu mùi hương người ta có thể sử dụng ở khắp nơi mà không cần quá băn khoăn về việc nó có thích hợp hay không. Nó luôn luôn đúng, nói theo kiểu Cary Grant.



CREED ROYAL OUD

Tôi phải thừa nhận rằng tôi không thể thưởng thức được trọn vẹn những note mùi đầu tiên của mùi hương này, vì mùi tuyết tùng quá mạnh mẽ. Vì vậy, tôi ngồi chờ cho đến khi mùi tuyết tùng phai nhạt đi và những note mùi khác được xuất hiện.

Khi ấy, tôi có thể phân biệt được một số note mùi rất đẹp, chẳng hạn như mùi thảo dược xanh rất tươi mới và sắc nét (cây bạch chi?), một mùi nhựa cây hắc và ngọt (galbanum), một cái gì đó nhắc nhở tôi về sự hoà trộn giữa gỗ và bạc hà, hay chanh tươi. Tóm lại, ở hương giữa, đó là một mùi thơm hơi kỳ lạ, một mùi hương gỗ - thảo dược pha với vị chua và xạ hương. Mùi hương này không khiến tôi thực sự yêu thích.

Nhưng khi Royal Oud chìm xuống drydown, nơi nó trở thành một mùi đàn hương mịn màng, với một chút liều lượng nhỏ của oud Ấn Độ, thì tôi đã hoàn toàn bị chinh phục. Mùi hương gỗ mịn được làm dày lên, sâu hơn với mùi xạ hương và oud, cung cấp một hương vị ngọt ngào rất khó quên. Thậm chí bạn còn có thể cảm nhận được hương vị của long diên hương nếu tinh ý.

Hương thơm này là lựa chọn tốt cho những ai cần một hương gỗ thơm khá truyền thống, khá cổ điển và sang trọng, mà không cần quá chú trọng vào oud.



LOUD VELVET MOOD (MAISON FRANCIS KURKDIJAN)

Oud Velvet Mood khác với các anh em của mình trong series Oud Moods bởi sự có mặt của nhựa cây copahu – một loại nhựa cây Nam Mỹ có mùi ngọt nhẹ và cay. Các note của Oud Velvet Mood đều rất ấn tượng: nghệ tây, oud, quế Ceylon (loại quế đất đỏ có mùi thông, cam và hương cỏ) và nhựa copahu. Kết cấu của Oud Velvet Mood dày hơn, mịn hơn so với Oud Cashmere Mood – một mùi hương tương đối mềm mại với vị khói khá ấn tượng. Tuy nhiên, với Oud Velvet Mood, oud đã hiện ra với khuôn mặt đích thực của nó vốn được mô tả trong từ điển về trầm hương Ấn Độ: mịn như kem, rất hấp dẫn, và phảng phất một mùi gì đó như mùi bơ, nhưng hắc và nóng, và khó chịu hơn. Oud không cần sự biện hộ hay làm dịu của mùi hoa hồng, ở đây, oud đứng đơn độc và nổi trội so với những note mùi khác. Đường như mọi note mùi đều giảm thiểu xuống để oud được toả sáng. Oud Velvet Mood được nhận xét là một trong số ít những mùi hương đang bán trên thị trường mà oud chính là oud, chứ không chỉ là cái tên ghi tượng trưng trên mác để làm màu.

Ngoài oud và nhựa copahu, một điều rất đáng chú ý ở mùi hương này sự có mặt của nghệ tây. Mùi kim loại và mùi da bụi bặm của nghệ tây đã được khai thác, tạo ra một độ sáng tổng thể để Oud Velvet Mood khác biệt với mùi khói đen tối của Oud Cashmere Mood. Và quay về với cái màu vàng, sáng đặc trưng của oud nguyên bản.

Một số hương thơm oud không hoa hồng đáng chú ý mà tôi có thể liệt kê ra ở đây là Oud Shamash của The Different Company, Oud Assam của Rania J., Original Oud và Oud Cashmere Mood của Maison Francis Kurkdjian, Al Oudh của L'Artisan Parfumeur, Mukhallat Dehn al Oudh Moattaq của Ajmal, và một mùi hương thực sự đáng kinh ngạc Oud Osmanthus của Mona di Orio...



Creed Royal Oud



Jo Malone "Velvet Rose & Oud

START UP

Đỉnh cao và vực sâu

Chưa khi nào sự bùng nổ của những start up trong lĩnh vực Mỹ phẩm lại diễn ra sôi động như những năm gần đây. Có thể nói, đây là thời đại mà người người làm mỹ phẩm, nhà nhà làm mỹ phẩm.

Thành Hào



NARS Nouvelle Vogue
Spring 2016 Collection

Phải nói Coco Chanel là một phụ nữ đáng gờm của lịch sử: bà đã đặt vị trí tiên phong cho quá nhiều lĩnh vực. Khi đi bán nước hoa, Chanel đã trở thành nhãn hiệu thời trang đầu tiên tấn công sang địa hạt của Mỹ phẩm. Và chiến thắng ngoạn mục.

Phải đến cả trăm năm sau, cuộc đổ bộ của thời trang sang nước hoa và mỹ phẩm mới thực sự trở nên sôi động. Từ những ông lớn thời trang đến những chuyên viên trang điểm hoặc một cô gái thích trang điểm, tất cả đều có một điểm chung: họ đang sở hữu dòng mỹ phẩm nào đó mang tên mình với khát vọng chinh phục thế giới.

Sản xuất mỹ phẩm độc lập được khai phá từ thập niên 90 bởi những nghệ sỹ make up nổi tiếng như Laura Mercier, Bobbi Brown và Francois Nars – cả ba đều ra mắt dòng sản phẩm của mình từ rất sớm và giờ đây, các start up này đã trở thành những cây đa cây đề của ngành Beauty - một số đã bắt tay với những tập đoàn lớn và không còn dừng lại ở quy mô của một start up nữa.

Nhưng chính họ đã vạch đường chỉ lối cho các start up sau này và chứng tỏ một chân lý đơn giản rằng: miếng bánh mỹ phẩm lúc nào cũng có thể mở rộng và hoàn toàn không phải độc quyền của những tập đoàn đa quốc gia có lịch sử hàng trăm năm.

NGHỆ SỸ MAKE UP “RA RIÊNG”

Còn nhớ thời Francois Nars ra mắt dòng mỹ phẩm riêng vào năm 35 tuổi, người ta cứ tưởng rằng đó chỉ là một cuộc dạo chơi vui vẻ vô hại. Nhưng chẳng ai ngờ, cơn sốt của những hộp má hồng có cái tên đầy kích thích Orgasm (Cực khoái) đã dẫn đưa mỹ phẩm Nars lên một vị trí không thể bỏ qua trên bản đồ các thương hiệu mỹ phẩm sang trọng. Cho đến khi Nars ra đời, ít có thương hiệu mỹ phẩm nào kết hợp được tất cả mọi yếu tố như thế: tên gọi thì tai quái, thiết kế thì sang trọng, nhưng không phải kiểu sang trọng kẻ cả của những thương hiệu xa xỉ cũ, đó là một kiểu sang trọng thời thượng mà giới trẻ rất kết. Đã thế, chất lượng của nó thật ấn tượng, màu sắc của nó thật sành điệu. Không có gì lạ khi Nars bán hàng như vũ bão, ngay cả vào cái thời chưa có mạng xã hội như ngày nay.

Năm 2014, Charlotte Tilbury lập lại thành công này với loại phấn nền danh tiếng Magic Foundation, với khả năng che phủ đáng nể mà không khiến da bị bết, bị loang lổ.

Năm 2015, Pat McGrath bùng nổ chỉ với hai sản phẩm nhũ và phấn mắt, bán hết veo khi vừa ra mắt. Toàn bộ công cuộc quảng bá diễn ra trên Instagram, chẳng tốn một xu cho event hay PR.

Điểm chung của tất cả các nghệ sỹ make up này là quá am hiểu mọi ngóc ngách của việc trang điểm. Họ đã make up cho hàng ngàn gương mặt, thừa biết thị trường cần gì và thiếu gì. Khi họ ra mắt bất cứ sản phẩm nào, yếu tố thực dụng luôn được đặt trên sự hoa mỹ (dù sản phẩm của họ không hề thiếu sự hoa mỹ). “Tốt” và “rất tốt” sẽ là các từ đầu tiên mà bạn có thể mô tả khi nói về hộp phấn má hồng của Nars, lọ phấn nền của Charlotte Tilbury hay túi nhũ lấp lánh của Pat McGrath.



Pat McGrath



Francois Nars



Charlotte Tilbury

THƯƠNG HIỆU THỜI TRANG VÀO CUỘC

Những thương hiệu thời trang dần thâm nhập sang ngành mỹ phẩm không phải là chuyện mới. Trong thập niên 80, chúng ta có các dòng mỹ phẩm mới đến từ Ralph Lauren, Diane von Furstenberg và Donna Karan, nhưng cả ba đều “chết yểu”. Nhưng nay, thời thế đã khác. Với sự bùng nổ của mạng xã hội, sức ảnh hưởng của các nhà thiết kế trở nên mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Ngày càng nhiều thương hiệu mỹ phẩm muốn hợp tác với một nhà thiết kế.

Xét về tổng thể, các nhà thiết kế không chỉ may đo quần áo, họ còn phải chịu trách nhiệm về phong cách, mà cả thời trang và mỹ phẩm đều góp phần kiến tạo phong cách. Chính các nhà thiết kế là người đưa ra xu hướng make up trong các show diễn của mình, các xu hướng make up này sẽ từ show diễn đi vào cuộc sống – như vậy, các nhà thiết kế không chỉ định hình phong cách ăn mặc, họ còn định hình cả gu trang điểm nữa.

Đó là lý do Giorgio Armani không ngần ngại ra mắt dòng mỹ phẩm riêng vào năm 2000, Dolce & Gabbana trong năm 2009, Burberry trong năm 2010, Tom Ford và Balmain trong năm 2011, Tory Burch trong năm 2013, Marc Jacobs và Christian Louboutin trong năm 2014, Gucci trong năm 2016.

Kết quả của sự kết hợp giữa thời trang và mỹ phẩm là những món đồ đẹp đến nao lòng. Nếu các nghệ sỹ make up ưa thích khía cạnh thực tế và tiện dụng thì sản phẩm của các thương hiệu thời trang luôn đặt vấn đề thiết kế lên hàng đầu. Những hộp son, hộp phấn của Marc Jacobs được thiết kế với bao bì độc nhất vô nhị, hoàn toàn phá bỏ kiểu thiết kế truyền thống đơn điệu. Chai sơn móng của Louboutin lấy cảm hứng từ chiếc giày cao gót lênh khênh còn những thỏi son hình viên đạn của nhà thiết kế này thì chẳng cần phải bàn nhiều, đơn giản vì chúng đã quá nổi tiếng.



Dolce & Gabbana SS 2016



Gucci SS 2016

Gucci Magnetic Color Shadow Quad in Aquamarine Dream



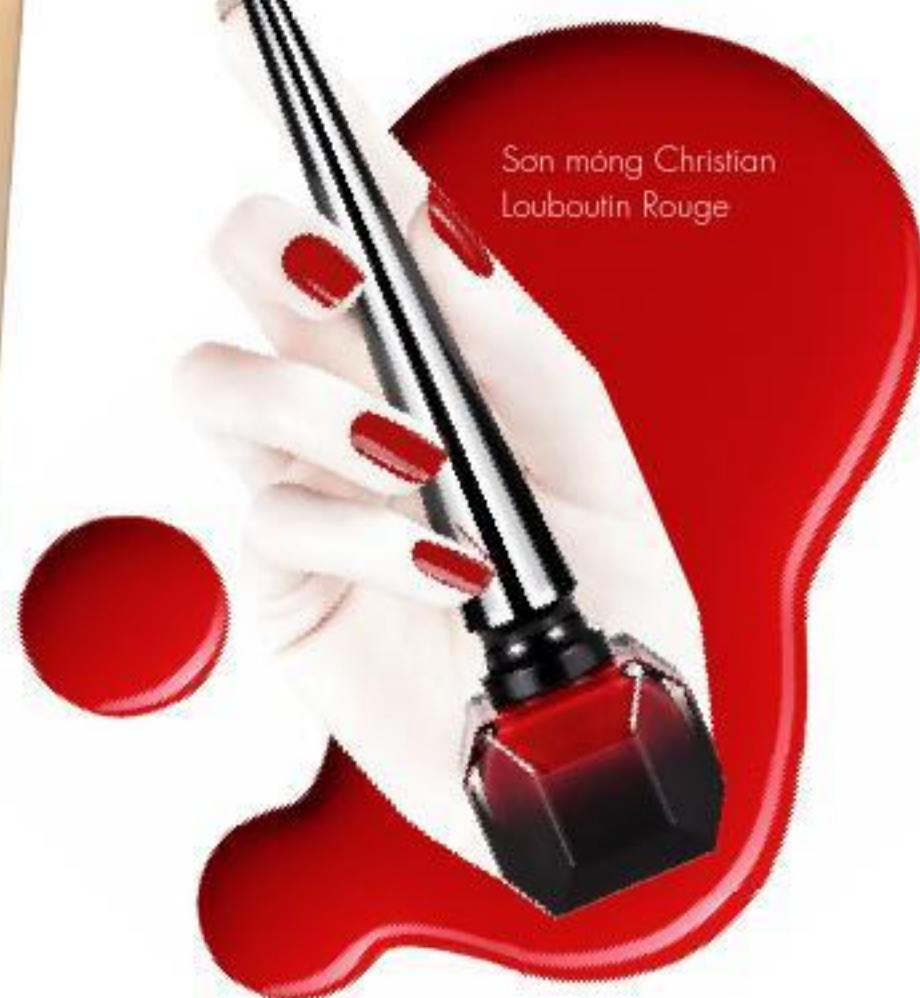
Phấn nền Charlotte Tilbury Magic Foundation



Son Tom Ford First Time



Son móng Christian Louboutin Rouge



Gucci thì mất 4 năm để chuẩn bị cho việc ra mắt một dòng sản phẩm xa xỉ thực sự, nhưng xa xỉ ở đây không đồng nghĩa với việc bao bì đẹp và chăm hết. Gianni Frida đã mời nghệ sĩ make up số một thế giới Pat McGrath làm giám đốc sáng tạo cho dòng make up này với tham vọng về tính chuyên nghiệp của nó. Mỗi sản phẩm Gucci có bao bì đen và vàng với ký hiệu G và C lồng vào nhau. Hệ thống sản phẩm tập trung vào những món đồ basic như son môi – son bóng truyền thống, phấn nền truyền thống, phấn nền truyền thống....nhưng bằng màu lại vô cùng phong phú và gần như đáp ứng được tất cả các nhu cầu màu sắc mà giới thượng lưu hướng tới. Những nhu cầu son phấn cổ điển của một quý cô được hiện đại hoá trong một phiên bản hiện đại và chuyên nghiệp. Tức là dòng sản phẩm của Gucci với hệ thống màu sắc của nó có thể đáp ứng cho cả nhu cầu make up hậu trường cho những show diễn lớn – điều lâu nay vốn là độc quyền của những thương hiệu make up tầm trung như MAC, NYX hay L'oreal. Chiến lược này đã nhanh chóng đặt Gucci lên cùng một vị thế với những thương hiệu sang trọng như Tom Ford, Marc Jacobs, Michael Kors, Burberry, Tory Burch và Christian Louboutin.

Carla Liuni, phó chủ tịch toàn cầu của Gucci Beauty gọi những hộp mỹ phẩm của mình là “phụ kiện cuối cùng” của thời trang. Và đó chính là điều mà Gucci hy vọng: họ đang nỗ lực thuyết phục khách hàng của mình rằng phần mắt Gucci Magnetic Color Shadow Quad in Aquamarine Dream là phụ kiện hoàn hảo cho chiếc áo Gucci da lộn màu xanh lá cây. Hoặc bạn mua cả hai, hoặc bạn kém thời thượng, hãy chọn đi.

Lẽ dĩ nhiên, không phải cứ là nhà thiết kế thời trang thì bán được mỹ phẩm. Thành công phi thường của Tom Ford (xây dựng cả một đế chế mỹ phẩm trải rộng khắp thế giới trong chưa tới 10 năm) nhắc người ta nhớ tới những số phận yếu mệnh khác: Stella McCartney skincare ra mắt 2007, chấm dứt 2011, Versace make up ra mắt 1998, chấm dứt 2009, Prada beauty ra mắt 2000 và chấm dứt 7 năm sau đó. Không phải đồ của Prada hay Versace kém đẹp. Họ chỉ không biết cách bán mỹ phẩm mà thôi.

Bí quyết bán mỹ phẩm trong thời đại số ra sao? Thật khó để trả lời. Nhưng rõ ràng chẳng có gì là dễ dàng. Louboutin vẫn đang rất thận trọng với hai sản phẩm duy nhất là son và sơn móng, với những màu sắc vô cùng cơ bản (hầu hết là màu đỏ). Pat McGrath chắc chắn luôn phải đau đầu với câu hỏi: sản phẩm kế tiếp là gì? (Chiến lược ra mắt sản phẩm chọn lọc và kỹ lưỡng của bà trên Instagram luôn khiến hàng triệu tín đồ làm đẹp mong chờ). Nars dù đứng trên đỉnh cao nhưng luôn có khả năng bị vượt mặt bởi những đối thủ non trẻ, thương hiệu này không bao giờ quên làm mới bằng cách hợp tác với hàng loạt nghệ sĩ tên tuổi như Guy Bourdin, Andy Warhol hay mới đây là Christopher Kane.

Hãy đón xem cuộc cạnh tranh khốc liệt giữa những thương hiệu mỹ phẩm mới từ hôm nay.



Tom Ford SS 2016

Marc Jacobs Cover(t)
Stick Color CorrectorDolce & Gabbana
Animalier Bronzer

NARSPro Palette



Sưu tập màu nhuộm Davines Goldess Collection

NGUYÊN BẢN hay không NGUYÊN BẢN?

Màu tóc của năm 2016 ưa chuộng các màu nguyên bản, nhưng phải đẹp hơn, óng ả hơn, tinh tế hơn. Và hiệu ứng 3D chính là từ khoá cho điều này.

Khánh Minh

Các nghệ sỹ make up rất giỏi trong việc tạo hiệu ứng 3D cho gương mặt: bằng một vài nhấn nhá với màu sắc ở vùng mắt, vùng má, vùng hàm và cằm, họ có thể khiến một gương mặt trở nên rõ nét với sống mũi cao, mắt sâu hơn, gò má nổi bật hay khuôn mặt thon gọn hơn. Kỹ thuật này gọi là Contour. Giờ đây, các nhà tạo mẫu tóc đang áp dụng đúng kỹ thuật này để tạo đường nét cho tóc: họ layer các màu sắc khác nhau để tạo ra một sắc thái tinh tế của bóng và ánh sáng. Từ balayage - kỹ thuật tóc nhuộm màu xen kẽ phổ biến, đến “sombre” – phong cách nhuộm tạo bóng mềm mại hơn của phong cách “ombre”, các kỹ thuật tạo bóng, tạo sắc thái cho tóc ngày càng trở nên tinh tế.

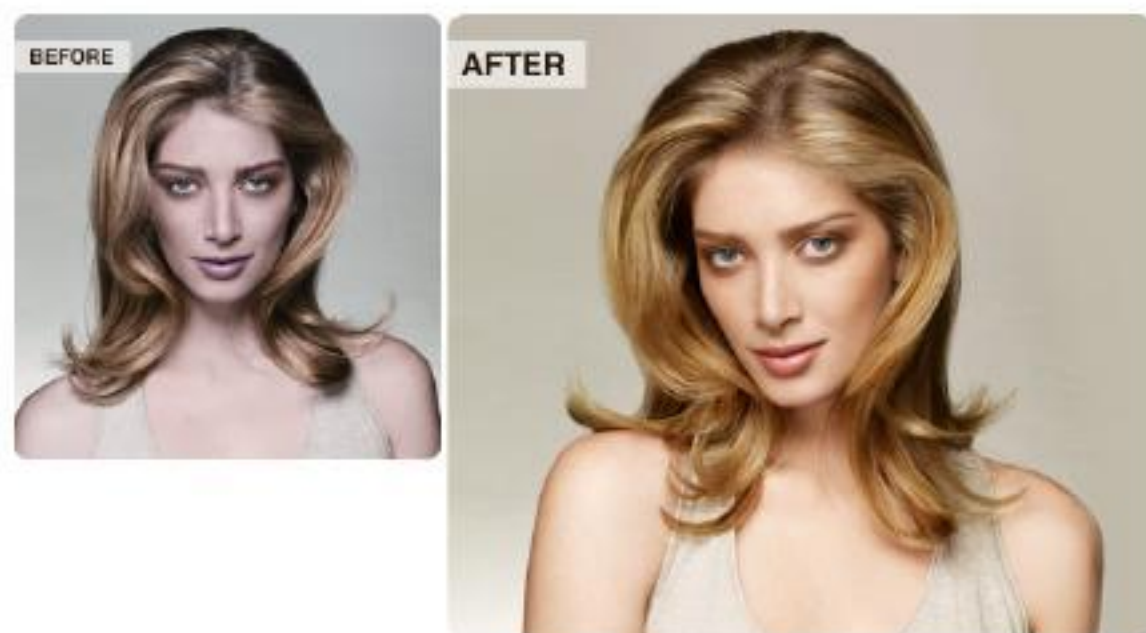
Hãy nhìn lại các show diễn của Dior, Acne, Victoria Beckham trong mùa xuân hè 2016. Khác xa với những kiểu tóc bob lò xo, tóc búi sành điệu hay những kiểu tóc chuẩn salon, đây là kiểu tóc homemade đơn giản mà bất cứ cô gái nào cũng tự thực hiện được cho mình, gọn gàng và thanh lịch với phần đuôi tóc được tỉa kỹ càng. Tuy nhiên, điều quan trọng cần nói đến ở đây là màu sắc của tóc: màu sắc được thiết kế để tự nhiên một cách sang trọng.

Tự nhiên ở đây không có nghĩa là không làm gì. Jack Howard, Giám đốc kỹ thuật tại salon Paul Edmonds đã sử dụng bột biến để pha màu từ gốc đến ngọn tóc để kiểm soát màu sắc một cách chặt chẽ. Trong khi đó, tại salon Mayfair, Jo Hansford tạo ra sự nhấp nháy tinh tế của màu sắc bằng cách pha trộn màu trên từng lọn tóc: đỏ và đỏ, hay vàng và nâu, hay đỏ và nâu. Cô gọi đây là kỹ thuật “contouring beams”.

Vậy các từ khoá quan trọng của màu tóc trong năm 2016 là gì?

BLONDE, BLONDE

Màu vàng kim rực rỡ được Kate Hudson và Jennifer Lawrence sử dụng trong lễ trao giải Quả Cầu Vàng vào tháng một. Đó là kiểu màu vàng “babylight”, với những sợi tóc vàng mịn và rực lên trong ánh sáng như những sợi tơ vàng.



Tháng tới, L'Oréal Professionel sẽ tung ra sản phẩm Inoa Blonde Resist – một màu nhuộm dành cho salon, giúp những cô gái tóc vàng có được màu blonde thực sự rực rỡ trong tám tuần. Trong khi

đó, Josh Wood, giám đốc sáng tạo về màu của Wella, sẽ ra mắt bộ sưu tập Precious Blonde của mình tại Marks & Spencer trong tháng Tư. Màu vàng kim được xem là điểm nhấn quan trọng trong bộ sưu tập Goldess của Davines vào cuối năm 2015. Màu nhuộm kết hợp các ánh sắc để mang đến những tông màu ấm nhưng vẫn có hiệu ứng kim loại. Hiệu ứng này được tạo ra bởi việc sử dụng những tông màu lạnh để làm nổi bật những tông màu ấm hơn và tạo ra sự đối lập cân bằng giữa hai tông màu. Màu ánh kim xuyên suốt bộ sưu tập và trở nên lấp lánh khi mái tóc chuyển động. Để tạo ra hiệu ứng này, Angelo Seminara cùng với Edoardo Paludo, đại sứ màu nhuộm quốc tế, đã sử dụng kỹ thuật Flamboyage cùng màu nhuộm lâu bền Mask và A new Colour với những tông màu bạch kim mới nhất (10, 22 – 10, 12 và 10, 77).

TỰ NHIÊN, KHÔNG ĐỘC HẠI

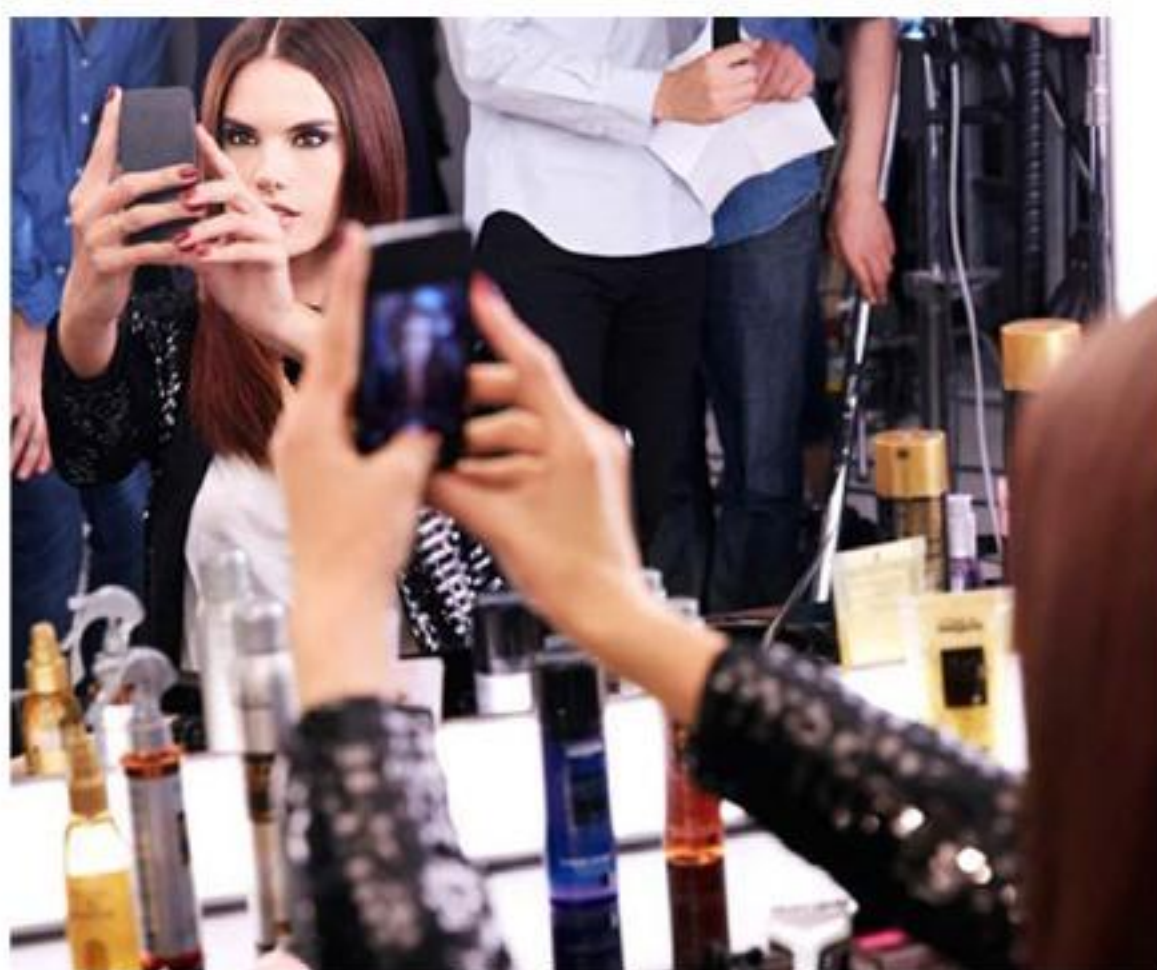
Xu hướng sử dụng mỹ phẩm tự nhiên đã lan sang các sản phẩm của tóc. Những loại tinh dầu chiết xuất từ dầu argan, dầu dừa, hay hoa trà vốn rất được yêu thích từ nhiều năm qua nay càng được săn đón. Các sản phẩm chăm sóc tóc trong năm 2016 sẽ được bổ thêm nhiều chiết xuất thực vật mới. Một mái tóc với các sợi tóc bóng khỏe cho thấy bạn có lối sống tích cực và khỏe mạnh. Điều này cũng phù hợp với xu hướng “glow skin” – cách trang điểm tạo ánh sáng mượt mà trên da, giúp tạo ra cảm giác về sự trẻ trung và khỏe khoắn.

Các thương hiệu lớn thì tích cực loại bỏ paraben và sulfate khỏi các sản phẩm chăm sóc tóc của mình, như một lời cam kết (hoặc một thủ thuật marketing) tới người tiêu dùng. Thiết bị bao bì thân thiện với môi trường sẽ được ưu tiên chọn lựa để phù hợp với phong cách sống khỏe mạnh từ bên trong.



ĐỘC QUYỀN CHO SELFIE

Những bức ảnh trên các phương tiện truyền thông góp phần thúc đẩy cơn sốt màu sắc một cách mạnh mẽ. Rất nhiều khách hàng đến salon, đưa ra hình Instagram của những người mẫu hay beauty blogger rồi yêu cầu một kiểu tóc hay màu sắc tương tự. Sản phẩm màu nhuộm mới của L'Oréal Professionnel hoàn toàn hướng tới những đối tượng muốn sở hữu một bức hình selfie hoàn hảo. Màu nhuộm này có tên là L'Oréal Professionnel DIA Richesse Hi-Visibility, bao gồm 5 màu sắc tự nhiên, với cam kết có thể tăng cường hoặc cải thiện các màu sắc nguyên bản của tóc, thậm chí là tóc đen. Theo quảng cáo của hãng thì khi sử dụng DIA Richesse Hi-Visibility, mái tóc thậm chí chẳng cần các bộ lọc màu của Instagram mà vẫn lên được màu sắc đẹp đẽ. L'Oréal đã thuê người mẫu Alessandra Ambrosio làm người đại diện cho sản phẩm này. Với 10 triệu người theo dõi trên mạng xã hội, Alessandra Ambrosio quả là một lựa chọn hoàn hảo.



CHỐNG LẠI CÁC THẨM HOẠ VỀ MÀU

Càng nhuộm màu thường xuyên thì tóc càng nhanh hỏng. Chân lý này không ai là không biết. Nhiều sản phẩm màu nhuộm tức thời và ngắn ngày như phấn nhuộm đã ra đời nhằm thỏa cơn nghiện về màu, nhưng giúp tóc bớt đi sự hư tổn. Nhưng giải pháp này vẫn khó có thể nói là triệt để.

Năm 2016, các giải pháp màu nhuộm không thẩm họa sẽ được nghiên cứu để ra mắt thị trường: màu nhuộm với thời gian ngắn, ít can thiệp vào cấu trúc tóc và ít gây tổn hại hơn.

Trong năm 2016, sớm hay muộn bạn cũng sẽ được nghe nói đến Điều trị Olaplex – giải pháp tuyệt vời cho những kẻ nghiện màu sắc. Điều trị này mất 20 phút nhưng có thể giảm thiểu sự hư tổn do nhuộm màu đến mức thấp nhất và đang được cung cấp tại hàng loạt salon ở Anh, Mỹ. Giám đốc sáng tạo Nicola Clarke của John Frieda thậm chí còn thừa nhận Olaplex đã thực sự thay đổi cuộc chơi “Sản phẩm này đặc biệt hữu ích với những khách hàng muốn thay đổi màu sắc nhưng lo ngại về viễn cảnh tóc có thể bị hủy hoại”.

Dù vậy, nhiều chuyên gia tạo mẫu tóc thừa nhận nhuộm tóc một cách điều độ không đẩy tóc vào cảnh suy yếu. Thực tế, những vấn đề như gãy rụng, khô xơ hay mất độ sáng bóng phụ thuộc rất nhiều vào chất liệu nguyên bản của tóc và cách mà bạn chăm sóc nó như thế nào.



Bộ sản phẩm Olaplex chống tổn hại tóc khi nhuộm màu

XANH LÊN NGÔI

Nếu màu xám khói hay màu kẹo candy được xem là thống trị các màu sắc của năm 2015 thì các tông màu xanh có thể tạo ra một dòng chảy mạnh mẽ trong năm 2016. Khi các thiết kế denim trở lại, nhiều salon cũng bắt kịp chất liệu này bằng cách đưa màu xanh “denim” vào bảng màu nhuộm của mình. Năm ngoái, cơn sốt nhỏ lẻ của màu xanh biển đã được một số ngôi sao trẻ lăng xê, năm nay màu xanh biển vẫn sẽ thịnh hành nhưng trong những sự biến đổi mới đa dạng hơn: đó có thể là màu xanh đá, xanh chàm, xanh pha tím hoặc xanh ánh đen...





Ô

NHIỄM: kẻ thù của da

Kem chống nắng liệu có còn là vị thần số một giúp bạn đối phó với những vấn đề về ô nhiễm và khí hậu?

Khánh Minh

Chắc chắn, DNA đóng một vai trò quan trọng trong cách mà bạn già đi: rất thâm khốc hoặc rất nhẹ nhàng. Tuy nhiên, có một tin tốt dành cho những ai không mấy thích thú khi nói về DNA: 90% những biểu hiện lão hoá có thể nhìn thấy như đốm nâu, sắc tố lại không đến từ DNA mà đến từ môi trường. Vậy thì thay đổi hành vi từ hôm nay có thể không cải thiện nhan sắc của bạn ngay lập tức, nhưng vài năm nữa, bạn của tương lai sẽ cảm ơn bạn ngày hôm nay vì đã làm những điều này.

VẤN LÀ ÁNH NẮNG

Tất nhiên, giờ thì ai cũng biết phải chống nắng, chống nắng bằng mọi giá. Nhưng vấn đề lớn nhất khi nói về kem chống nắng vẫn là những lời phàn nàn muôn thưở về mùi, về cấu trúc dày nặng, về khả năng kích ứng và hoàn toàn không tương hợp với make up. Mối lo này chắc chắn sẽ không còn hành hạ bạn vào năm 2016 này khi công thức kem chống nắng ngày càng được cải tiến: mỏng hơn, nhẹ hơn nhưng chỉ số chống nắng vẫn cao vút. Trong năm 2015, ưu thế của kem chống nắng dường như nghiêng về các hãng Hàn Quốc khi ra mắt hàng loạt sản phẩm kem chống nắng mềm mại, nhẹ như tơ, tích hợp hàng loạt chức năng như dưỡng ẩm, make up trong một sản phẩm. Tuy nhiên, tình thế sẽ đổi khác sau khi Tổng thống Obama ký Đạo luật Cải tiến chống nắng (SIA), yêu cầu Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Hoa Kỳ (FDA) xem xét phê duyệt tám thành phần chống nắng vào cuối năm 2015 – những thành phần này vốn đang được sử dụng tại châu Âu và châu Á nhiều năm nay.

Sự có mặt của tám thành phần này sẽ khiến kem chống nắng Mỹ trở nên cạnh tranh hơn và tốt hơn so với những phiên bản cũ của nó với công thức ổn định hơn, cấu trúc tiện dụng hơn và giá thành mềm mại hơn.

Trong khi chờ đợi các phiên bản mới từ Mỹ, bạn có thể xem xét các loại kem chống nắng đang thịnh hành của Kosé (dòng Sekkisei), hay Clarins uv plus, Murad Invisi-blur Perfecting Shield SPF 30, La Roche Posay Anthelios Aox Daily Antioxidant Serum with SPF 50 – đều là những sản phẩm chống nắng có công thức nhẹ nhàng, khô nhanh chóng, tiện lợi cho việc make up, không dính, không bết.

hắc chắn, DNA đóng một vai trò quan trọng trong cách mà bạn già đi: rất thâm khốc hoặc rất nhẹ nhàng. Tuy nhiên, có một tin tốt dành cho những ai không mấy thích thú khi nói về DNA: 90% những biểu hiện lão hoá có thể nhìn thấy như đốm nâu, sắc tố lại không đến từ DNA mà đến từ môi trường. Vậy thì thay đổi hành vi từ hôm nay có thể không cải thiện nhan sắc của bạn ngay lập tức, nhưng vài năm

Ô NHIỄM

Ô nhiễm có phải là mối đe dọa cho da hay không? Rất nhiều người không chắc về điều này. Ngay cả tôi. Tôi cho rằng ngày ngày đi qua con đường đầy bụi không ảnh hưởng gì nhiều đến da mặt, vì tôi tẩy trang rất kỹ vào buổi tối. Theo cuộc khảo sát năm 2014 của Olay/Procter & Gamble (P&G), có đến một nửa số phụ nữ Mỹ đồng ý với tôi: tức là coi ô nhiễm không ảnh hưởng gì nhiều tới da dẻ. So sánh với chúng tôi, phụ nữ Trung Quốc bị quan hơn nhiều. 100% phụ nữ Trung Quốc khi được hỏi đã khẳng định ô nhiễm đang tàn phá làn da của họ. Và họ đã đúng.

Các hạt trôi nổi (Particulate) là những hạt dạng lỏng hoặc rắn rất nhỏ trôi nổi trong không khí. Theo nghiên cứu của các nhà khoa học, những hạt có đường kính bé hơn 10 micromet là những hạt có thể bị con người hít vào khi thở, chúng sẽ tích tụ trên phổi, gây ra nguy hại cho sức khỏe. Những hạt có đường kính bé hơn 2,5 micromet là những hạt đặc biệt nguy hiểm bởi vì chúng xâm nhập trực tiếp vào các túi phổi. Các hạt này cũng là chỉ số để đo mức ô nhiễm của không khí.

Tiếp xúc thường xuyên với không khí chứa tỷ lệ cao các hạt trôi nổi sẽ khiến da bạn bị cạn kiệt vitamin E - một chất chống oxy hóa tự nhiên trong da. Vitamin E cũng như chất béo, giúp tạo ra rào cản của da, giữ độ ẩm và giữ da khỏi các chất kích thích. Thiếu vitamin E có nghĩa là bạn có nguy cơ cao bị xâm chiếm bởi các gốc tự do, gây ra nếp nhăn, tình trạng da không đều màu, da khô và viêm.

Và điều này không chỉ là lý thuyết suông: Nghiên cứu gần đây cho thấy rằng những người sống trong ô nhiễm nặng nề tại Mexico đã suy giảm 90% vitamin E trong da so với cư dân của Cuernavaca, một thị trấn lân cận ít ô nhiễm. Cũng trong một nghiên cứu của P & G, dân Trung Quốc sống tại những vùng đô thị bị ô nhiễm nặng có làn da khô đáng kể so với những người tại nông thôn.



Neutrogena Facial Cleansing Formula



Ducray Keracnyl Foaming Gel



Murad AHA/BHA Exfoliating Cleanser

The Body Shop Tea Tree Cool & Creamy Wash



Elizabeth Arden Prevage Anti-Aging Daily Serum



Paula's Choice Resist Super Antioxidant Concentrate Serum

SkinCeuticals C E Ferulic



Clinique Super Rescue™ Antioxidant Night Moisturizer



Clarisonic

Clarisonic

SỰ THAY ĐỔI KHÍ HẬU

Chưa khi nào vấn đề biến đổi khí hậu được xem xét một cách nghiêm túc như bây giờ. Tổ chức Khí tượng thế giới (WMO) thông báo năm 2015 là năm nóng nhất trong lịch sử. Mùa hè năm ngoái, hơn 2.500 người thiệt mạng ở Ấn Độ trong một đợt nóng kinh hoàng. Tại Pakistan, số người chết lên đến 2.000. Nhiệt độ tại một số nơi ở nước này lên đến 49 độ C. Nhưng đồng thời, một số khu vực trên trái đất cũng đạt mức lạnh kỷ lục chưa từng có. Đợt băng tuyết mùa đông vừa qua ở Việt Nam là một ví dụ tiêu biểu: chưa khi nào chúng ta có băng tuyết xuất hiện ở hơn 20 tỉnh thành như năm 2015.

Tin xấu là năm 2016 có thể còn vượt qua kỷ lục này. Sự nóng lạnh thất thường này, đồng nghĩa với việc tốc độ lão hoá sẽ tăng lên nhanh chóng, và biểu hiện rõ nhất là da. Sự lặp đi lặp lại của nhiệt độ cao trên da sẽ hình thành các gốc tự do, phá vỡ collagen, dẫn đến nhăn da và chảy xệ và có thể gây đốm tàn nhang. Trong nhiệt độ lên xuống thất thường, làn da thường bị khô đi, xạm đi, mất nước hay suy giảm các chức năng thông thường. Nhưng một điều tệ hơn, nó còn làm tăng mức độ hormone cortisol – những chất sẽ được tiết ra khi làn da bị căng thẳng và áp lực. Những chất này là nguồn gốc của những căn bệnh như viêm, mụn kéo dài đến vô tận ở những người trưởng thành.

Đó là lý do vì sao cha mẹ chúng ta có thể sống rất đơn giản, thậm chí không cần kem chống nắng, mà da vẫn đẹp, còn chúng ta thì không.

CHỐNG Ô NHIỄM BẰNG CÁCH NÀO?

1. Bước một là “hạn chế tiếp xúc da của bạn với không khí ô nhiễm nhiều nhất có thể”, theo Tiến sĩ Giuseppe Valacchi, Tiến sĩ, một nhà nghiên cứu hàng đầu về tác động của ô nhiễm trên da và phổi tại Đại học Ferrara ở Ý. Nhưng bạn không thể ở nhà cả ngày, đúng không?

Vậy thì, hãy sử dụng một sản phẩm giàu có các dưỡng chất chống oxy hoá để chống lại sự ô nhiễm. Trong thời tiết nóng, những sản phẩm giúp xoa dịu làn da và chống viêm chính là chìa khoá. Ngược lại, trong thời tiết lạnh, các mạch máu có thể bị teo lại và không cung cấp đủ

chất dinh dưỡng cho các tế bào da, vì vậy bạn cần phải tinh chỉnh các sản phẩm bảo vệ: ví dụ như kết hợp chất chống oxy hoá và kem dưỡng ẩm với ceramide để tạo ra một hàng rào chất lượng cho da vào buổi tối. Kính mắt và khẩu trang khi ra đường là hai sản phẩm thiết yếu, đừng quên.

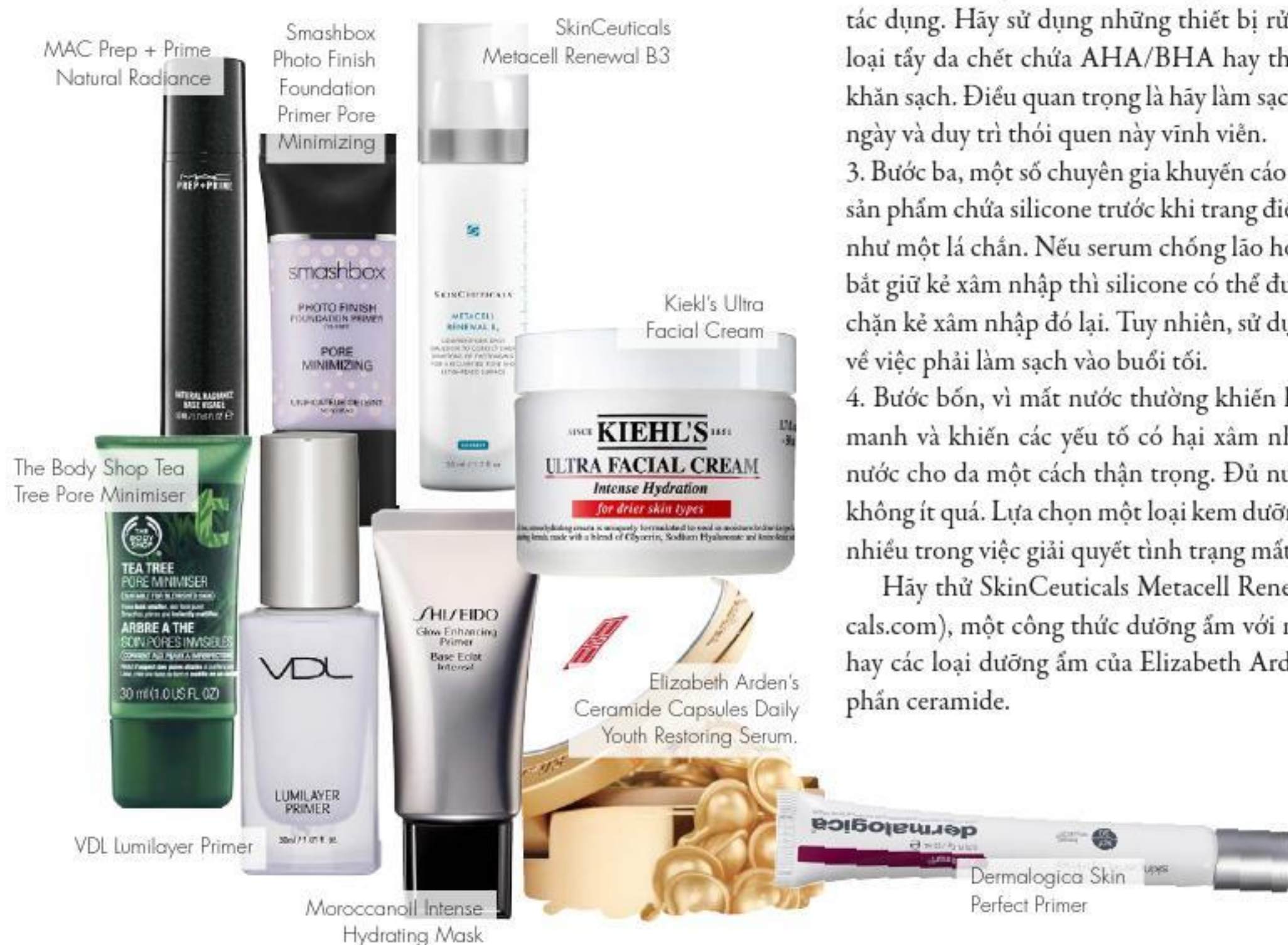
2. Bước hai là làm sạch da một cách thận trọng vào buổi tối. Làm sạch da tăng cường không có nghĩa là tối nào cũng tẩy da chết, mà bạn hãy tập trung vào khâu tẩy trang, ngay cả khi không sử dụng make up. Hai bước làm sạch với tẩy trang và sữa rửa mặt có thể khiến da mặt được làm sạch tốt hơn. Các hạt vật chất có thể đọng lại trên da, gây ra viêm nhiễm và ảnh hưởng đến khả năng giữ độ ẩm của da.

Và các hạt ô nhiễm không chỉ gây hại vì bản thân nó mà còn vì những hoá chất mà nó chuyên chở. Trong một nghiên cứu trên tạp chí *More*, người ta thấy một hạt bụi đô thị có thể mang trên mình nó hơn 200 loại hoá chất. Làm sạch với xà phòng và nước không có tác dụng. Hãy sử dụng những thiết bị rửa mặt như Clarisonic, các loại tẩy da chết chứa AHA/BHA hay thậm chí chỉ cần một chiếc khăn sạch. Điều quan trọng là hãy làm sạch khuôn mặt vào cuối mỗi ngày và duy trì thói quen này vĩnh viễn.

3. Bước ba, một số chuyên gia khuyến cáo rằng bạn nên sử dụng một sản phẩm chứa silicone trước khi trang điểm buổi sáng để hoạt động như một lá chắn. Nếu serum chống lão hoá hoạt động như cánh sát bắt giữ kẻ xâm nhập thì silicone có thể được ví như cánh cửa lớn để chặn kẻ xâm nhập đó lại. Tuy nhiên, sử dụng silicone cũng cần lưu ý về việc phải làm sạch vào buổi tối.

4. Bước bốn, vì mất nước thường khiến hàng rào da trở nên mỏng manh và khiến các yếu tố có hại xâm nhập, bạn nên cung cấp đủ nước cho da một cách thận trọng. Đủ nước, tức là không nhiều và không ít quá. Lựa chọn một loại kem dưỡng với ceramide sẽ giúp ích nhiều trong việc giải quyết tình trạng mất lipid của da.

Hãy thử SkinCeuticals Metacell Renewal B3 (\$ 110; skinceuticals.com), một công thức dưỡng ẩm với niacinamide (vitamin B3), hay các loại dưỡng ẩm của Elizabeth Arden vốn nổi tiếng vì thành phần ceramide.



LET'S HAVE A LIFE

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



The Yacht Concierge

92

5 SMARTWATCH



Smartwatch

“ I have great faith in fools - self-confidence my friends will call it ”
- Edgar Allan Poe

106

FOODPORN: BÁNH NGON CHO TRÀ CHIỀU



114

NAM TÍNH VS NỮ TÍNH TRONG DÉCOR



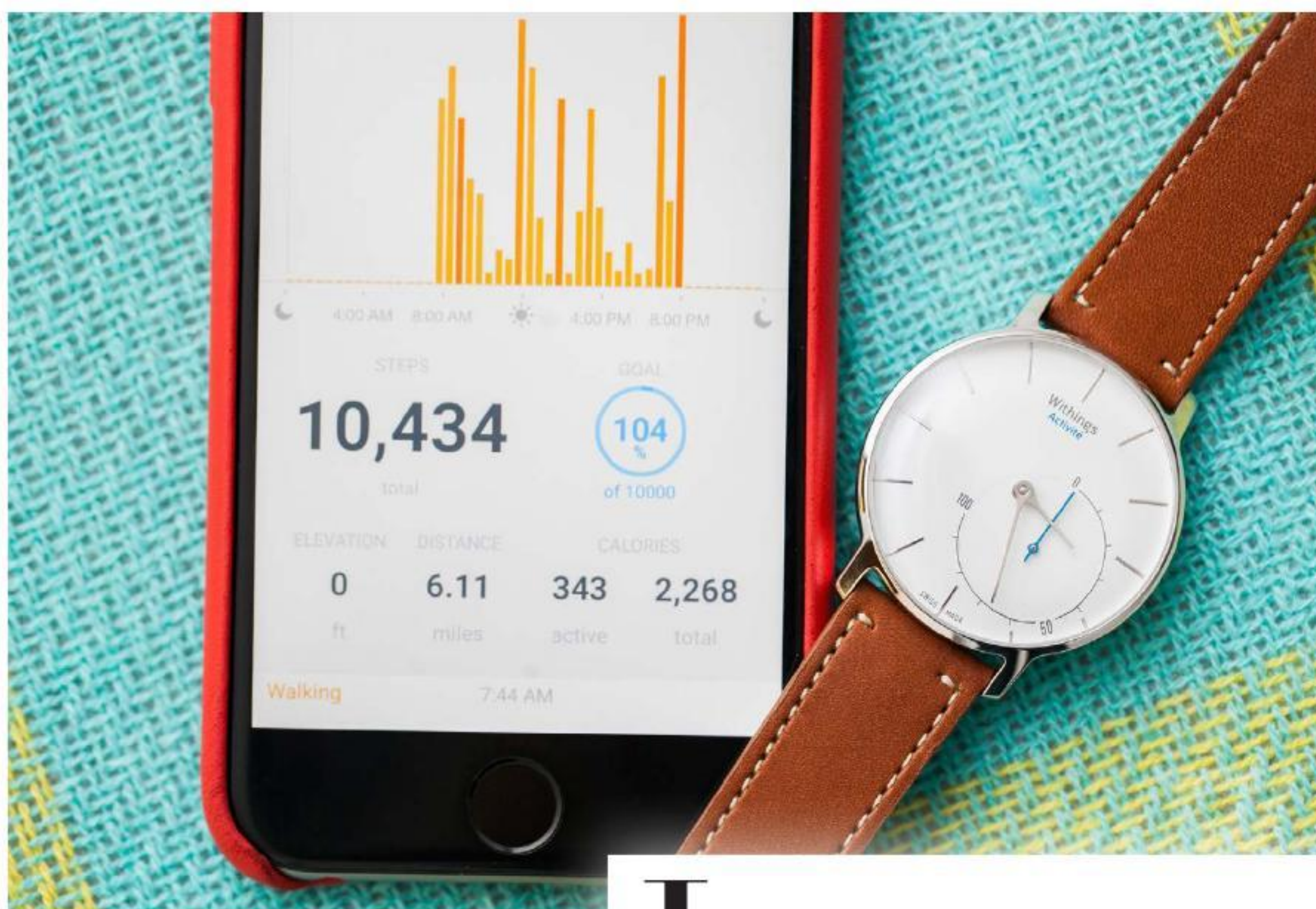
96

HÀNH TRÌNH TÌM KIẾM CHIẾC XE
HỜI MANG TÊN MÌNH



STYLE

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



WITHINGS ACTIVITÉ

Thông thường smartwatch trông vẫn khá to và thô nhưng với Withings 'Activité' thì hoàn toàn khác. Sản phẩm này có thiết kế rất thanh lịch, đẹp, nhỏ gọn và đặc biệt rất mỏng. Không giống như các sản phẩm khác trong danh sách này, Withings có lẽ ít chức năng của một smartwatch nhất, ngoại trừ các chức năng cơ bản như theo dõi hoạt động và giấc ngủ của người đeo chúng. Màn hình của máy được bảo vệ bằng kính sapphire, dây đeo bằng da bê của Pháp, khả năng chống nước lên tới 50m. Do đó, người dùng có thể sử dụng chiếc đồng hồ này thoải mái trong nước mà không sợ hỏng.

Smartwatch

Smartwatch đang là mốt, và điều này không chỉ đúng với các khách hàng nam giới mà cả những vị khách nữ giới yêu thích sự sành điệu và duyên dáng.

Nguyễn Mạnh Đức



CONNECTED (TAG HEUER)

Về chất liệu, Tag Heuer Connected là chiếc smartwatch đầu tiên có vỏ ngoài làm bằng titanium (móc gắn dây cũng làm bằng titanium). Mặt kính đồng hồ được làm từ tinh thể sapphire siêu bền. Tag Heuer Connected dùng dây đeo bằng cao su, có lẽ họ nhắm đến đối tượng sẽ tập thể thao hay di chuyển nhiều hơn. Sẽ có 7 màu dây cao su khác nhau, gồm: xanh lá, xanh dương, cam, đỏ, trắng, đen và vàng. Về cấu hình, Tag Heuer Connected không phải là một chiếc smartwatch quá mạnh mẽ. Smartwatch Thụy Sĩ này sở hữu màn hình kích thước 1,5-inch, đường kính mặt 46mm. Tag Heuer Connected dùng chip xử lý của Intel, lõi kép, xung nhịp 1,6GHz, RAM 1GB, bộ nhớ trong 4GB, pin 410mAh. Thiết bị vẫn bao gồm đầy đủ các kết nối như Bluetooth, Wi-Fi và có trang bị microphone để thực hiện các chức năng liên quan đến giọng nói.

HUAWEI WATCH JEWEL

Một nhà sản xuất smart watch được cho là nghiêm túc, tìm cách thu hút khách hàng nữ phải kể tới Huawei. Chiếc đồng hồ Huawei Watch Jewel mà bạn nhìn thấy ở đây là một sản phẩm kỹ thuật đẹp đẽ, được nạm đá quý quanh màn hình tròn. Bên trong, phiên bản đặc biệt này không khác gì cấu hình của một chiếc Huawei Watch tiêu chuẩn. Đồng hồ có cấu hình 512MB RAM, 4GB bộ nhớ, pin 300mAh, và các cảm ứng.



Q WANDER VÀ Q MARSHAL (FOSSIL)

Fossil vừa mở rộng dòng sản phẩm đồng hồ thông minh chạy Android Wear với 2 sản phẩm mới là Q Wander và Q Marshal. 02 sản phẩm này sẽ lên kệ cuối năm với giá 275 USD. Cả 2 chiếc đồng hồ mới có dáng nhỏ hơn Q Founder. Trong đó, Wander sở hữu mặt đồng hồ 44 mm. Còn Marshal sở hữu mặt 46 mm. Wander có thiết kế nữ tính hơn với màu vàng, dáng mềm mại, cùng với đó là dây đeo bằng da có thể hoán đổi. Trong khi đó, Q Marshal có viền màu xanh hải quân, dây đeo bằng da dạng cổ điển. Về mặt tính năng, Q Wander và Q Marshal không khác biệt so với Q Founder (và tất cả các đồng hồ chạy Android Wear khác) với hình tròn, màn hình cảm ứng luôn sáng. Fossil cho biết, 2 chiếc smartwatch mới sẽ lên kệ cùng với bộ sạc không dây mới, mỏng hơn so với Q Founder.



SMARTWATCH 3 (SONY)

Đồng hồ Sony Smartwatch 3 là chiếc đồng hồ thông minh đầu tiên của Sony sử dụng hệ điều hành Android Wear với rất nhiều cải tiến. Sony đã trang bị 01 micro, cùng hệ điều hành Android Wear thông minh giúp nhận diện giọng nói. Bạn hãy cho Sony Smartwatch 3 biết bạn muốn gì và thiết bị sẽ thực hiện. Với Đồng hồ Sony thế hệ thứ 3 (SWR50) bạn không bao giờ bỏ lỡ điều gì. Bạn cảm nhận khi có cuộc gọi, tin nhắn hoặc thông báo đến. Xem mọi thứ diễn ra trên điện thoại hiện diện ngay trên tay bạn và những điều bạn cần trong nháy mắt. Nó cung cấp thông tin cụ thể hữu ích và có liên quan khi bạn di chuyển. Dù bạn đang trên xe, đang trong công viên hay trong giờ làm việc, hay bất cứ đâu SW3 sẽ là người bạn đồng hành và thể hiện phong cách đẳng cấp của bạn.





6 cool gadget

Cùng Style lựa chọn những thiết bị công nghệ thú vị cho tháng này!

Nguyễn Mạnh Đức

L BỘ ĐÔI CHO CÁC CÔ NÀNG THỜI THƯỢNG

Có hai lựa chọn dành cho bạn tới từ đất nước Thụy Điển – quê hương của H&M, Ikea, Lykke Li và ABBA là Happy Plugs Earbuds và Sudio Vasa BLÅ. Trong đó, âm thanh của Happy Plugs Earbuds khá ổn, còn thiết kế thì khỏi chê bởi phong cách Scandinavi. Tuy nhiên, nếu muốn thời thượng hơn thì lựa chọn của bạn chính là Sudio Vasa BLÅ. Cả âm thanh và thiết kế đều vượt trội hơn hẳn so với Happy Plugs Earbuds.



3 MÁY ẢNH CHO NHỮNG NGƯỜI THÍCH THIẾT TÍNH:

Instax Mini 70 của Fujifilm sở hữu kiểu dáng khá lạ so với các phiên bản tiền nhiệm. Phía trước máy ảnh này có 1 chiếc gương nhỏ để người dùng có thể selfie (chụp ảnh để người dùng có thể đăng. Người dùng sẽ có 3 lựa chọn màu sắc cho Instax Mini 70 là trắng, vàng và xanh. Cài tiền đăng chủ nhất trên Mini 70 là Auto Exposure Control - tính năng điều chỉnh độ sáng - cho phép máy có thể chụp đúng thời cả chủ thể lẫn cảnh nền, sau đó ghép chúng lại để in ra một bức ảnh có độ sáng tự nhiên cũng như chất lượng tốt nhất.



4 QICYCLE: XE ĐẠP THÔNG MINH

Mỗi đây nhất thì hãng sản xuất smartphone của Trung Quốc, Xiaomi tiếp tục ra mắt một sản phẩm mới, đó chính là chiếc xe đạp có tên QiCycle được trang bị từ sợi carbon và chỉ nặng có 7kg. Nó thiết bị đo lường khác, kết nối thông qua smartphone để bạn có thể giám sát được mọi chuyển động của mình. Như vậy, chiếc xe đạp QiCycle là một sản phẩm hoàn toàn khác. Trong khi Xiaomi vẫn trung thành với việc sản xuất những sản phẩm công nghệ có giá rẻ, thì một chiếc xe đạp có giá tới 3.000 USD thực sự là một tin sốc.



5 SONY'S MDR-AS800AP: TAI NGHE CHO CÁC TÍN ĐỒ TẬP GYM

Nếu bạn yêu thích những âm thanh thuần khiết nhiều như việc đổ mồ hôi trên sàn tập, mẫu loa MDR-AS800AP của Sony chính là sản phẩm dành cho bạn. Mẫu loa bên bị này có độ chống thấm tuyệt vời và không ngại gì những giọt mồ hôi của bạn. Tai nghe cũng đi kèm với một điều khiển và một mic tích hợp bên trong, cho phép bạn có thể ra lệnh cho thiết bị của mình mà không cần bỏ dở động tác.



2 SKULLCANDY UPROAR WIRELESS: TAI NGHE CHO NHỮNG CÔ NÀNG HOẠT BẤT

Một sản phẩm dành cho những cô nàng hoặc những anh chàng ghét sự trôi nổi, nghe có thể kết nối với điện thoại, máy tính qua cổng Bluetooth cho phép hoàn toàn tạm biệt những khó chịu từ kết nối có dây trôi nổi. Âm thanh của thiết bị cũng rất hoàn hảo với âm bass vô cùng rõ nét.





HÀNH TRÌNH TÌM KIẾM CHIẾC XE HƠI MANG TÊN MÌNH

Ngày nay, sở hữu một chiếc xe hơi cho riêng mình là mong ước của hầu hết chị em phụ nữ. Chiếc xe hơi mà mỗi người mơ ước đều phản ánh phần nào cá tính riêng của họ. Vì vậy, để hiểu một người phụ nữ, hãy xem cách họ chọn xe.

T

rước kia, xe hơi không phải là mối quan tâm của chị em, bởi vì nó đơn thuần chỉ là một phương tiện phục vụ đi lại - công việc vốn chỉ dành cho nam giới. Thị trường xe khi ấy cũng giản đơn với số lượng mẫu xe hạn chế. Còn thời đại ngày nay, ngành công nghiệp ô tô ngày càng phát triển mạnh mẽ, các hãng xe cạnh tranh nhau trong từng cải tiến công nghệ và mẫu mã, đã tạo nên một thị trường ô tô phong phú và đa dạng. Chiếc xe hơi cũng vì thế trở thành một món đồ trang sức thể hiện cá tính của người sở hữu. Và phụ nữ, những người vốn đam mê đồ trang sức, cũng bắt đầu quan tâm đến xe hơi.

Dưới đây là một số mẫu xe hơi phù hợp với phong cách thời trang và cá tính riêng của phái đẹp.

FORD FIESTA – NHỎ NHẪN VÀ LINH HOẠT

Mang dáng vẻ nhỏ nhắn, hiện đại pha chút thể thao cùng hệ thống các công nghệ trợ lái thông minh, chiếc Fiesta được xem là lựa chọn phù hợp nhất với phụ nữ trẻ năng động và yêu thích công nghệ cao. Xe sử dụng động cơ Ford EcoBoost “nhỏ nhưng có võ” với ưu thế lớn nằm ở hiệu suất vận hành cao và sự êm ái. Động cơ này giúp tiết kiệm nhiên liệu đến 20% nhưng lại đạt mức công suất của một động cơ truyền thống với dung tích lớn hơn. Nhờ vậy, Fiesta mới là lựa chọn tốt cho nhu cầu đi lại hàng ngày của phái đẹp.

Bên cạnh đó, chiếc xe cũng được trang bị hàng loạt hệ thống tự động thông minh như đèn pha và cần gạt nước tự động bật khi mưa, chìa khóa cảm ứng tự động mở cửa khi đứng gần, hệ thống lái trợ lực điện duy trì tốc độ ổn định dựa theo cảm nhận về điều kiện đường sá và lực gió. Tất cả đều nhằm tới một mục đích: đảm bảo an toàn và tiện lợi nhất có thể khi vận hành!



FORD FOCUS – TIỆN NGHI VÀ TINH TẾ

Phá vỡ ranh giới giữa vẻ tinh tế Á Đông và sự mạnh mẽ của châu Âu là miêu tả thích hợp cho Ford Focus. Đây là chiếc xe hơi phù hợp với những phụ nữ yêu thích sự tinh tế trong kiểu dáng nhưng lại mạnh mẽ và giản đơn trong vận hành.

Ford Focus sở hữu nét rắn rỏi điển hình của Ford cùng hệ thống vận hành phức tạp được tinh giản, tính thẩm mỹ và sự mềm mại được bù vào. Mẫu xe này được trang bị hộp số tự động 6 cấp ly hợp kép hoàn toàn mới, khỏe khoắn và đầy đủ hệ thống lái trợ lực thông minh như Fiesta.



FORD ECOSPORT – NĂNG ĐỘNG, TRẺ TRUNG

EcoSport là chiếc xe dành cho những cô nàng năng động, trẻ trung với tình yêu thể thao và dã ngoại. Được ví như phiên bản “gầm cao” rộng rãi hơn của Fiesta, EcoSport sở hữu đầy đủ tính năng đáp ứng nhu cầu hàng ngày của môi trường đô thị cũng như những chuyến du lịch cuối tuần. Bên cạnh khả năng vận hành mạnh mẽ và hệ thống hỗ trợ lái thông minh như người anh em Fiesta, mẫu xe này mang dáng vẻ khỏe khoắn và tròn đầy của dòng SUV. Với khoảng sáng gầm xe lên tới 200 mm, EcoSport có khả năng nuốt gọn mọi loại ổ gà, gờ giảm tốc và chướng ngại vật thông thường một cách nhẹ nhàng và êm ái. Bên cạnh đó, EcoSport còn trang bị đến 20 ngăn chứa đồ, có cả hộp lạnh dự trữ nước mát và đồ ăn. Những đặc điểm thiết kế này của EcoSport rất hoàn hảo với những cô nàng năng động, yêu thể thao và thường xuyên có những hành trình đáng nhớ cùng bạn bè.



FORD EVEREST – TIỆN NGHI, MẠNH MẼ

Vốn dĩ là một SUV bảy chỗ hoàn chỉnh, Everest không chỉ sở hữu ngoại hình ấn tượng và hiện đại mà còn có năng lực vận hành tuyệt vời – cho phép chinh phục những địa hình khắc nghiệt và vượt qua chướng ngại vật bất ngờ. Cùng với không gian nội thất rộng rãi, chiếc xe đặc biệt phù hợp để chị em phục vụ cho nhu cầu của cả gia đình cũng như công việc.

Về mặt kỹ thuật, sự hiện diện của động cơ thông minh vượt bậc tích hợp hệ thống kiểm soát xuống dốc và hỗ trợ khởi hành ngang dốc, hệ thống cảnh báo và duy trì làn đường, kiểm soát tốc độ tự động và cảnh báo va chạm phía trước, Ford Everest đảm bảo an toàn tuyệt đối cho mọi hành khách có mặt trong khoang ngay cả khi sử dụng trên địa hình hiểm trở. Có thể nói, đây là sự lựa chọn hoàn hảo nhất cho cả gia đình trong mọi chuyến đi chơi xa.



FORD RANGER - GAI GÓC VÀ CHINH PHỤC

Được mệnh danh là chiếc xe gai góc và cơ bắp nhất của Ford, dòng sản phẩm bán tải Ranger chỉ thực sự được là chính mình khi được thể hiện ở những khu vực hiểm trở khó khăn và khắc nghiệt nhất. Khối động cơ dầu Diesel 3.2L TDCi với sức kéo mạnh mẽ đảm bảo khả năng chinh phục địa hình ấn tượng, tăng tốc đầy hưng phấn trong khi vẫn duy trì mức sử dụng nhiên liệu thấp. Trong khi đó, hệ thống cân bằng điện tử giúp kiểm soát tốc độ ổn định khi vượt địa hình, đồng thời khả năng lội nước lên đến 800 mm giúp Ranger dễ dàng vượt qua mọi cung đường khắc nghiệt nhất. Với những đặc trưng gai góc như vậy, chiếc xe chỉ thực sự lôi cuốn với các cô nàng cá tính mạnh, am hiểu về xe, đam mê tốc độ và chinh phục địa hình.

KẾT

Có thể thấy với tiêu chí không ngừng nghiên cứu và chiều lòng người tiêu dùng, sẽ hiếm có hãng xe hơi nào trên thế giới lại dành sự ưu ái đặc biệt đối với phái đẹp như Ford khi cho ra đời đa dạng các dòng xe với tính năng và thiết kế đa dạng. Mỗi trong số này đều có những nét riêng phù hợp với từng hình mẫu người phụ nữ - dù đó là nàng tiểu thư mong manh yếu điệu hay cô gái cá tính đầy mạnh mẽ.

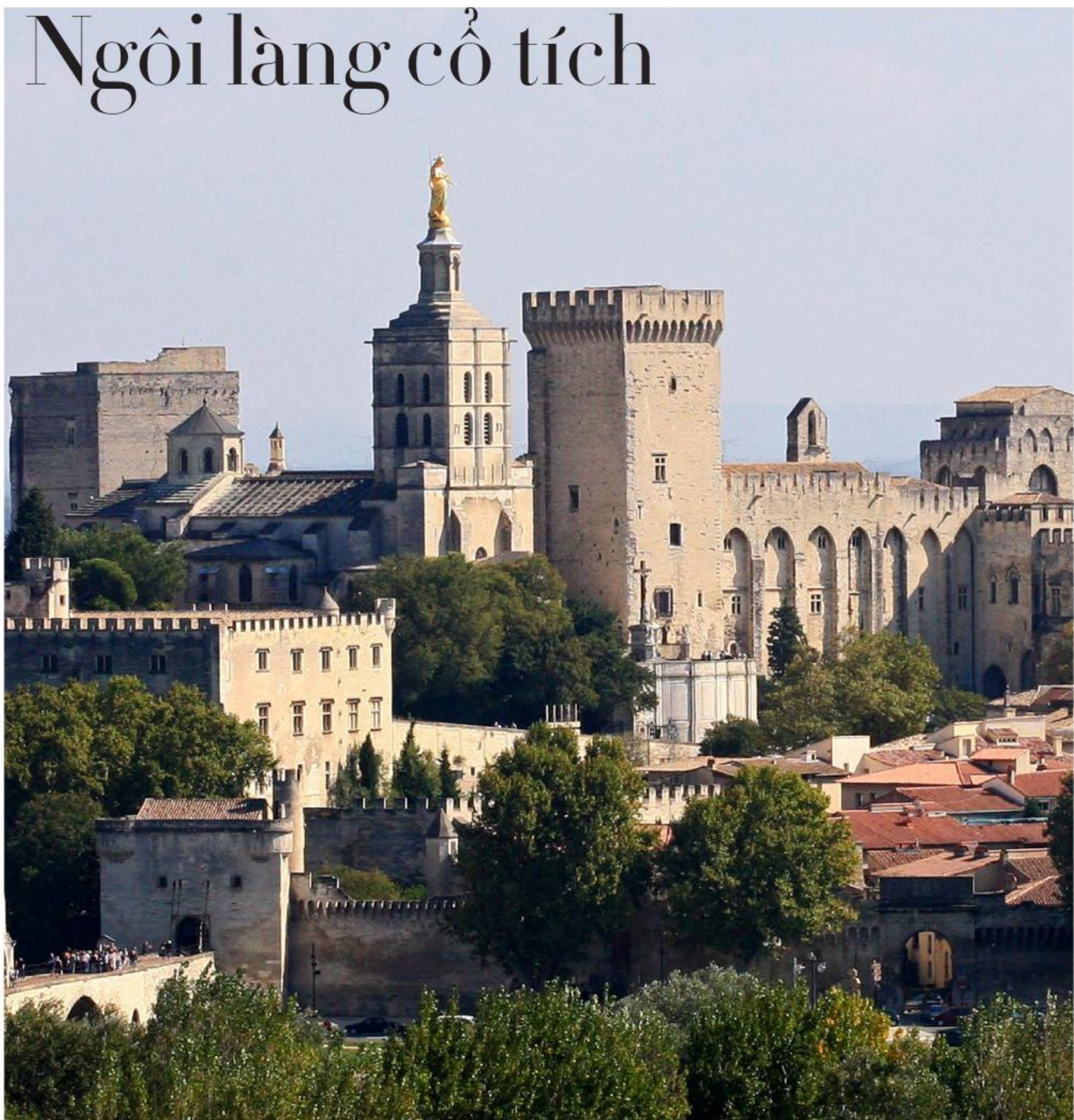


HANOI OFFICE

Unit 201, 2nd Floor, Hanoi Tower, No.49 Hai Ba Trung Str, Hoan Kiem District, Hanoi, Vietnam
T: +84 4 39416666 | F: +84 4 39368338
E: info@paradisevietnam.com | W: www.paradisevietnam.com

SAINT-EMILION

Ngôi làng cổ tích



Nếu đang ở Pháp, và muốn trải nghiệm một không gian giống như trong những trang sách của các tác giả như Alexandre Dumas hay Walter Scott, vậy thì hãy thẳng tiến tới một trong những “thánh địa” của rượu vang Saint-Emilion ở Bordeaux!

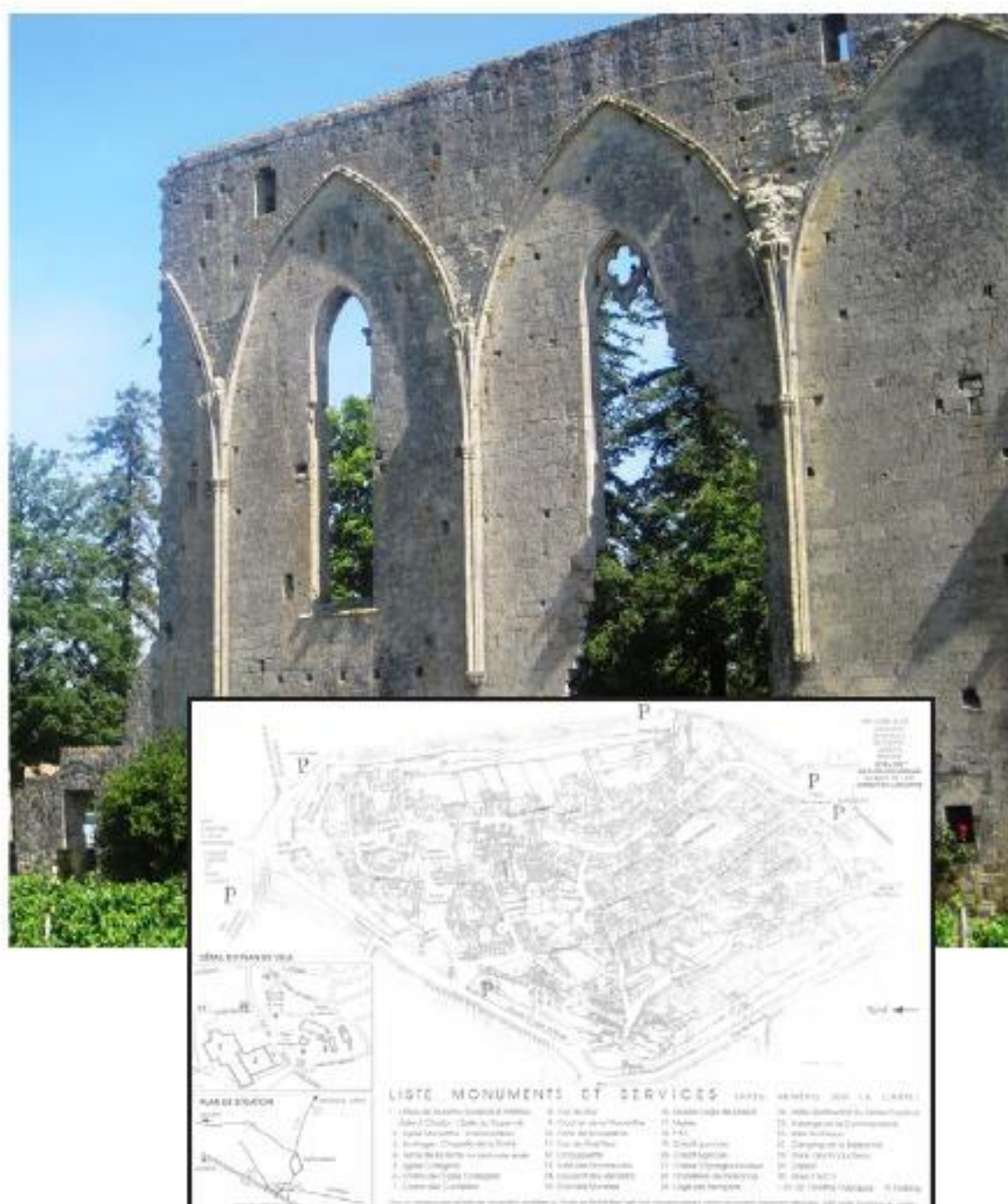


Vậy là bạn đang ở Saint-Emilion, vùng Tây Nam nước Pháp – nơi có khí hậu đặc trưng, rất phù hợp với việc trồng nho. Chẳng thế mà Saint-Emilion có vô số nhà trồng nho chính, tới mức chỉ điểm sơ qua cũng đã có tới 23 nhà làm vang, từ nhà CH. La Dominique ở cực Tây Bắc của vùng (hướng 11 giờ) tới CH. Lacis Ducasse ở góc Đông

Nam của vùng (hướng 5 giờ). Hay đặc biệt hơn là CH. Cheval Blanc nằm sát cạnh CH. La Dominique rất nổi tiếng; vào những mùa nho đặc biệt và được trữ đủ lâu để trở thành rượu quý, một chai Cheval Blanc có giá đến vài ngàn euro.

CH là viết tắt của Chateau, hay lâu đài. Ở Pháp, mỗi nhà làm vang thường là một lâu đài cổ với tuổi đời ít thì cũng lên tới hàng trăm năm. Đây chính là lý do, tại sao người viết bài nói rằng, tới Saint-Emilion là bạn đang chạm tay vào những trang tiểu thuyết của Walter Scott hay Alexandre Dumas. Còn muốn khám phá chúng, đơn giản, hãy đặt lịch với các nhà làm vang và bạn sẽ không thất vọng bởi quyết định của mình. Bạn sẽ như được sống lại với thời kỳ Trung Cổ khi rượu chảy tràn vào mỗi dịp các hiệp sỹ quay trở về từ các cuộc Thập Tự Chinh. Mỗi nhà làm vang (theo cách gọi của một trong những người chuyên viết về vang là các “lò vang”) sở hữu rất nhiều ruộng nho. Chính bởi vậy, chưa cần ra khỏi thành phố, bạn đã thấy những cánh đồng nho trải dài ngút ngàn. Nó giống như cảm giác bạn nhìn thấy một đường chân trời màu tím khi tới với Provence. Được biết, Saint-Emilion có 13 cánh đồng nho xếp hạng “premier grand cru classe” và 55 cánh đồng nho xếp hạng “grand cru classe”. Xen lẫn đâu đó là những điểm nhấn của văn minh đô thị với những con đường nhựa cắt ngang những cánh đồng. Còn những hàng dài xe hơi thì đỗ bên ngoài cổng những tường thành như một bức tranh chân thực về sự hoà hợp giữa quá khứ và hiện tại. Và đó không phải là điều bạn có thể dễ dàng bắt gặp ở những nơi khác trên thế giới.

Làng Saint-Emilion hiện ra với những đám dây leo xanh vươn dài trên những bức tường đá, quán quít nâng niu những bảng hiệu cổ xưa nhìn xuống những con đường dốc nhỏ. Điểm chung của các bảng hiệu của Saint-Emilion, một thánh địa của rượu vang, là luôn có cảnh mùa vụ rộn ràng. (Khá giống với cách chơi tranh của những nhà buôn bán ở Hà Nội, thường treo trong nhà những bức tranh về những vụ mùa.) Bởi nho và rượu vang chính là không khí, là nguồn sống của mảnh đất này. Saint-Emilion có thể xem là một rẻo đất nhỏ tới mức không thể nhỏ hơn, tính toàn bộ vùng phụ cận dân số cũng khoảng ở mức 6.000 người (bằng 1/1250 dân số Hà Nội) nhưng sản xuất ra khoảng 50 triệu lít rượu vang mỗi năm. Càng đúng hơn, nếu bạn biết rằng, nghề trồng nho và làm rượu ở đây đã có lịch sử gần hai ngàn năm, với các ruộng nho đầu tiên được trồng từ thời La Mã, thế kỷ thứ 2 sau Công nguyên.



Giống như những địa danh khác ở châu Âu, Saint-Emilion cũng có những con đường nhỏ lát đá với những con dốc thoải dành cho những người yêu thích tản bộ. Đâu đó trên những cung đường là những khu giếng giặt cổ, nước trong veo nơi mọi người xưa thường đến để giặt giũ. Còn ngày nay? Đây chính là những điểm nghỉ chân cho khách du lịch. Thỉnh thoảng, bạn có thể bắt gặp những tiệm rượu với những kẻ khác nhau từ đơn giản thậm lạng tới được trưng bày bắt mắt và sơn màu sắc sỡ để thu hút du khách. Bên trong những cửa hàng đó luôn là một hầm rượu quý với hàng trăm thùng gỗ sồi đang chờ được khám phá thưởng thức...

Nằm trên địa hình đồi nên Saint-Emilion có rất nhiều đường dốc khá cao. Leo ngược những con dốc này không dễ, nhưng cho ta một góc nhìn thú vị. Từ đây, khách du lịch sẽ thấy những con đường mòn chạy dài thoải thoải về phía xa. Bên trái là những mái ngói lô xô màu gạch và một tháp chuông nổi bật trên nền trời. Bên phải là những đoạn tường cũ và vết tích của tu viện các soeur dòng Ursule. Trước thêm tu viện giờ đã bỏ hoang là một vườn nho nhỏ... Những mẫu ruộng nho như thế chỉ rộng khoảng vài trăm mét vuông, thật không là gì so với những cánh đồng nho mênh mông quanh vùng; chúng hiện diện nhiều nơi trong thị trấn, để cho ta cảm giác đó là những vườn nho tự phát và chuyện làm rượu ở đây khá dễ dãi. Nhưng chớ xem thường, rất có thể đây là vườn nho đạt quy chế "grand cru", phẩm cấp cao nhất của rượu vang Pháp.



THÁNG TƯ TRI ÂN

1 – 30/4/2016

Thứ Hai – thứ Bảy

Hãy để chúng tôi giúp Quý vị tỏ lòng tri ân với thư ký và những người cộng sự trong tháng Tư này. Thực đơn đặc biệt cùng với Ưu Đãi “Mua 4 Trả 3” đã sẵn sàng chào đón Quý vị.

Một cơ hội cùng nhau thưởng ẩm với thực đơn buffet đa dạng, thiết kế dành riêng cho dịp Lễ tháng Tư với hơn 100 món Âu, Á, hải sản cao cấp.

BUFFET TRƯA

VND 550,000++/Người

11:30 – 14:30



- Ưu đãi không áp dụng cùng với các chương trình giảm giá, khuyến mãi khác
- Chương trình dành cho khách hàng dùng buffet trưa tại nhà hàng Atrium, không áp dụng cho khách tiệc và hội nghị
- Vui lòng liên hệ nhà hàng để đặt chỗ trước

Để đặt chỗ, vui lòng gọi (08) 3823 3333 - máy lẻ. 189,190
++ Giá chưa bao gồm 5% phí phục vụ và 10% thuế GTGT.

Trở lại khu vực trung tâm, những tiệm ăn nhỏ với những mái hiên xinh xinh là những điểm thú vị để nghỉ chân. Tại đây, du khách sẽ có thể nhâm nhi những ly vang đỏ và cảm nhận cái đặc trưng của khí hậu vùng Tây Nam nước Pháp, cùng lúc đó ngắm cảnh những công trình kiến trúc không xa. Từ quảng trường trung tâm, du khách có thể thấy ngọn tháp Vua (la tour du Roy) sừng sững, phần còn lại của pháo đài xây dựng vào thế kỷ 13 dưới thời vua Henry III. Tháp chuông nhà thờ và tháp Vua là hai công trình có thể nhìn thấy từ bất cứ vị trí nào trong làng. Đỉnh tháp Vua cũng là nơi lý tưởng để quan sát toàn cảnh Saint-Emilion và vùng phụ cận.

Một trong những công trình ấn tượng nhất của vùng là Nhà thờ Đá Nguyên Khối (eglise monolithe de Saint-Emilion). Công trình được khoét ngăm trong đá. Nhìn từ bên ngoài thật khó hình dung tầm vóc của nó: 15 ngàn mét khối đá được đục đi để tạo thành công trình nhà thờ đá nguyên khối lớn nhất châu Âu. Trừ tháp chuông được xây chồng lên trên, toàn bộ nhà thờ với gian lễ chính, các gian phụ, nhà nguyện, bệ thờ, mái vòm, cột đỡ,... đều đục nguyên khối trong đá. Một số không gian của nhà thờ bao gồm gian lễ chính, nhà nguyện Thánh Ba Ngôi cũng được xếp hạng di tích riêng biệt. Bản văn cổ khắc trên trụ đỡ mái vòm thứ ba cho biết công trình được thực hiện trong khoảng cuối thế kỷ 11, đầu thế kỷ 12, bởi các tu sĩ dòng thánh Saint Benoît trở về đây sau cuộc tập tị chinh thứ nhất. Dưới nhà thờ còn có khu hầm mộ cổ cũng là một di tích lịch sử. Trong các ngách hành lang sâu dưới mặt đất, các thi hài được đặt vào quan tài đá và xếp vào vách đá, là cách mai táng phổ biến của Thiên Chúa giáo thời Trung cổ.

Saint-Emilion đã chứng kiến nhiều thăng trầm lịch sử. Không kể các nhà thờ vẫn là nơi hành lễ, một số di tích ngày nay đã trở thành điểm tham quan, số khác thì trở nên hoang phế. Những truyền thống vẫn luôn được giữ gìn và tiếp nối. Theo một nghi thức có từ cuối thế kỷ 13, vào tháng Chín hằng năm, các vị chức sắc trong bộ áo thụng đỏ lại điều hành qua các phố trước khi lên Đỉnh tháp Vua để long trọng tuyên bố bắt đầu mùa hái nho. Một lần nữa, các hầm rượu ở Saint-Emilion lại sẵn sàng cho một mùa vang mới.





DIMSUM HONGKONG

ĐÀU BẾP 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



Nhà văn Mỹ nổi tiếng Henry James từng nói: “Có rất ít thời khắc trong đời dễ chịu như khoảng thời gian dành cho trà chiều”. Trà ngon phải đi kèm cùng bánh ngon. Với một chút khéo léo, bạn có thể tự làm những chiếc bánh ngon lành, xinh xắn để đãi khách quý đấy!

Bánh ngon cho trà chiều

BÁNH TART VỊ DỪA



NGUYÊN LIỆU

- + 300gr bột mì, rây mịn
- + 50gr sữa bột
- + 200gr bơ
- + 25gr đường bột, rây mịn
- + 2 lòng đỏ trứng
- + một chút muối
- + 250gr hỗn hợp dừa

THỰC HIỆN

- + Kem, muối, đường bột, lòng đỏ trứng, đánh cho đến khi thành kem.
- + Thêm bột và sữa bột. Đặt cục bột trong tủ lạnh trong vòng nửa tiếng
- + Lấy bột ra khỏi tủ lạnh, nhào bột thành một quả bóng, quét hỗn hợp dừa lên trên
- + Đặt những quả bóng nhỏ lên khay nướng, quét thêm một ít lòng đỏ trứng gà lên phần đỉnh của bánh tart dừa.
- + Làm nóng lò nướng khoảng 180°C và nướng trong vòng 20-25 phút.



SCONE BƠ VỊ MƠ



NGUYÊN LIỆU

- + 1 chén sữa lạnh nguyên chất
- + ¼ chén đường cát
- + 1 muỗng cà phê muối biển
- + 3 chén bột đa dụng
- + 2½ muỗng cà phê bột nở
- + 12 muỗng canh bơ nhạt để tủ lạnh, cắt nhỏ
- + ½ chén mơ khô, cắt hạt lựu
- + 1 chén đường bột (confectioners' sugar)
- + ¼ muỗng cà phê chiết xuất hạnh nhân
- + 1 muỗng canh nước ấm

THỰC HIỆN

- + Trộn đều bột với bột nở
- + Khuấy đều hỗn hợp đường, sữa và muối
- + Cắt bơ lạnh thành từng miếng cỡ hạt đậu rồi thêm sữa
- + Khuấy bằng cây đánh trứng cho đến khi khối bột mềm và dính lại
- + Cán đều bột lên một bề mặt phẳng có rắc chút bột khô. Quết lên trên một lớp bơ mềm. Rắc lên trên cùng một lớp mơ khô băm nhỏ. Gấp bột như gấp phong bì theo tỉ lệ 1/3.
- + Gập đôi bột lại theo chiều ngang, ép chúng lại với nhau, nhẹ nhàng dần đều thành một hình chữ nhật theo tỉ lệ 8x4
- + Cắt khối bột thành 8 phần bằng nhau và nướng
- + Phết bánh vừa nướng xong với bơ tươi, một chút kem bột vị hạnh nhân.





KHÁM PHÁ ẨM THỰC PHÁP GOUT DE FRANCE TẠI LE BEAULIEU

Ngày 21/03, hàng nghìn đầu bếp khắp nơi trên thế giới sẽ chuẩn bị một “bữa tối kiểu Pháp” tại các nhà hàng và các Đại sứ quán của Pháp ở hơn 100 quốc gia để tôn vinh ẩm thực Pháp. Tại Việt Nam, ẩm thực Pháp có sự hiện diện đặc biệt của 17 đầu bếp uy tín trong nước trong đó có sự góp mặt của Olivier Genique – Bếp trưởng nhà hàng Le Beaulieu của khách sạn Sofitel Legend Metropole Hà Nội. Các đầu bếp sẽ chuẩn bị một thực đơn “kiểu Pháp” bao gồm một món khai vị truyền thống của Pháp, món chính (thịt bò, cừu hoặc gia cầm), món pho mát, món tráng miệng sô cô la và vang... Sự đa dạng ẩm thực Pháp sẽ được tôn vinh, từ ẩm thực thể loại “bistro” vừa phải đến ẩm thực cao cấp.



Nhà hàng Nhật Yoshino
2A-4A Tôn Đức Thắng, Q1,
TP.HCM
T +84.8.3823.3333,
Máy lẻ: 222
www.lottehotel.com/saigon

KHÁCH SẠN LOTTE LEGEND SAIGON CHÀO ĐÓN ĐẦU BẾP NHẬT

Với 35 năm kinh nghiệm trong ngành ẩm thực, ông Fukuzato được đánh giá là một chuyên gia ẩm thực Nhật Bản có chuyên môn về ẩm thực hiện đại, nóng, lạnh và tươi sống. Với kinh nghiệm lâu năm và chuyên môn cao, ông được ủy nhiệm đảm trách ẩm thực cho các đoàn khách Chính Phủ cấp cao đến từ các nước trên thế giới. Với vai trò mới tại Lotte Legend Saigon – bếp trưởng nhà hàng Nhật, ông Hirokatsu Fukuzato sẽ đảm nhiệm ẩm thực cho nhà hàng Yoshino, cùng ekip thực hiện và giới thiệu đến khách hàng thực đơn truyền thống Nhật Bản Kaiseki. Từ ngày 15/3 – 30/4, thực khách dùng tối tại nhà hàng Yoshino có cơ hội thưởng thức thực đơn Kaiseki do chính đầu bếp Nhật Fukuzato thực hiện qua chương trình “Thưởng ẩm cùng đầu bếp”. Mỗi món ăn sẽ là một câu chuyện.

HANGOUT CORNER



LỄ HỘI ẨM THỰC HÀN QUỐC

Những người yêu ẩm thực, đặc biệt là ẩm thực Hàn Quốc sẽ có thêm một địa chỉ mới để lựa chọn trong tháng Ba này: “Lễ hội ẩm thực Hàn Quốc” diễn ra tại khách sạn Crowne Plaza West Hanoi từ 25 - 31 tháng Ba năm 2016 với sự tham gia của đầu bếp khách mời Sang Geun Bae đến từ khách sạn Holiday Inn Gwangju, Hàn Quốc. Ẩm thực của xứ sở kimchi vốn nổi tiếng về sự phong phú và tươi ngon của nguyên liệu. Cũng như người Việt, người Hàn Quốc tin rằng, mùa nào thì thức nấy, nguyên liệu phải tươi và đúng mùa mới có thể làm ra những món ăn ngon và tốt cho sức khỏe. Bởi vậy trong chuyến đến thăm Hà Nội lần này, đầu bếp Jang Geun Bae sẽ đem đến cho những người yêu ẩm thực những nguyên liệu tươi ngon nhất đến từ Gwangju, vùng đất nông nghiệp trù phú được mệnh danh là vựa lúa mì của Hàn Quốc.



THU THÁI SPA MÙA HÈ

Từ nay đến hết tháng Sáu, The Spa ưu đãi dịch vụ gội sấy hoặc dịch vụ làm móng cho quý khách sử dụng các gói trị liệu dành cho mặt. Đặc biệt trong thời gian này, quý khách sử dụng dịch vụ tại The Spa sẽ được tặng bộ sản phẩm từ nhãn hàng danh tiếng Voya đến từ Anh Quốc. Là không gian spa hiện đại và đẳng cấp bậc nhất Việt Nam, The Spa tại khách sạn The Reverie Saigon pha trộn nét kiến trúc phóng khoáng hiện đại và sự tinh tế cầu kỳ trong trang trí kiểu Âu châu. Khu vực spa có diện tích 1.200m² tọa lạc trên hai tầng lầu, cung cấp 10 phòng trị liệu, trong đó có 4 phòng đôi và 6 phòng đơn. Với bốn phòng làm tóc và làm móng riêng cùng ba không gian chăm sóc móng tay/móng chân kín đáo tại tầng 7, tất cả đều được thiết kế trang nhã, quý phái, mở ra không gian ngắm cảnh tuyệt vời, dịch vụ làm đẹp của The Spa trở thành lựa chọn hàng đầu cho các yếu nhân và những người sành điệu.



HÀNH TRÌNH ẨM THỰC THÁI TẠI CAFÉ CENTRAL AN ĐÔNG

Từ ngày 4-13/03, khách sạn Windsor Plaza tổ chức sự kiện “Aroy Thai – Hành trình ẩm thực Thái” giới thiệu tinh hoa ẩm thực và văn hóa Thái Lan trong không gian đậm chất truyền thống. Món ăn Thái là sự tổng hợp hài hòa các vị chua, cay, ngọt, mặn; chịu ảnh hưởng và giao thoa của các quốc gia lớn xung quanh như Ấn Độ, Trung Quốc, Malaysia... Các hương vị Thái không còn xa lạ với người Việt, tuy nhiên thường thức những món ngon Thái do chính tay đầu bếp Thái chế biến chắc chắn sẽ mang lại nhiều khẩu vị mới lạ và hứng thú cho thực khách. Suốt tuần lễ văn hóa ẩm thực Thái Lan tại nhà hàng Café Central An Đông, thực khách sẽ được trải nghiệm nhiều món ăn tiêu biểu xứ sở Chùa Vàng như gói tôm chua cay, vịt nướng cà ri đỏ, súp hải sản cay... được chuẩn bị bởi hai đầu bếp nổi tiếng người Thái Kaewplang Booncherd và Nusart Rattapon.




PALM GARDEN RESORT
Hoi An - Viet Nam
★★★★★

THIÊN ĐƯỜNG NGHỈ DƯỠNG MÙA HÈ 2.750.000 VNĐ / khách (*)

Bao gồm:

- Hai đêm nghỉ tại phòng Superior hướng vườn.
- Ăn sáng tự chọn tại nhà hàng Terrace Café.
- Sự lựa chọn dịch vụ đón tiễn sân bay hoặc Một bữa trưa (hoặc tối) tại nhà hàng Terrace.
- Phiếu giảm giá 50% dịch vụ massage toàn thân tại Palm Spa.
- Giảm 20% giá dịch vụ giặt ủi.
- Giảm 15% giá các dịch vụ thể thao giải trí.
- Sử dụng phòng xông hơi khô, xông hơi nước, hồ thủy lực, phòng thể dục thể thao, bể bơi và bãi biển riêng.
- Wi-Fi xuyên suốt khu nghỉ.

(*) Chưa bao gồm 5% phí dịch vụ & 10% thuế
Áp dụng cho 02 khách / phòng.
Hiệu lực từ 01/06/2016 đến 31/08/2016

Đường Lạc Long Quân, Bến Cửa Đại, Thành phố Hội An, Tỉnh Quảng Nam, Việt Nam
Điện thoại: (84.510)3.927.927 - Fax: (84.510)3.927.928
Email: info@pgr.com.vn - www.palmgardenresort.com.vn



GỌI TÊN HƯƠNG VỊ MAY MẮN XỨ PHÙ TANG

Ở xứ Phù Tang, từ bao đời nay, năm mới luôn là dịp để thưởng thức những món ăn mang ý nghĩa may mắn, thay lời cầu chúc cho mọi điều tốt lành sẽ đến cùng thịnh vượng, an khang, hạnh phúc.

Ẩm thực xứ Phù Tang được coi là một trong 10 nền ẩm thực hấp dẫn nhất thế giới với những món ăn không chỉ tinh túy từ hương vị tới sắc màu mà còn ẩn chứa những giá trị văn hóa, tinh thần được lưu truyền, gìn giữ theo thời gian.

Osechi, bữa ăn truyền thống luôn xuất hiện trong các gia đình Nhật Bản vào dịp đầu năm gồm các món nấu, trộn dấm, món nướng được chế biến từ các loại hải sản, thịt gia súc, gia cầm và các loại rau quả với hương vị thơm ngon và bổ dưỡng. Mỗi nguyên liệu được chọn để nấu lên một mâm cỗ Osechi đều mang ý nghĩa hàm chứa lời chúc một năm mới nhiều may mắn.

Qua đôi bàn tay khéo léo của người Nhật, Osechi giống như là một bản hòa ca đầy màu sắc của biển cả và núi non, mang tới một trải nghiệm tuyệt vời của thị giác, khứu giác, vị giác và cảm giác hân hoan chào đón những điều tốt lành sắp đến, đang đến cùng hương vị của từng món ăn.

Tai (Cá tráp biển) – mang ý nghĩa cầu mong mọi sự tốt đẹp.
Ebi (Tôm) là món thay lời chúc sức khỏe, trường thọ.

Chuka Wakame (salad Rong biển) – cầu sung túc sum vầy
Ikura (Trứng cá hồi) – cầu sung túc sum vầy, sinh sôi nảy nở.

Kuromame (Đậu đen) – mang may mắn, hạnh phúc, tràn đầy
và Chikuzenni (Rau quả trộn) – hướng tới tương lai thuận lợi, hanh thông.

Bắt nguồn cảm hứng từ những món ăn mang hương vị may mắn ấy trong mâm cỗ Osechi truyền thống, bếp trưởng tài hoa của Asahi đã sáng tạo nên thực đơn Osechi Asahi gồm 3 set ăn có tên UME, TAKE, MATSU với những món ăn mang ý nghĩa cầu chúc may mắn, thịnh vượng, an khang, hạnh phúc, thành công dành cho tất cả những ai đam mê khám phá ẩm thực xứ Phù Tang.

Nhiều hơn thế, nhà hàng còn dành tặng thực khách biểu tượng may mắn của người Nhật trong dịp đầu năm: Mèo thần tài Maneki Neko.

Giá thực đơn chỉ từ 888.000đ. Phù hợp nhóm 2 – 3 người.

Thông tin về Nhà hàng Asahi Sushi :

288 Bà Triệu, Hà Nội. Tel: (04) 39745945 - 76 Triệu Việt Vương, Hà Nội. Tel: (04) 39447966
Hotline: 0902 286 286 - Website: www.asahisushi.vn
Facebook: <https://www.facebook.com/NhaHangNhatAsahi>

Osechi Asahi

Gợi
Thưởng thức hương vị may mắn

(ÁP DỤNG TỪ NGÀY 5/3/2016)



Tặng kèm quà may mắn:
mèo thần tài Nhật Bản
Maneki Neko



CHỈ 888.000 VND/SET
(Phù hợp cho nhóm 2-3 người)



Asahi Sushi
NHÀ HÀNG TRIỀU NHẬT
アサヒ寿司

NHÀ HÀNG ASAHI SUSHI 1: 288 BÀ TRIỆU, HÀ NỘI - TEL: (04)3 974 5945 / (04)3 974 5946
NHÀ HÀNG ASAHI SUSHI 2: 76 TRIỆU VIỆT VƯƠNG, HÀ NỘI - TEL: (04)3 944 7966 / (04)3 944 7668

HOTLINE: 0902 286 286

ASAHISUSHI.VN

f FACEBOOK.COM/NHAHANGNHATASAHI

NAM TÍNH Vs Nữ tính trong Décor

Trong số báo này, Style Magazine sẽ “bắt ví” của Chàng và Nàng trong thiết kế nội thất. Những căn phòng như thế nào sẽ vừa mắt Chàng? Những căn phòng nào sẽ làm Nàng mê mết từ cái nhìn đầu tiên?

Anh Trâm



THẾ NÀO LÀ MỘT CĂN PHÒNG NAM TÍNH?

Một căn phòng như thế nào sẽ khiến các đấng mày râu mê mẩn ngay từ khi bước vào và ngay lập tức nghĩ: “mình có thể sống được ở đây cả đời”? Nhà thiết kế Suzanne Kesler từng nói rằng: “Một căn phòng nên tạo cảm giác được sưu tập chứ không phải được trang trí”. Những lời đó đặc biệt đúng dành cho đàn ông. Sự nam tính được thể hiện ở việc tỏ ra không cần quá cố gắng hay cầu kì gì, dù sự thật có thể ngược lại.

Một căn phòng nam tính có thể kết hợp nhiều phong cách thiết kế khác nhau. Một chiếc ghế sofa Chesterfield kiểu cổ hoàn toàn có thể được kết hợp được với ghế Barcelona mid-century. Một chút ngẫu hứng sẽ khiến căn phòng trở nên nguyên bản, thể hiện được tính cách của chủ nhân hơn là đẹp đẽ kiểu showroom. Thay vào đó hãy quan tâm đến chất lượng của từng item. Một số tip khác để tạo sự nam tính cho căn phòng:



+ Sử dụng đồ nội thất cũ

Một chút sờn mòn có thể khiến căn nhà mang vẻ phong sương, từng trải hơn. Hãy sử dụng những thứ gì đã được kiểm nghiệm sức bền bởi thời gian.

+ Sử dụng đồ da, gỗ và kim loại

Đây là ba loại vật liệu có sức bền tốt ngoài tự nhiên. Da và gỗ tạo cảm giác ấm áp trong khi kim loại tạo sự cân bằng hoàn hảo. Tuy nhiên hạn chế sử dụng vàng và bạc, những kim loại quý thường được dùng làm đồ trang sức, tạo cảm giác nữ tính.

+ Sử dụng những đường thẳng, không phải đường cong

Một căn phòng nam tính cần được tạo bởi những đường thẳng mạnh mẽ và những góc nhọn sắc sảo. Những thiết kế mid century là sự lựa chọn lý tưởng cho bàn ghế và đèn.

+ Sử dụng các gam màu đất (đen, xám, nâu...)

Thực ra chỉ có một nguyên tắc vàng duy nhất bạn cần nhớ đó là tránh xa các màu pastel. Sử dụng các gam màu đất và những màu cơ bản nhất sẽ tạo được cảm giác nam tính và hiện đại.

+ Sử dụng họa tiết sọc caro

Họa tiết sọc caro khiến mọi thứ nam tính hơn. Hãy tránh xa những họa tiết hoa lá cành, vốn là đặc quyền của phái nữ.





ĐIỀU GÌ TẠO NÊN MỘT CĂN PHÒNG NỮ TÍNH?

Một căn phòng đậm tính Nữ không nhất thiết phải trông quá ẻo lả, sến súa. Phong cách Nữ tính có thể thay đổi từ ngọt ngào, thanh nhã đến sắc sảo và tinh tế. Trong bất kì phong cách trang trí nào, chìa khóa để tạo không gian đậm chất Nữ tính là tạo một cái nhìn tổng thể mềm mại và tươi sáng.

+ Những tông màu pastel

Cách dễ nhất là sử dụng sơn tường theo màu sắc pastel bạn yêu thích. Hồng thạch anh và Xanh thanh bình là hai màu của 2016 – Tại sao bạn lại không thử nhỉ? Màu sắc pastel trang nhã, gợi cảm giác dịu dàng, yên tĩnh, sẽ khiến căn phòng của bạn thật khó chối từ.

+ Đừng quên những đường cong

Những đường thẳng, những góc nhọn chán ngắt chỉ dành cho đàn ông. Bạn có thể thử với những item kiểu dáng tự do hoặc cong mềm mại. Trong khi thiết kế nội thất hiện đại thường có xu hướng sử dụng những đường thẳng tuyến tính thì phong cách cổ điển hoặc lãng mạn lại hợp với phái nữ hơn.

+ Chất liệu mềm mại

Ai lại không muốn lăn xả vào những chiếc giường xa hoa với lớp lụa mịn màng và những chiếc gối bông mềm mại? Cánh đàn ông không chịu nổi những chiếc gối lông, nhưng phụ nữ lại rất thích. Bạn có thể kết hợp những item Nữ tính với những item Nam tính cho mỗi phòng để tạo cảm giác sáng tạo.

+ Hoa tiết in hoa, họa tiết nhí

Phụ nữ thích hoa lá cành. Họa tiết hoa nhí tạo cảm giác nữ tính, nhẹ nhàng. Tuy nhiên, hãy thuộc nằm lòng: less is more. Đừng vì quá thích các họa tiết nhí mà biến căn phòng của bạn thành một khu vườn.

+ Mùi hương cho căn phòng

Một căn phòng đẹp cần đi kèm một mùi hương dễ chịu. Hãy tưởng tượng cảm giác của cánh đàn ông khi lần đầu bước vào khuê phòng của phụ nữ và cảm thấy một mùi hương mê hoặc mà họ không bao giờ thấy ở phòng của chính họ. Một bình hoa đẹp sẽ “nhất cử lưỡng tiện”, vừa tạo cảnh quan đẹp vừa cho mùi hương. Bạn có thể sử dụng thêm bát nước thả hoa, hoặc tinh dầu để tạo mùi hương đặc trưng cho căn phòng.



STYLE TALKS

FEATURES - OPINIONS - PILLOW TALKS



Sơ mi, gilet, quần: Brunello Cucinelli
Đồng hồ: Bell & Ross
Kính: Bentley

120

TÙNG DƯƠNG:
"CHÍN MUỐI NHƯNG CÒN LẬU MỚI RỤNG"



126

BÍCH HẰNG:
BẢN LĨNH LÀM CHỦ CUỘC ĐỜI



“A wise man can learn more from a
foolish question than a fool can learn
from a wise answer”
- Bruce Lee

124

MEGHAN TRAINOR:
HÀNH TRÌNH CHIẾN THẮNG SỰ PHỦ NHẬN



132

ĐÀN BÀ & MÙA HẠ



STYLE

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

TÙNG DƯƠNG

vươn tới những điều phi thường

“Người đàn ông hát” của Việt Nam không giấu nổi niềm vui khi vừa lên chức cha. Anh hồn hởi kể về những lần thức đêm trông con, cảm giác khi lần đầu tiên trông thấy em bé và việc anh ám ảnh bởi tiếng khóc trẻ thơ như thế nào. Thỉnh thoảng trong buổi phỏng vấn, Tùng Dương gọi điện về cho người đàn bà của mình ở nhà, ân cần hỏi han bằng giọng âu yếm quan tâm. Có thể nói, anh đang sống trong những ngày viên mãn nhất.

Anh Trâm

Áo khoác, sơ mi, cà vạt, quần: Brunello Cucinelli
Đồng hồ: Bell & Ross



SỰ NỔI LOẠN DỪNG NGOÀI CÀNH CỬA

Xin chào Tùng Dương. Chúc mừng anh đã có con trai đầu lòng. Anh đã bắt đầu quen với vai trò làm cha của mình chưa?

Mấy đêm nay tôi toàn thức trông con đấy chứ (cười). Tiếng khóc của trẻ thơ ám ảnh mình nhiều. Đúng là khi có con thì người cha mới có dịp quán chiếu lại đời sống của mình, từ nhỏ cho đến lớn. Và đúng như người ta nói “có sinh con mới biết lòng cha mẹ”, tôi cũng hiểu và thương cha mẹ mình hơn.

Khi nhắc đến Tùng Dương là nhắc đến sự “quái”, “nổi loạn”. Đó là những phẩm chất rất phù hợp trong vai trò của người nghệ sĩ, nhưng nghe lại khá “đáng sợ” với một gia đình?

Khi trở về làm người đàn ông của gia đình, Tùng Dương gác lại hết những cá tính, sự nổi loạn của mình ngoài cửa. Bạn không thể đặt mình là trung tâm của vũ trụ, cho mình là nhất được. Cứ khư khư giữ lấy cái bóng của người nghệ sĩ lớn về căn nhà nhỏ bé của mình sẽ làm hỏng những giây phút thiêng liêng với gia đình.

Nói là vậy, nhưng cân bằng giữa Tùng Dương – nghệ sĩ và Tùng Dương – người chồng, người cha hẳn cũng khó chứ?

Vẫn làm được. Có những khoảng khắc người nghệ sĩ lại trôi tuột vào thế giới nghệ thuật của họ vì niềm đam mê vẫn luôn túc trực và nằm trong bản ngã. Nhưng tôi thì nghĩ rằng niềm đam mê sẽ chuyển hóa theo thời gian. Đến giai đoạn có con, người nghệ sĩ sẽ ổn định hơn, cảm xúc sẽ không còn ồn ã, bạo liệt nữa mà đi sâu vào bên trong, ẩn dật hơn. Từ đây trở đi, sự nổi loạn của Tùng Dương sẽ không nằm ở bề nổi nữa.

Anh có nghĩ tính cách nổi loạn, ngang tàng sẽ di truyền sang con trai mình không? Một đứa trẻ có cá tính mạnh như vậy sẽ là một thử thách lớn cho người cha?

Tôi không áp đặt con mình phải hoàn toàn giống mình hay đi trên con đường mình đã đi. Nếu con cái Tùng Dương có năng khiếu nghệ thuật thì tôi sẽ theo dõi và bồi dưỡng cháu. Hơn ai hết, tôi hiểu nghệ thuật phải khác biệt, dám nghĩ, dám làm thật quyết liệt thì mới thành công được. Nếu em bé nhà tôi nổi loạn theo kiểu chứng minh hay hơn cha thì tôi lại càng mừng chứ. “Con hơn cha là nhà có phúc” mà.

Tôi chỉ sợ duy nhất một điều con mình có thể bị những cảm dỗ xã hội làm thay đổi tâm tính, trở thành người vô dụng, không có ích. Đó không phải là điều lo ngại của riêng tôi mà là của mọi ông bố bà mẹ khác.

“DỪNG CHẤT KÍCH THÍCH THÌ QUÁ... DẠI VÀ QUÁ YẾU ĐUỐI”

Tuổi trẻ của Tùng Dương có bao giờ ngông cuồng, phạm sai lầm không?

Tôi nghĩ tuổi trẻ ngông nhưng phải có sự kiểm soát. Ngông không có nghĩa là phải thử tất cả mọi thứ. Tôi tìm sự thử thách trong âm nhạc, thể nghiệm mọi cảm xúc hỉ nộ ái ố, nhưng không có nghĩa là phải làm điều xấu. Nghệ sĩ không cần phải tìm đến chất kích thích để thăng hoa sáng tạo.

Đối với Tùng Dương, tìm đến chất kích thích để sáng tạo nghệ thuật là con người đó quá yếu đuối. Ông trời cho anh tài năng, anh

phải nhân lên tài năng từ những gì mình có chứ không phải anh nương nhờ vào điều khác. Whitney Houston, Michael Jackson, Amy Winehouse... là những nghệ sĩ tôi rất kính phục nhưng không đồng tình với hành động của họ. Họ uống rượu, dùng thuốc phiện, đánh mất mình và phải trả giá bằng cái chết. Tôi nghĩ những người dưới 30 có thể mắc vào cám dỗ. Người ta vẫn có thể được tha thứ và cho cơ hội làm lại ở tuổi ấy. Chứ đến ngưỡng 30 rồi

“Tôi nghĩ chúng ta là những người nhỏ bé, nhưng vẫn có thể có dấu chân của những người khổng lồ nếu chúng ta dám hoài bão, làm nhiều hơn nói. Tôi không thể cam đoan rằng tôi có rùng rợn hay chưa. Tôi chỉ biết rằng tôi đang đi với sự vững chãi, đam mê, đầy suy tưởng với nhân sinh quan của mình, bay trong vũ trụ của mình và chạm lấy điều phi thường của mình”

mà còn sa ngã thì dại quá.

Nhân nhắc về sự nổi loạn mang tính di truyền, anh có giống ai trong gia đình không?

Tôi nghĩ mình giống cả cả bố cả mẹ. Bố tôi chín chắn, cương trực, hiểu biết trí thức còn mẹ tôi thì có phần nổi loạn. Bà có thể đi suốt ngày, đưa bà đi đâu bà cũng có thể sống được bằng trải nghiệm của mình. Mẹ tôi hơi ngang tàng một chút. Bố tôi thì khá truyền thống và có phần an toàn, cổ điển. Nhưng tôi giống bố ở sự chân thành, hết lòng vì bạn bè.

Anh sống xa gia đình từ nhỏ, không được gần gũi với cha ruột, vậy anh lấy kinh nghiệm từ đâu để học cách làm cha?

Tôi học được nhiều từ bác ruột mình. Thú thực, hai bác còn nghiêm khắc hơn bố mẹ tôi nhiều. Hai bác đều là nhà giáo, một người dạy văn, một người dạy lý ở trường Chu Văn An. Để thành người như hôm nay, tôi phải cảm ơn hai bác rất nhiều. Hai bác đã dung dưỡng tôi trong bầu khí quyền giáo dục, tính nhân văn trong người Tùng Dương được áp ủ từ bé. Hai bác không phải là bố mẹ mình mà còn quan tâm sâu sát hơn cả bố mẹ mình nữa.

Thực sự Tùng Dương thấy rất may mắn khi được rèn giũa, kèm cặp từ bé. Nhiều bạn bè của tôi có khả năng sáng tác nhưng không có nền tảng gốc từ gia đình nên họ bị chới với và chưa thực sự phát triển đúng tầm vóc của mình. Tôi nói thật đấy. Nền tảng gia đình rất quan trọng.

Áo khoác len, sơ mi, quần: Brunello Cucinelli
Đồng hồ: Bell & Ross

CHÍN MUỖI NHƯNG CÒN LÂU MỖI RỤNG

Người ta thường mô tả Tùng Dương là "quái". Nhưng miêu tả một con người bằng một từ thì nghèo nàn quá. Anh cảm nhận như thế nào về mình?

Tôi nghĩ bản thân là một khối lập phương đa diện. Cuộc sống luôn có những hi vọng ồ ạt và tôi đón nhận tất cả với tâm thế tĩnh tại nhất. Tôi đã trải qua nhiều miền âm nhạc khác nhau: nhạc đồ, semi classic, jazz, world music, dân gian đương đại, nhạc điện tử...Tôi có khả năng biến hóa trong những không gian âm nhạc khác nhau và đặt mình vào thế giới âm nhạc của những người kết hợp.

Khi ra mắt liveshow Thập kỷ hoan ca, nhiều tờ báo nhận xét Tùng Dương đã đến giai đoạn chín muồi của sự nghiệp. Anh có sợ sau "chín muồi" là chín...rụng?

Có thể tôi đang chín muồi nhưng tôi kéo dài cái sự chín muồi ấy lâu. Đến năm 60 tuổi, nếu cần mặc váy để biểu hiện tác phẩm, tôi vẫn sẽ mặc. Tôi không ngại gì cả. Quan trọng là tư tưởng của mình vẫn còn đó. Tôi muốn đi tiếp con đường của mình, dù sức vóc có thể không còn như trước nhưng tôi vẫn mãn nguyện.

Công tâm mà nói, anh nghĩ mình đang ở độ chín nào?

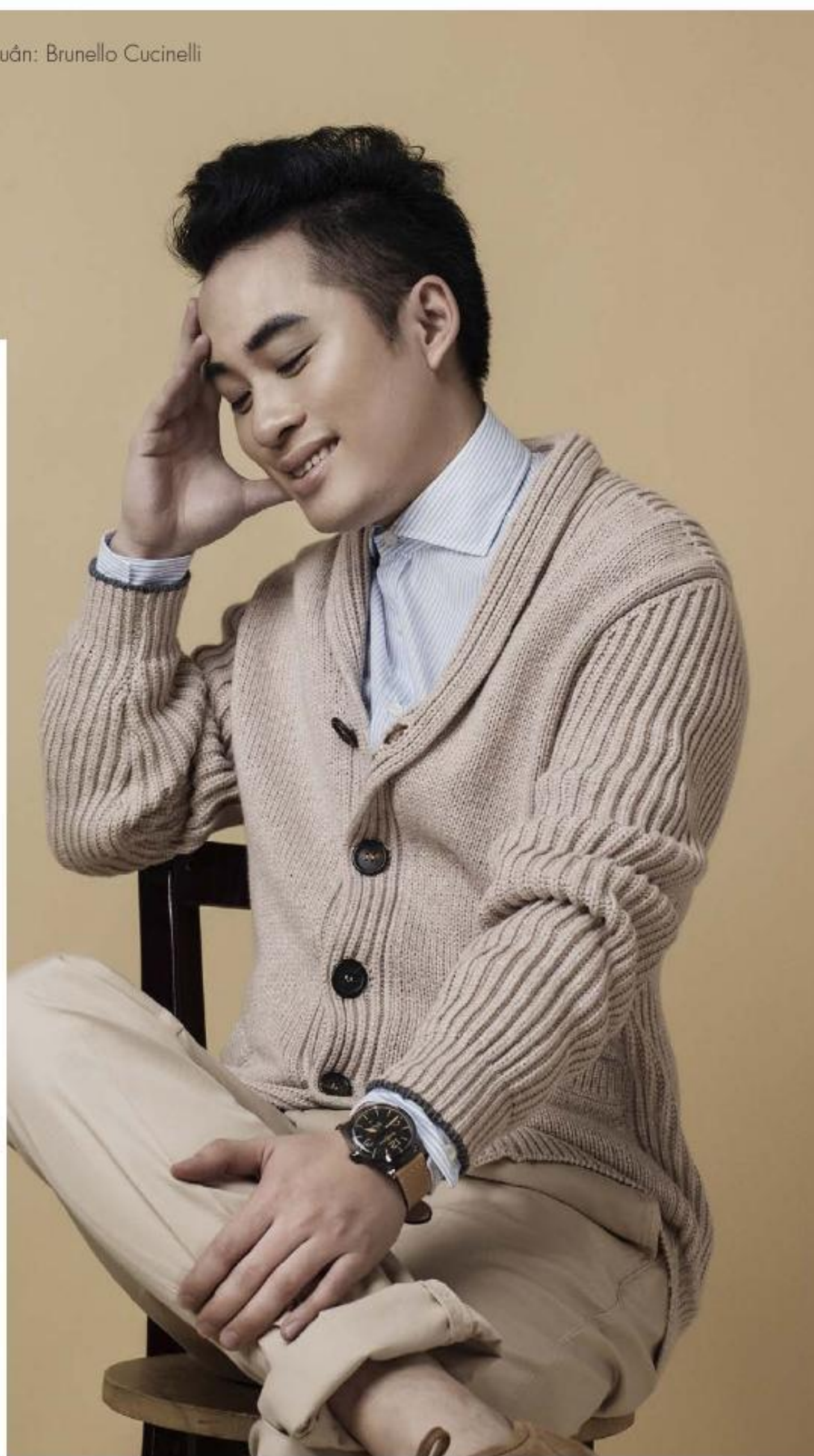
Thực ra tôi nghĩ chín hay không chín, chín đến giai đoạn nào không quan trọng. Tôi đang rất ung dung, tự tại đi trên con đường độc đạo của riêng mình. Điều đó không có nghĩa là tôi đi chậm đâu. Tôi vẫn đi song song với các đồng nghiệp của mình, vẫn đầu đầu cho ra đời những sản phẩm tiếp theo. Tôi không đứng lại và không bao giờ cho phép bản thân nghỉ ngơi quá lâu.

Tôi nghĩ chúng ta là những người nhỏ bé, nhưng vẫn có thể có dấu chân của những người khổng lồ nếu chúng ta dám hoài bão, làm nhiều hơn nói. Tôi không thể cam đoan rằng tôi có rụng vôi hay chưa. Tôi chỉ biết rằng tôi đang đi với sự vững chãi, đam mê, đầy suy tưởng với nhân sinh quan của mình, bay trong vũ trụ của mình và chạm lấy điều phi thường của mình.

Kết thúc một thập kỷ hoan ca, thập kỷ tiếp theo, anh sẽ có gì mới khi mà Tùng Dương diễn thì đã diễn rồi, thể loại nhạc nào cũng đã thử hết rồi?

Nó sẽ là sự nối tiếp mạch của những gì tôi đã từng làm, nhưng kiên định hơn. Thực ra dòng nhạc nào đối với tôi đã không còn quan trọng nữa rồi. Điều đáng kể là tư tưởng, thông điệp của nó là gì. Tôi thích hát tự do, trộn lẫn các thể loại bởi âm nhạc xuyên biên giới và không có giới hạn.

Cảm ơn anh vì bài phỏng vấn. Xin chúc anh tiếp tục hoan ca trong nhiều thập kỷ tới!



CONCEPT & PHOTOGRAPHER: **SAMUEL HOÀNG**

MODEL: **CA SĨ TÙNG DƯƠNG**

MAKEUP: **KEZBI NGUYỄN**

STYLIST: **LUSIA LAN ANH**

PRODUCER: **NGỌC AN**

FASHION: - **BENTLEY EYEWEAR, BELL & ROSS**

(MILUXE TẦNG 2 TRÀNG TIỀN - HÀ NỘI)

- **BRUNELLO CUCINELLI**



Meghan Trainor

Hành trình chiến thắng sự phủ nhận

Nàng “béo” sinh năm 1993 cuối cùng đã ghi tên vào lịch sử Grammy khi nhận được giải Nghệ sĩ mới xuất sắc nhất, hồi tháng 2 vừa qua. Chiến thắng này không phải tự nhiên từ trên trời rơi xuống mà là kết quả của một sự nỗ lực lâu dài.

Anh Trâm

Meghan Trainor sinh ngày 22/09/1993 trong một gia đình giàu truyền thống âm nhạc. Cô bắt đầu sáng tác nhạc từ năm 11 tuổi. 17 tuổi, Meghan đã có trong tay 3 album tự phát hành. Năm 2011, cô ký hợp đồng thu âm đầu tiên với một hãng đĩa nhỏ vô danh Big Yellow Dog Music.

Tuy nhiên, thành công không đến với cô gái mũm mĩm dễ dàng. Meghan từng trải qua một thời gian dài sống trong tự ti và căm ghét bản thân vì ngoại hình quá khổ. Cô luôn sợ rằng người khác không ưa mình và thứ nhạc cô làm ra sẽ chẳng ai nghe. Tâm lý này phát sinh từ thời niên thiếu khi Meghan luôn phải hứng chịu những sự trêu chọc, dèm pha từ bạn bè cùng trang lứa. Trong quá khứ, một chàng trai mà cô thầm thương trộm nhớ từng nói thẳng với cô là Meghan cần phải giảm cân thì mới dễ coi hơn. Một người bạn trai khác còn nói với Meghan là hắn sẽ đập vỡ radio trên xe ô tô nếu bài hát của cô được chơi. Không hiểu gã xấu tính có giữ lời khi ca khúc All About That Bass của Meghan Trainor oanh tạc mọi bảng xếp hạng âm nhạc năm 2014?

All About That Bass có đủ mọi nguyên liệu để trở thành một cơn bão mùa hè. Bài hát mang âm hưởng của âm nhạc những năm 1950-1960 với dấu ấn đậm nét của pop và doo-wop. Giai điệu từng tưng, gây nghiện khiến người nghe khó ngồi yên tại chỗ mà không nhún nhảy hoặc lắc bảm hát theo. Ca từ của All About That Bass vui nhộn, “đáo đẽ”, hợp tai giới trẻ. Trên hết, nó còn mang thông điệp ý nghĩa gửi tới các cô nàng thừa cân: Hãy tự hào về bản thân, không cần cố gắng thay đổi mình vì bạn luôn thật xinh đẹp.

Đi kèm với một ca khúc ấn tượng là một video clip dễ thương, đậm chất pop art với tông màu pastel ngọt ngào. Tất cả những yếu tố ấy đã khiến All About That Bass trở thành một hiện tượng của 2014 – 2015. Ca khúc đạt vị trí quán quân tại 58 quốc gia và là một trong những đĩa đơn bán chạy nhất mọi thời đại.

Thừa thắng xông lên, Meghan Trainor phát hành album phòng thu đầu tay mang tên Title. Nếu Dear Future Husband cực nhăng, cực nhộn thì Like I’m Gonna Lose You – một sản phẩm Meghan hợp tác cùng “người hát tình ca” John Legend, lại vô cùng sâu lắng và tình cảm. Lips Are Movin hay Better When I’m Dancing đều sôi động, trẻ trung. Album Title ngay lập tức đã leo lên vị trí đầu bảng xếp hạng Billboard ngay tuần đầu phát hành.

Được so sánh với Adele vì cùng sở hữu cơ thể mũm mĩm và tài năng ca nhạc, song con đường của Meghan Trainor rất khác với đàn chị. Adele gắn với nhạc soul sâu lắng và thường hát về những mối tình tan vỡ. Còn Meghan Trainor thì “chuyên trị” pop, doo-wop và rock&roll. Với tuổi đời còn rất trẻ, nhạc của Meghan sôi động, yêu đời, ngúng nguẩy – rất đúng với lứa tuổi. Tương lai của “nàng béo” rất rộng mở và đi được đến đâu còn tùy thuộc ở bản lĩnh của cô nàng. Hãy cùng chờ xem!





BÍCH HẰNG

Bản lĩnh làm chủ cuộc đời

28 tuổi, sở hữu trong tay hàng chuỗi cửa hàng thời trang và spa làm đẹp, “Hàng túi” được coi là hình mẫu của phụ nữ hiện đại, độc lập tài chính, tự chủ được cuộc đời mình. Sóng gió trong hôn nhân hay vất vả của thương trường không đánh gục được bà mẹ đơn thân này.

Tâm An

THÀNH CÔNG TỪ CÂU NÓI KHÍCH CŨA MẸ

Nhấp một ngụm trà, người đàn bà mang gương mặt trẻ con bắt đầu chậm rãi kể về hành trình đi đến thành công của mình. Bích Hằng sinh trong một gia đình khá giả, nổi tiếng về kinh doanh ô tô xe máy. Ngay từ khi còn nhỏ, cô đã quen với việc đứng bán hàng, tiếp xúc với khách hàng mỗi ngày. Cách đây hơn 10 năm khi mới 15 tuổi, bằng chính số tiền tiết kiệm, Hằng bắt đầu thử sức với việc kinh doanh quần áo, mỹ phẩm xách tay theo hình thức bán hàng online. Lý do không phải là vì thiếu thốn như nhiều người tưởng mà đơn giản, Hằng thích việc mua đi, bán lại, muốn lấp đầy những khoảng thời gian rảnh rỗi.

Cô mày mò trên các diễn đàn mạng như ttnol, muare rồi enbac. Thời ấy, kinh doanh trên mạng chưa phổ biến, bị nhiều người kì thị vì thấy mơ hồ, chụp giật, không đáng tin cậy. Bích Hằng chủ trương buôn bán phải để chữ tâm, chữ tín lên hàng đầu. Dần dần, cô chiếm được lòng tin của khách hàng và có một lượng khách ổn định.

Khi cửa hàng ngày càng đông khách, mẹ Hằng càng cảm quyết liệt hơn. Bà muốn Hằng tập trung vào việc học hoặc tiếp quản việc kinh doanh của gia đình. Căng thẳng lên đến cực điểm khi bà buột miệng nói câu: *"Thử vứt mày ra đường xem mày có sống được không?"*. Bị chạm tự ái, Hằng tuyên bố: *"Kể từ giây phút này, con sẽ chứng minh cho mẹ thấy con có thể tự sống được"*. Nói là làm, cô bán đi chiếc xe LX được bố mẹ thưởng khi đỗ đại học để làm vốn kinh doanh tiếp.

Hằng tâm sự, trong kinh doanh, không ai dạy mình cách thành công cả. Mình phải tự mày mò, tự tìm hiểu, phải trả học phí ngu, vấp ngã và tự tìm cách đứng dậy. "Gặp đâu thì gỡ đấy", Hằng dám làm chứ không chỉ ngồi một chỗ tính toán và lo lắng. *"Bí quyết của thành công là bạn phải làm cái gì mình thích. Nếu không thích, bạn không làm được đâu. Nếu bạn có đam mê, bạn có thể sẵn sàng thức đến 2,3 giờ sáng để làm việc, sáng 6 giờ dậy bình thường. Nếu không, bạn chỉ chăm chăm đến hết 8 tiếng để được về nhà"* – Bích Hằng chia sẻ.

CHỈ NGỦ 3 TIẾNG MỖI NGÀY

Một ngày của Hằng bắt đầu từ 6-7 giờ sáng và kết thúc vào 3 giờ của ngày hôm sau. Cô chỉ được ngủ khoảng 3 tiếng mỗi ngày. Dích thân Hằng trả lời những thắc mắc, khiếu nại của khách, dù dưới cô, có hàng chục nhân viên khác. Cô muốn tạo cảm giác tin cậy tuyệt đối từ khách hàng. Nếu cấp dưới có càn quấy, hoặc làm sai, khách hàng luôn có thể liên hệ trực tiếp với cô để phản ánh.

Là sếp nhưng Hằng đều tự học cách làm mọi thứ: từ làm ảnh, chạy facebook đến viết content. Cô bảo: biết tất cả những cái đó không thừa. Phải hiểu rõ về công việc thì mới chọn được cấp dưới chuẩn và không bị qua mặt.

Hằng có cách tuyển nhân viên rất lạ. Lương cô trả rất cao nhưng không đòi hỏi hồ sơ, bằng cấp đẹp. Khi phỏng vấn, cô chỉ hỏi những câu rất đơn giản: "Em cảm thấy tự tin và xứng đáng với mức lương thì làm". Trong 3 tháng thử việc, nhân viên được chạy khắp phòng ban, công việc gì cũng phải trải qua, rồi tùy theo năng lực, Hằng mới xếp chỗ. Điều quan trọng nhất đối với cô không phải là những gì ghi trong CV mà là tư tưởng của các bạn: Có phải là người tham vọng, cầu tiến không. Kiểu nhân viên trì trệ, tìm kiếm một công việc nhàn nhả, ổn định sẽ bị loại đầu tiên.



Là bà chủ của một chuỗi cửa hàng thời trang và beauty sang trọng, nhưng Hằng vẫn thường bay máy bay giá rẻ hay hạng thường. Cô tự duy rất thực tế: Cái gì đáng chi thì chi. Cũng chỉ là một giờ bay, không nhất thiết phải hạng thương gia sang chảnh. Hằng có thể xách một cái túi vài trăm triệu, đi dép tông, mặc quần áo ở nhà. Cái gì thoải mái thì cô làm, chứ không bị áp đặt theo tư duy hay khuôn khổ của người khác.

"CON CÁI VỚI TÔI LÀ QUAN TRỌNG NHẤT"

Bích Hằng được các "bà mẹ bỉm sữa" yêu quý, ngưỡng mộ không chỉ vì xinh đẹp, giỏi kinh doanh mà còn vì khéo chăm lo cho con cái. Cô luôn khẳng định, đối với cô, con cái là quan trọng nhất, trên cả sự nghiệp, trên cả bản thân. "Bố mẹ tôi cũng sớm chia ly, mỗi người có một hạnh phúc riêng, tôi là đứa trẻ thiếu thốn tình cảm từ nhỏ. Sau khi lập gia đình, tôi cũng ko giữ đc trọn vẹn hạnh phúc nhưng tôi không muốn con tôi cũng như vậy, tôi luôn cố gắng bù đắp cho các con, yêu thương và quan tâm để các con luôn lạc quan, vui vẻ"

Cô sẵn sàng nghỉ một năm ở nhà, bỏ hết kinh doanh buôn bán để giành toàn bộ thời gian chăm lo cho con nhỏ. Hằng bảo: "Năm đầu tiên của đứa trẻ rất quan trọng. Đó là thời điểm em bé hoàn thiện trí não, lực phụ nữ tạng, phát triển nhân cách. Năm đầu vất vả thì những năm sau sẽ rất nhàn. Năm đầu chăm con không tốt, 6 năm tiếp theo các mẹ sẽ rất vất vả".

Dù bận đến đâu, Hằng vẫn sắp xếp để đưa đón con đi học mỗi khi có thể. Ngày nào, ba mẹ con cũng quần quít bên nhau. Cô cũng thường đưa các con đi du lịch. Hằng tâm sự cô không cần con phải giỏi giang, bằng cấp này nọ. Cô chỉ mong con cái khỏe mạnh, sống tốt, biết cách đối nhân xử thế. Mỗi khi đi làm từ thiện, Hằng thường dẫn các con đi theo để nuôi dưỡng tính thiện trong con.

Khi gia đình tan vỡ, Hằng tự nhủ phải lấy lại tinh thần thật nhanh để làm chỗ dựa cho hai bé. Con cái chịu ảnh hưởng rất lớn tâm lý từ người mẹ. Mẹ lạc quan, từng từng thì con sẽ lạc quan từng từng; mẹ u sầu, con sẽ u sầu.. Mỗi khi gặp khó khăn, áp lực trong công việc hay cuộc sống, Hằng luôn lấy các con làm động lực để mạnh mẽ và vượt qua.

"Nhiều người phụ nữ thành đạt, bỏ bê con cái. Nhưng tôi thì nghĩ rằng trước khi thành công, bạn phải lo lắng cho cái thật tốt. Nếu không thì thành công ấy chỉ đến đời bạn là hết, làm gì có ai tiếp quản?" – Hằng bộc bạch.

CẬU BÉ RỪNG XANH

Đạo diễn: JON FAVREAU

Khởi chiếu: 15/04/2016

THE JUNGLE BOOK là chuyến phiêu lưu của Mowgli – một cậu bé mồ côi được đàn chó sói nuôi dưỡng trong rừng già Ấn Độ. Ngày qua ngày, Mowgli cảm thấy mình không còn được chào đón ở mái nhà tự nhiên này nữa, bởi một con hổ hung dữ tên Shere Khan tuyên bố sẽ tiêu diệt những sinh vật có khả năng gây nên hiểm họa, sau khi hắn bị loài người tấn công. Buộc phải rời khỏi chốn dung thân duy nhất, Mowgli dần bước vào một hành trình khám phá, với sự dẫn dắt của báo đen Bagheera và gấu Baloo..



RATCHET AND CLANK

Đạo diễn: KEVIN MUNROE

Khởi chiếu: 29/04/2016

Ratchet and Clank đưa người xem đến với vũ trụ Solana xa xôi. Mọi thứ đều yên bình cho đến khi Chairman Drek và món vũ khí hủy diệt của y xuất hiện. Với ý đồ điên rồ là phá hủy mọi hành tinh trong vũ trụ Solana, y âm thầm xây dựng cho mình một đội quân đồng đảo và thiên chiến. Nằm được thông tin này, Ratchet và người bạn mới của mình là chú robot Clank phải tìm cách cảnh báo cho lực lượng vệ binh Galactic Rangers nhằm chặn đứng âm mưu này.



THỢ SĂN CUỘC CHIẾN HOA HỒNG

Đạo diễn: CEDRIC NICOLAS-TROYAN

Khởi chiếu: 22/04/2016

Tiếp nối từ thành công của Snow White and the Huntsman năm 2012, tháng 4.2016, khán giả toàn cầu sẽ có dịp tái ngộ chàng thợ săn lạnh lùng và nữ hoàng Ravenna độc ác qua phần tiếp truyện mang tên THE HUNTSMAN: WINTER'S WAR (tên phát hành tại Việt Nam là THỢ SĂN: CUỘC CHIẾN MÙA ĐÔNG). Với cốt truyện cùng một ê-kíp thực hiện mới, phần phim này hứa hẹn nhiều yếu tố bất ngờ, lãng mạn nhưng cũng không thiếu những pha hành động mạo hiểm, gay cấn, đậm chất Hollywood. Đạo diễn người Pháp Cedric Nicolas – Troyan sẽ mang một làn gió mới qua câu chuyện xoay quanh quá khứ của chàng thợ săn và nữ hoàng Ravenna.



TRUY SÁT

Đạo diễn: CƯỜNG NGÔ

Khởi chiếu: 22/04/2016

Truy Sát là câu chuyện về An – cô gái có một gia đình hạnh phúc, sự nghiệp không tệ và nhan sắc lộng lẫy. Nhưng một ngày, mọi thứ đã sụp đổ và cô buộc phải trở thành nhân vật chính trong cuộc truy sát không ai mong muốn. An sẽ đối diện với hoàn cảnh khắc nghiệt của số phận, đối diện với hai mặt phải – trái trong tình yêu của chính mình... Vai An từng được “đo ni đóng giày” cho Trương Ngọc Ánh. Song, để tăng sự mới mẻ cho phim, “bà trùm Hương Ga” quyết định lựa chọn gương mặt phù hợp để đồng hành cùng cô trong Truy Sát.



CAPTAIN AMERICA: NỘI CHIẾN SIÊU ANH HÙNG

Đạo diễn: ANTHONY RUSSO, JOE RUSSO

Khởi chiếu: 29/04/2016

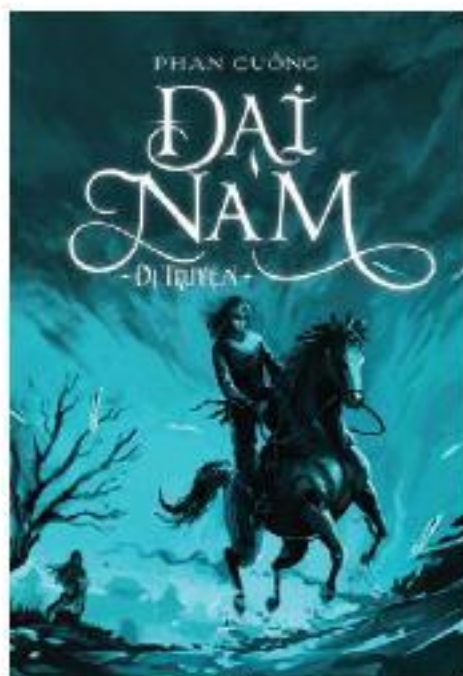
Sau một mùa hè bùng nổ với “Avengers: Đế Chế Ultron” và “Ant-Man – Người Kiến”, Marvel Studios tiếp tục khiến các khán giả đứng ngồi không yên khi hé lộ những tình tiết kịch tính của cuộc nội chiến nảy lửa giữa các siêu anh hùng, mở đầu cho Phase 3 trong Vũ Trụ Điện Ảnh Marvel. CAPTAIN AMERICA: CIVIL WAR (tên tiếng Việt: CAPTAIN AMERICA: NỘI CHIẾN SIÊU ANH HÙNG) “điểm danh” những siêu anh hùng đình đám trong Avengers và sự lựa chọn khó khăn của họ khi Steve Rogers và Tony Stark đứng về hai phía khác nhau.



ĐẠI NAM DỊ TRUYỆN

Tác giả: PHAN CUÔNG
Giá bìa: 95.000 VND

Năm Cảnh Hưng thứ bốn mươi ba, huyện Cốc Dương, trấn Sơn Tây, đêm rằm tháng Bảy. Một gã phù thủy đang lập trận thu nạp âm binh giữa bãi chôn người. Phạm Đình Quyết, dòng dõi của một gia đình chín đời làm nghề khâm liệm đã vô tình chứng kiến cảnh tượng kinh dị này. Từ đây, hắn bắt đầu bước chân vào một thế giới chưa từng biết. Hắn dần dần khám phá ra bí mật của gia đình mình. Và thân phận thực sự của hắn, một Lạc Vu Điện Sứ của Trần Quốc Hội, nơi tập hợp những phù thủy cao tay, những nhà huyền thuật xuất sắc đang âm thầm bảo vệ Đông Kinh trước sự tấn công của giáo phái Hàng Long tà đạo từ ngoại bang.

**BUỔI CHIỀU NGỒI HÁT**

Tác giả: NGUYỄN VIỆT HÀ
Giá bìa: 72.000 VND

Bằng một lối kể không thể khác biệt hơn, truyện ngắn Nguyễn Việt Hà là sự pha trộn những mảng miếng nhân văn của tản văn và sự ám áp cổn cào của tiểu thuyết. Buổi chiều ngồi hát, tập truyện ngắn mới và tinh tuyển của Nguyễn Việt Hà với 21 truyện viết trong hơn 20 năm, mở ra một không gian Hà Nội gần gũi nhưng lạ lùng. Có những điều đã đi vào lịch sử: một thành phố có những góc phố vắng bình yên nhưng chứa đựng những nông nỗi phức tạp, nhưng cũng có những nét đương đại của sự xô bồ, cuốn cuộn đổi thay.

**CON CHÓ NHỎ MANG GIỎ HOA HỒNG**

Tác giả: NGUYỄN NHẬT ÁNH
Giá bìa: 90.000 VND

Sài Gòn - Thị thành hoang dại là quyển sách viết về Sài Gòn, về những người nhập cư đã rời xa quê hương để đi tìm một "miền đất hứa". Họ thấp lửa trong tim, mang vào thành phố. Có người tìm thấy tổ ấm, tình yêu và sức mạnh của mình giữa Sài Gòn. Nhưng cũng có người đã gục ngã, tổn thương và đánh mất chính mình. Tập tản văn Sài Gòn - thị thành hoang dại cố gắng chạm tới những phần sâu kín trong tâm thức một người nhập cư lui tới Sài Gòn. Họ đơn độc, gồng mình lên để cứng cỏi, tàn nhẫn, nhưng rồi cũng chính họ lại chia tay ra, giúp đỡ một ai đó xa lạ hết như mình, để cảm thấy bớt cô đơn, cảm thấy bớt bất bình trước những điều không lường tới được hàng ngày.

**CUỐN SỔ VÀNG**

Tác giả: DORIS LESSING
Giá bìa: 156.000 VND

Lá thư hề bao gồm những truyện ngắn được Alphonse Daudet viết khi về nghỉ tại một cối xay cũ kỹ thuộc xứ Provence miền Nam nước Pháp, vốn là sinh quán của thi sĩ, dưới dạng những lá thư gửi một người bạn làm nghề ký giả tại Paris. Giá trị của tác phẩm đã vượt cả không gian và thời gian nhờ tính chất sâu sắc, châm biếm, thi vị và chứa chan tình cảm... Dành thời gian thưởng thức *Lá thư hề* cũng là một cách ngắn gọn nhất để hiểu về một trong những đại văn hào Pháp, và thêm nữa, bồi đắp nỗi hoài nhớ tuổi hoa niên vốn lắng đọng đâu đó trong mỗi con người chúng ta.

**HOA HỒNG MÁU**

Tác giả: DAVID BALDACCI
Giá bìa: 109.000 VND

Will Robie là một sát thủ bậc thầy, át chủ bài của CIA trong những vụ ám sát các nhân vật cấp cao trên thế giới để bảo toàn lợi ích của nước Mỹ. Không ai có thể sánh tầm với tài năng của anh, không ai ngoại trừ Jessica Reel. Nhưng rồi, đột ngột như một phát súng chí mạng, Reel trở mặt với CIA và ra tay hạ sát 2 thành viên của tổ chức. Để ngăn chặn Reel, tổ chức cử Robie đi, với nhiệm vụ là mang Reel về, bất kể sống hay chết. Nhưng càng lần theo dấu Reel, Robie càng thấy đáng sau sự phản bội đó là vô số uẩn khúc. Rốt cuộc, ai mới là kẻ phản bội?





có gì thú vị trong “THỢ SĂN CUỘC CHIẾN MÙA ĐÔNG”

Câu chuyện về Bạch Tuyết và Bảy chú lùn đã quá quen thuộc với trẻ em trên toàn thế giới. Nhưng bạn có biết rằng trước khi câu chuyện về Bạch Tuyết xảy ra, còn có một câu chuyện khác, bi kịch và hấp dẫn không kém về Nữ hoàng độc ác, Nữ hoàng băng, Thợ săn và Chiến binh?

Thợ săn: Cuộc chiến mùa đông (The Huntsman: Winter's War) là bộ phim phiêu lưu viễn tưởng của điện ảnh Mỹ, sẽ ra mắt vào đầu tháng 4.2016. Bộ phim là phần ngoại truyện (cụ thể là tiền truyện và hậu truyện) của Bạch Tuyết và Thợ Săn (Snow White and the Huntsman). Phim lấy cảm hứng từ truyện cổ tích "Bạch Tuyết" của anh em nhà Grimm và truyện "Bà chúa tuyết" của Hans Christian Andersen.

Nội dung phim: Nữ hoàng độc ác Ravenna (Charlize Theron) đã phản bội em gái mình, Freya (Emily Blunt), bằng một hành động không thể tha thứ khiến trái tim cô đóng băng và giải phóng luồng ma lực hết sức khủng khiếp. Lui về ẩn náu tại một vương quốc xa xôi, Freya nuôi dạy đội quân gồm những người Thợ săn để bảo vệ mình với điều luật rằng không ai trong họ được phép yêu. Khi cuộc chiến giữa hai nữ hoàng lên đến đỉnh điểm, chàng Thợ săn tình nguyện Eric (Chris Hemsworth) cùng nữ chiến binh Sara (Jessica Chastain) – người phụ nữ duy nhất khiến trái tim anh rung động - phải tìm cách giúp Freya tiêu diệt chị gái mình. Nếu không, quyền năng đen tối của Ravenna sẽ mãi mãi thống trị thế giới này.

Nữ quyền lên ngôi. Đã hết rồi cái thời phụ nữ luôn là phái yếu, cần được đàn ông che chở và đàn ông luôn đóng vai trò người hùng để cứu mỹ nhân. Mặc dù mang tiếng là bộ phim của Thợ săn, nhưng phái đẹp mới thực sự là tâm điểm. Đây là cuộc chiến của hai nữ hoàng xinh đẹp và quyền lực: Nữ hoàng Ravenna hắc ám và Nữ hoàng băng Freya. Sara cũng là một chiến binh mạnh mẽ, điều luyện, có thể tự bảo vệ mình.

Nhân vật Sara đã được nhắc tới ở Bạch Tuyết và Thợ Săn trong vai trò người vợ quá cố của Thợ săn. Cô bị giết chết bởi em trai của Ravenna. Nhiều fan của bộ phim gốc rất thích cặp đôi Bạch Tuyết và Thợ Săn nên tỏ ý nghi ngờ tính khả thi của câu chuyện tình trong phần mới. Jessica Chastain giải thích về vai diễn: "Đầu tiên tôi cũng băn khoăn lắm bởi câu chuyện tình giữa Bạch Tuyết và Thợ Săn đã phần nào được phát triển trong bộ phim trước. Tuy nhiên khi tôi xem lại thì tôi nhận ra xuyên suốt bộ phim anh ấy liên tục nhắc về Sara. Ngay cả khi anh ấy nói về nụ hôn của tình yêu đích thực, anh ấy vẫn liên tục nhắc về Sara và anh ấy nói với Bạch Tuyết "Cô khiến tôi nhớ về cô ấy"."

Freya là tên một nữ thần trong thần thoại Bắc Âu. Bà là nữ thần của tình yêu, phép thuật và cái chết. Theo truyền thuyết, bà kết hôn với một vị thần tên là Odr. Họ đã lạc mất nhau sau khi Odr chu du đến các miền đất xa xôi và không thấy trở về. Freya đi khắp thế gian để tìm chồng, khóc lóc không ngừng và nước mắt khi rơi xuống đất thì trở thành vàng, rơi xuống biển thì thành hổ phách. Bà trở thành một biểu tượng của sự thủy chung.

Bộ phim được đạo diễn bởi Cedric Nicolas-Troyan, người có vai trò chuyên viên kỹ xảo trong bộ phim gốc. Đây là lần đầu tiên Nicolas-Troyan thử sức với vai trò đạo diễn. Tuy nhiên, khán giả có thể trông đợi Thợ săn: Cuộc chiến mùa đông sẽ là một bộ phim mãn nhãn với kỹ xảo hoành tráng. Kịch bản được viết bởi Craig Mazin, Martin Solibakke và Evan Spiliotopoulos.

Bộ phim quy tụ những ngôi sao hạng A của Hollywood cho các vai chính. Trong đó, nhân vật Thợ Săn vẫn sẽ do tài tử Chris Hemsworth (từng quen thuộc với vai Thor) thủ vai. Còn Charlize Theron từng nhận giải Oscar cho vai diễn kẻ giết người hàng loạt trong Monster và được công chúng mến mộ qua siêu phẩm Mad Max: Fury Road. Hai sao nữ mới tham gia phần này là minh tinh Jessica Chastain từng có 2 đề cử Oscar trong sự nghiệp còn Emily Blunt nhận giải Quả cầu vàng năm 2007, quen thuộc với khán giả từ phim The Adjustment Bureau (đóng cùng Matt Damon).

Nhân vật Bạch Tuyết sẽ không xuất hiện trong phim này. Kristen Stewart theo đó cũng bị loại khỏi dự án. Có tin đồn rằng một trong những nguyên nhân khiến Stewart mất vai là do bê bối tình ái với đạo diễn Rupert Sanders từ phần trước.

Bộ phim gốc Bạch Tuyết và Thợ Săn (Snow White and the Huntsman) giành được nhiều thành công. Phim ra mắt lần đầu vào năm 2012 với ngân sách 170 triệu USD và mang về gần 400 triệu USD. Trên phương diện chuyên môn, phim do đạo diễn Rupert Sanders thực hiện còn nhận 2 đề cử Oscar về thiết kế phục trang và kỹ xảo hình ảnh.

Tại Việt Nam, phim dự kiến ra rạp ngày 8.4.2016 – 3 tuần trước ngày khởi chiếu ở Bắc Mỹ.





Đàn bà & Mùa Hạ

Không phải đàn bà nào cũng mệnh Hỏa nhưng đàn bà đích thực thì nóng bỏng quyến rũ như mặt trời mùa hạ. Mỗi ban mai mặt trời đỏ lửa phủ những tia nắng len sâu vào gian phòng đánh thức mọi người hào hứng cho một ngày mới.

Như Bình

Tôi nhớ rằng, cách đây vài năm, khi thực hiện một bài viết về tâm lý phụ nữ, tôi từng kể một câu chuyện về một phụ nữ nhút nhát đã đấu tranh thế nào giữa việc sẽ mặc một chiếc đầm tới văn phòng hay không. Câu chuyện có vẻ khá đơn giản và có phần nhạt nhẽo, đó là dù đã mua rất nhiều những chiếc đầm đẹp nhưng nàng chưa một lần xỏ chân vào để diện tới văn phòng. Trong khi đó, những phụ nữ khác thì váy vó sung sướng. Và lúc này đây, khi một mùa Hạ cận kề, tôi lại nhớ tới câu chuyện của cô bạn, với những ý niệm so sánh về phụ nữ với mùa này của năm.

Dường như, mùa Hạ là mùa dành cho đàn bà, là khi ta lột bỏ những đôi tất chân dài thườn thượt với những chiếc áo cổ lọ kín như nhà tù giam nhốt cơ thể. Mùa hạ là mùa của sự sexy, gợi cảm với những chiếc váy ngắn, áo mát; là mùa của nét đẹp rất đàn bà. Đàn bà là thế, luôn muốn mình đẹp và sexy và bởi thế nên phần đông đàn bà đều thích mùa hạ, và đều đợi mùa hạ bởi đây là lúc họ toả sáng với sự gợi cảm của mình. Trong từ điển của phụ nữ, Mùa Hạ mang nhiều ý nghĩa. Đó có thể là một chiếc đầm đỏ trong một bữa tiệc sang trọng bên bể bơi hoặc những lúc thoải mái đùa vui trong làn nước trong bộ đồ 02 mảnh trước vô vàn ánh mắt ngưỡng mộ. Và dù ở bất kỳ hoàn cảnh nào thì đàn bà vẫn nụ cười tươi mọng trên môi, ánh mắt lúng liếng như nắng, làn da sáng lên yêu kiều.

Mùa hạ ứng với hành Hỏa, màu đỏ. Không phải đàn bà nào cũng mệnh Hỏa nhưng đàn bà đích thực thì nóng bỏng quyến rũ như mặt trời mùa hạ. Mỗi ban mai mặt trời đỏ lửa phả những tia nắng len sâu vào gian phòng đánh thức mọi người hào hứng cho một ngày mới. Chỉ

mùa hạ mặt trời mới đỏ mới và mới chín mọng nhất. Và so mặt trời mùa hạ với đàn bà, là bởi phụ nữ chỉ là một danh từ chung; thiếu nữ là một vẻ đẹp chưa viên mãn; đàn bà hai tiếng ấy đã đầy sức gợi; đầy chiều sâu; và mới là một nửa thế giới đích thực.

Đàn bà đích thực biết nhu biết cương, không nóng nổi như khi người ta còn non nớt ấu thơ, cũng chưa cực đoan như khi người ta bị tạo hóa và thời gian tước dần đi cái đặc tính đàn bà. Thế nên đàn bà thấp sáng lên ngọn lửa mùa hạ nhưng cũng có thể nóng nảy thiếu rui tất cả khi nàng bị tức giận. Lúc nàng nũng nịu mới đáng yêu làm sao nhưng lúc nàng lên cơn thì cũng khiến người khác phải sững sờ nghiêm túc nhìn lại mình. Sự nũng nịu ấy sai bảo được nhiều người và sự tức giận kia cũng khiến nhiều người tự thấy được sai bảo. Đàn bà có sức mạnh thôi thúc khiến đàn ông trở nên hoạt bát năng nổ như màu đỏ có tác dụng thôi thúc tinh thần con người.

Tôi lại nhớ tới lời một người đàn ông nói rằng nếu có một người đàn bà đích thực bên cạnh, anh ta sẵn sàng lái xe trong đêm mà không cần bật đèn, tất cả cung đường anh ta đi bừng sáng như có sự soi dẫn từ phía người đàn bà. Có thể anh ta nói quá lên nhưng chắc chắn anh ta là người

đàn ông đích thực. Anh ta và những người như anh ta chắc chắn cảm nhận được sự tan chảy của mình khi đứng bên một người đàn bà. Đàn ông giống như que kem khó cưỡng nổi sự nóng bỏng đích thực của đàn bà. Mùa hạ đỏ lửa nhưng lại biết ru bằng những cơn gió dài miên man. Tưởng như gió làm dịu lửa nhưng thực ra đã cộng hưởng để kem tan chảy càng nhanh thôi. Đúng là có được một người đàn bà đích thực vừa giống như có một ngọn nến ấm áp lại vừa giống có một hỏa diệm sơn.

Đàn ông muốn giữ tất cả trong tay mình thì phải lớn lên. Phụ nữ ở tuổi mười tám đôi mươi thường thích một anh chàng lớn hơn tuổi mình đó là vì những người đàn ông lúc đó của họ đã lớn lên. Nhưng khoảng 15 – 20 năm sau đàn bà lại đi tìm phi công trẻ là bởi người đàn ông của họ đã già, tấm hồn đã teo tóp đi còn các chàng phi công kia đã lớn lên. Tấm hồn đàn ông lớn lên nghĩa là đã biết đàn bà cần gì, khao khát gì, muốn gì. . . Chẳng phải bắc loa kêu gọi “các người hãy lớn lên” mà đàn bà âm thầm qua ánh mắt cử chỉ như mùa hạ âm thầm gia tăng nhiệt, gia tăng thời gian chiếu nắng buộc vạn vật phải sinh sôi phát dục

và lớn lên. Người đàn ông dù có 50 tuổi, có thành công trời bể mà trong đời chưa từng có một người đàn bà đích thực thì vẫn chưa thể lớn lên. Cũng như người ta hiểu vì sao những cánh rừng nhiệt đới phong phú hơn những cánh rừng ôn đới đó là vì chúng có mùa hạ đích thực.

Chỉ cần nói đến đây thôi cũng đã thấy đàn bà làm được bao nhiêu thứ cho đời, không dám hình dung ra trái đất sẽ tới tệt thế nào nếu thiếu đàn bà. Lúc đó có lẽ phượng vĩ cô đơn chẳng đủ nắng để đỏ, đàn ve âu sầu chẳng kéo bản

tình ca, mặt trời lại ngủ quên ngàn đời với mưa và lạnh. Nhưng đến cuối cùng đàn bà lại trở về với chính mình cô đơn khao khát đôi, khi quần quai trần trụi với ước mơ được là đích thực đàn bà như cô bạn nhút nhát kia. Cùng là nữ giới nhưng đâu phải ai cũng được gọi là rất đàn bà và có rất nhiều người phụ nữ ghét đàn bà. Ở góc độ sâu xa nào đó phụ nữ đó đang ghen bởi mang danh đàn bà nhưng lại không là đàn bà đích thực.

Là Xuân, là Thu hay Đông không phải là Hạ và dẫu họ đẹp thế nào thì vẫn chưa đi đến cùng cực của đàn bà nên có chút hờn ghen. Thế nên Hạ dễ có đám đông vây quanh nhưng dễ cô đơn đến cùng cực, có thể suốt đời phải gồng mình trước thế lực đông đảo của đám phụ nữ Xuân Thu Đông kia.. Đàn bà luôn sẵn sàng thời trang hơn thời tiết là một cách phản kháng với sự kìm kẹp xấu xí. Xuân Thu Đông không hiểu hết nỗi khát khao của đàn bà hoặc hiểu nhưng cố tình dè nén cái khát khao đẹp lên ấy. Vì thế đàn bà đợi mùa hạ để có cơ phả thuật cổ áo rộng hơn khoét sâu hơn chân váy để nói với những người đàn ông đích thực rằng đàn bà đẹp về đẹp đó toát ra từ chiều sâu của một tâm hồn đàn bà đích thực. Vẫn biết đàn bà hiện đại rất tự tin nhưng đôi khi vẫn muốn nương vào một lý do gì đó cho ra vẻ nữ tính e dè điệu đang thêm quyến rũ.





1 - GOLDEN LYPRES® HỢP TÁC, THÀNH CÔNG, PHÁT TRIỂN

Chính thức có mặt tại Việt Nam vào năm 2012, GOLDEN LYPRES® đã có cho mình cửa hàng đẳng cấp tại khách sạn 5 sao danh tiếng Sheraton Saigon Hotel & Towers và đại lý phân phối thuộc tập đoàn Vingroup - Bệnh viện Đa khoa Quốc tế Vinmec, cùng nhiều cá nhân, nhà phân phối có uy tín khác. Trong xu thế phát triển, chúng tôi mong muốn sẽ có nhiều khách hàng Việt Nam được chăm sóc sức khỏe bằng những sản phẩm chất lượng, cao cấp, uy tín hàng đầu như GOLDEN LYPRES®. Vì thế, chúng tôi mong muốn được hợp tác với các đơn vị, tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân có cùng chí hướng. Với tầm ảnh hưởng của GOLDEN LYPRES®, chúng tôi tin rằng sự hợp tác sẽ càng nâng cao uy tín của quý đối tác. Hãy liên hệ với chúng tôi để trở thành nhà phân phối qua: 08.38276446 - 0919632772 - Email: pvoffice@hsbiotech.com - Website: www.hsbiotech.com.

2 - ELIZABETH ARDEN

Nằm trong kế hoạch phát triển thương hiệu tại Việt Nam, Elizabeth Arden vừa ra mắt cửa hàng đầu tiên tại TTTM Parkson Lê Thánh Tôn, Quận 1, TPHCM trong tháng 1 năm 2016 và cửa hàng thứ 2 tại TTTM Lotte, 54 Liễu Giai, Quận Ba Đình, Hà Nội. Nhân dịp này nhân hàng kết hợp với việc giới thiệu sản phẩm mới nhất, SUPERSTART - Skin Re-

newal Booster. SUPERSTART Skin Renewal Booster là một cải tiến chăm sóc sắc đẹp toàn diện được thiết kế phù hợp cho mọi loại da cũng như mọi loại sản phẩm chăm sóc sắc đẹp của phụ nữ.

3- KHÁCH SẠN MELIA HANOI

Lễ phục sinh là một trong những ngày lễ vô cùng quan trọng đặc biệt là đối với người theo Kito giáo. Trong dịp lễ trọng đại này, không thể không nhắc đến những quả trứng sắc sảo nhiều màu sắc biểu tượng cho sức sống đang trỗi dậy của mùa xuân. Để chào đón Lễ Phục Sinh, Chủ Nhật 27/03/2016, nhà hàng El Patio tại Melia Hà Nội vô cùng hân hạnh giới thiệu Buffet trưa với các mức giá: VND 1,095,000 ++/ người lớn (không kèm đồ uống); VND 1,160,000 ++/ người lớn (kèm nước ngọt và bia), VND 1,440,000 ++/ người lớn (kèm rượu và vang nổ), VND 550,000 ++/ trẻ em (không kèm đồ uống), VND 590,000 ++/ trẻ em (kèm đồ uống).

4 - BANYANTREE LĂNG CÔ

Với cảnh quan tuyệt đẹp của Biển Đông và dãy Trường Sơn tráng lệ làm nền, Banyan Tree Lăng Cô, với không gian yên tĩnh và thân mật là điểm đến hoàn hảo cho một kì nghỉ lãng mạn với người đặc biệt. Hãy thưởng thức những món ăn tinh tế, trẻ hóa làn da với gói trị liệu spa dành cho cặp đôi và để cho tình yêu thăng hoa. Từ đây đến 22/12/2016, đặt 2 đêm tại Banyan Tree Lăng Cô với giá chỉ từ 16.000.000* nett, bạn có thể thoải mái tận hưởng những dịch vụ tuyệt vời ở đây.



5 - FORD VIỆT NAM

Ford Việt Nam vừa công bố doanh số tháng Hai tốt nhất trong lịch sử - tháng kinh doanh rút ngắn do Tết nguyên đán - với doanh số bán lẻ tăng trưởng 65% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 1.524 xe bán ra. Đặc biệt, Ranger và Transit tiếp tục là hai mẫu xe bán chạy nhất trong phân khúc bán tải và thương mại. Với doanh số cộng dồn hai tháng đầu năm, Ford tăng 68% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 4.109 xe bán ra. Nhờ đó, Ford vững vàng đà tăng trưởng, tiếp tục là một trong những thương hiệu ô tô có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất trên thị trường.

6 - HENNESSY CONCERT XX

Từ năm 1996, những chương trình Hòa nhạc Hennessy tổ chức thường niên tại Việt Nam bởi công ty Cổ phần Phân phối Moët – Hennessy phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã trở thành một sự kiện âm nhạc có uy tín được đông đảo khán giả Việt Nam đón đợi. Kỷ niệm lần thứ 20 được thực hiện tại Việt Nam, Chương trình Hòa nhạc Hennessy năm nay sẽ giới thiệu dàn nghệ sĩ xuất sắc hàng đầu trong lĩnh vực biểu diễn và sáng tác tới công chúng Việt Nam, thể hiện một thành tích ấn tượng trong bối cảnh thế giới âm nhạc cổ điển vẫn luôn không ngừng thay đổi và nỗ lực duy trì sự liên tục.

7 - PANDORA

Thương hiệu trang sức đến từ Đan Mạch Pandora mang lại cho độc giả của Hàng hiệu những ưu đãi hấp dẫn sau: Từ ngày 12/4 đến ngày 21/4, tặng hộp trang sức cao cấp khi mua với hóa đơn từ 7,000,000đ. Đặc biệt, trong ngày Quốc tế lao động 30/4, Pandora ưu đãi 10% cho tất cả các sản phẩm. Cả hai chương trình đều áp dụng chung với ưu đãi khách hàng VIP của Pandora. Địa chỉ cửa hàng: Pandora Diamond, Diamond Plaza, lầu 1, số 34 Lê Duẩn, Q.1, HCM. Hotline: 08 3822 34812/ Pandora Parkson Paragon, lầu 1, số 03 Nguyễn Lương Bằng, Quận 7, HCM. Hotline: 08 5416 0554/ Pandora 60 Lý Thái Tổ, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội. Hotline: 04 3938 7840.

**8 - ADIDAS ORIGINALS**

Lấy cảm hứng từ quá khứ nhưng luôn hướng về tương lai, Adidas Originals NMD đã tham gia vào thị trường giày casual - vốn đại diện cho một cuộc sống không ngừng chuyển động. NMD là một sản phẩm đại diện cho nguồn cội của adidas Originals cùng công nghệ đột phá tiên tiến được thiết kế phù hợp với lối sống năng động không ranh giới. Công nghệ BOOST và công nghệ dệt Primeknit hòa cùng với ngôn ngữ thiết kế táo bạo, đồng thời trong đó là những hơi thở mang hoài ức từ lịch sử của thương hiệu. Kết quả đạt được là một hình ảnh mới sáng tạo và mạnh mẽ cho sự tiên phong của Adidas, định hình được đáng đáp và phong cách của ngày hôm nay.

9 - KHÁCH SẠN NIKKO HANOI

Cùng khách sạn Nikko Hanoi tận hưởng bầu không khí ấm áp với gia đình trong những ngày cuối tuần. Một số ấn phẩm sẽ đem đến không chỉ niềm vui mà còn kèm cả những bài học đầy ý nghĩa cho trẻ em. Đây là các cuốn sách có chủ đề về nuôi dạy con theo phong cách Nhật Bản như cuốn Yêu thương



không cảm đoán, Giúp con phát triển ngôn ngữ, Sổ tay giáo dục gia đình Nhật Bản,... hoặc sách truyện Ehon nổi tiếng của Nhật. 200 cuốn sách sẽ được dành tặng cho các vị phụ huynh và các em bé.

10 - LONGCHAMP

Mùa xuân này, Longchamp đã tạo nên một cuộc cách mạng cùng dòng túi ROSEAU biểu tượng – với thiết kế tuyệt đẹp và năng động. Dòng mới này có hai mặt túi, được gắn một miếng da bò biểu tượng Longchamp ở mặt trước túi, tạo cho bạn hai phong cách khác biệt nhờ sự kết hợp hài hòa giữa hai gam màu sắc và kết cấu túi. Một mặt túi toát lên vẻ mềm mại của những hạt satin mềm mại lịch sử của dòng túi ROSEAU, với một gam màu trung tính quyến rũ, mặt còn lại với gam màu mạnh mẽ và những hạt satin lớn hơn, tạo nên sự tương phản rõ rệt.



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 Thúy, Cầu Giấy, Hà Nội.
- Parkson CT Plaza, 60A Trường Sơn, Quận Tân Bình, Tp. HCM
- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp. HCM.
- Parkson Saigon Tourist Plaza, 35-40 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.
- Parkson Hùng Vương, 126 Hùng Vương, Q5, Tp. HCM.
- Aeon Tân Phú, 30 Bà Bao Tân Thắng, Tân Phú, Tp. HCM
- Khách sạn New World, 76 Lê Lai, Q1, Tp. HCM.

- SHISEIDO**
- Vincom Tower, 191 Bà Triệu, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Parkson Viet Tower, 198B Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội.
- 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 Đình, 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



Bulgari Serpenti Incantati

Thiết kế hoàn hảo của Fabrizio Buonamassa Stigliani đã biến đồng hồ thành một phụ kiện trang sức cao cấp hoàn mỹ. Một số đồng hồ ẩn hiện tại chính giữa thiết kế với hình một chú rắn quấn quanh, tạo tổng thể như hình một bông hoa tuyệt đẹp.

will peltz
actor
kenya kinski
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 (0932171735) | 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)

Đã đến lúc sống mãi trọn vẹn.

TISSOT VINTAGE POWERMATIC 80.

ĐỒNG HỒ VÀNG 18 CARAT NGUYÊN KHỐI NÀY
MANG SỰ HÒA QUYỀN TUYỆT VỜI CỦA VẺ ĐẸP
CỔ KÍNH CÙNG NÉT HIỆN ĐẠI CỦA CÁCH TÂN.
MỘT SẢN PHẨM QUÝ GIÁ MANG THIẾT KẾ
TRƯỜNG CỨU ĐỂ CÓ THỂ LƯU TRUYỀN
QUA CÁC THẾ HỆ TRONG GIA ĐÌNH.
ĐƯỢC LẮP BỘ MÁY POWERMATIC 80
VỚI MỨC DỰ TRỮ NĂNG LƯỢNG
LÊN ĐẾN 80 GIỜ VÀ
MẶT KÍNH SAPPHIRE
CHỐNG TRẦY.



T+TISSOT THIS IS YOUR TIME