

STEE

PHONG CÁCH CỦA BẠN

*Sneaker
Stroll*

Vẻ đẹp
đích thực của
THỜI TRANG

Con mèo ngoan
VÂN HUGO

OPERA: SỰ KẾT HỢP
ĐỈNH CAO
CỦA NHIỀU MÔN
NGHỆ THUẬT

THE
REAL
BEAUTY

Hành trình tìm kiếm cái ĐẸP!



NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

SNOW BIRD

A film by Sean Baker
kenzo.com/snowbird



KENZO PARIS

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 884 triệu đồng - Tiết kiệm đến 15 triệu đồng.

Liên hệ đại lý để biết thêm chi tiết.



Go Further

ford.com.vn

• **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội, Tel: 04.37505055 • **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội, Tel: 04.36818888 • **HANOI FORD:** 94 Ngõ 3 Thới Nhân, Hà Nội, Tel: 04.39712439 • **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội, Tel: 04.33662566 • **HATHANH FORD MYĐÌNH:** 02 Tôn Thất Thuyết, Nam Từ Liêm, Hà Nội, Tel: 04.37957518 • **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội, Tel: 04.35521920 • **THANH XUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội, Tel: 04.35525525 • **HAI PHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng, Tel: 0313.668990 • **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hà Long, Tel: 033.3626699 • **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh, Tel: 038.3515292 • **THANH HOA FORD:** Lô 87, Đại Lộ Võ Nguyên Giáp, Phường Quảng Thành, TP. Thanh Hóa, Tel: 0373.727799 • **DANANG FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng, Tel: 0511.3646555 • **DANANG FORD BINHDINH:** 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định, Tel: 056.3546555 • **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột, Tel: 0500.3954999 • **NHA TRANG FORD:** 51, Đường Lê Hồng Phong, Phường Phước Tân, TP. Nha Trang, Tel: 0583.885539 • **BINH DUONG FORD:** Lô C13, Nguyễn Huệ, Khu Liên Hợp, TP. Thủ Đức, Tel: 0650.3801381 • **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP. HCM, Tel: 08.39157979 • **CITY FORD:** Số 216-218, Quốc Lộ 13, Phường Hiệp Bình Chánh, Q. Thủ Đức, TP. HCM, Tel: 08.37262626 • **CITY FORD VUNGTAU:** Số 404, 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 Phổ Quang, Tân Bình, TP. HCM, Tel: 08.38442947 • **SAIGON FORD TRAN HUNG DAO:** 6A, Trần Hưng Đạo, Phường Phạm Ngũ Lão, Quận 1, TP. HCM, Tel: 08.39153244 • **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP. HCM, Tel: 08.39776732 • **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: 1800-968888**



Life in the now.

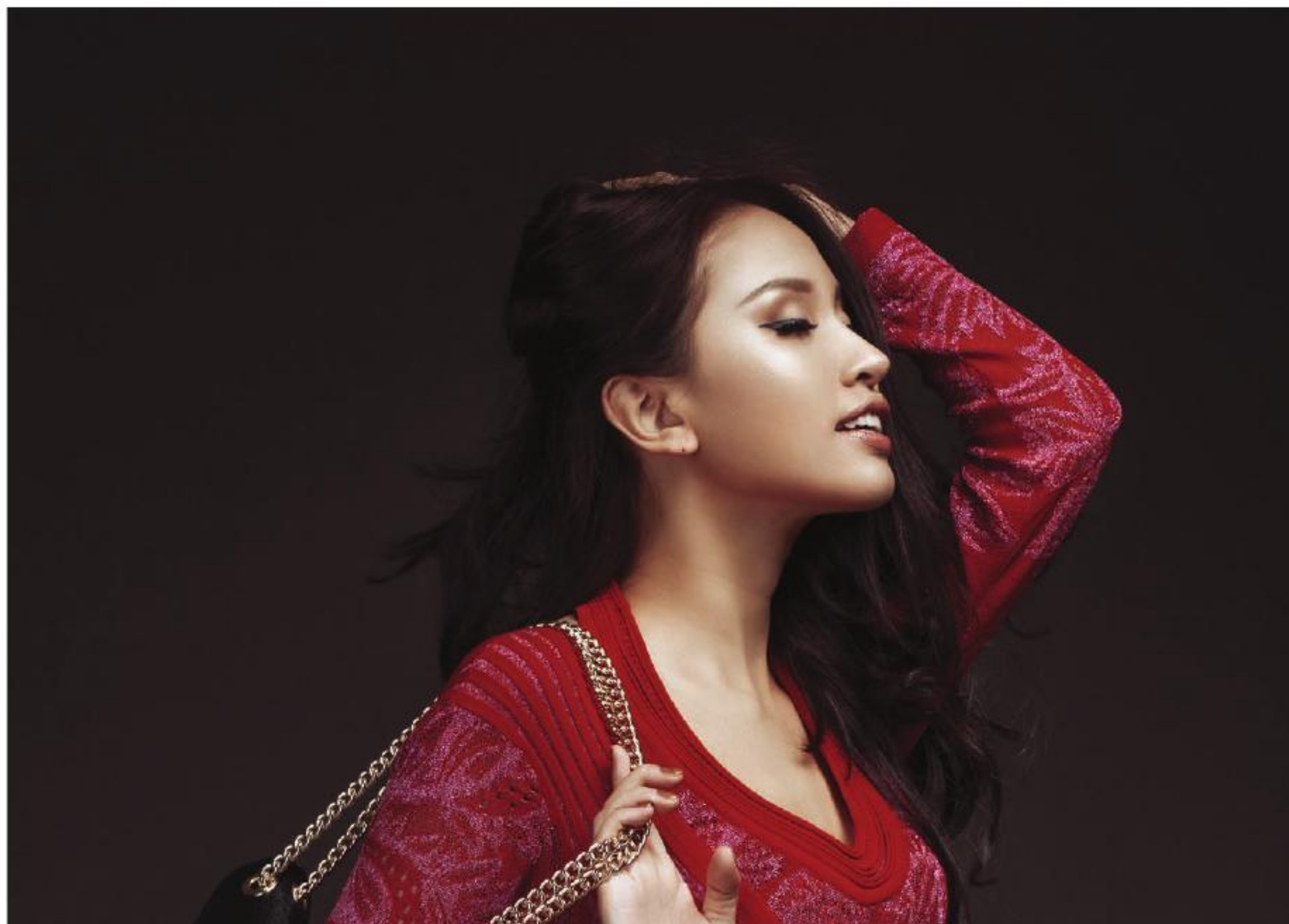
SHARE YOUR #CKMINUTE

will peltz
actor
kenya kinski
model

Calvin Klein
swiss made



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) | PNJ Chain Shops (39959336) **Hà Nội:** 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) **Đà Nẵng 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)



CONCEPT & CREATIVE: **CBM**
 PHOTOGRAPHER: **LENCONCEPT**
 MODEL: **THANH VÂN HUGO**
 STYLIST: **MANH QUÂN**
 MAKEUP: **KEZBI NGUYỄN**
 PRODUCER: **NGỌC AN**
 FASHION: **JUST CAVALLI**
 LOCATION: **STUDIO 15B TRẦN THỊ**

THE REAL BEAUTY

Chúng ta đang sống trong một thế giới của muôn vàn sắc đẹp và kiểu đẹp khác nhau. Những chuẩn mực về cái đẹp đang không ngừng bị thay thế và được phủ nhận bởi những đề xuất khác nhau. Đây chính là lúc - bạn một cô gái của Style phải xác định cho mình xem đâu là vẻ đẹp của mình. Đây cũng là lúc bạn phải đưa ra quyết định vô cùng khó khăn là sẽ cả đời chạy theo những pano quảng cáo, chạy theo những shoot lung linh của các thương hiệu, hay bạn tự tìm ra vẻ đẹp của chính con người mình, với cái tôi của chính mình.

Là một người yêu thời trang, bạn cũng không khó nhận ra rằng, ngay cả chính những thương hiệu lớn đều có những lựa chọn những người mẫu cho các chiến dịch quảng cáo của họ tới từ thế giới của những người thường – nghĩa là không như lau như li, không hoàn mỹ. Nhưng chính những chiến dịch đó lại là những chiến dịch vô cùng thành công.

Vậy đó, chuyên đề này đã được chúng tôi thực hiện với mục đích quan trọng là mong muốn bạn sẽ tìm về cái ĐẸP của chính bạn, những điều mà chính Bạn chứ không ai ngoài bạn có thể có được. Chúng tôi cũng tham vọng có thể đi cùng bạn trên con đường Hành trình Tìm kiếm cái Đẹp đó!

Style Team





BRUNELLO CUCINELLI

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

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 BACH 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: VŨ THÙY DƯƠNG

BEAUTY: BÙI THANH HOA

LIFESTYLE: TRẦN MINH HÙNG

ENTERTAINMENT: ANH TRÂM

CỘNG TÁC VIÊN

HỒ THẠCH THẢO

KHÚC CẨM HUYỀN

HÀNG MOON

CẨM ANH

ART DIRECTION

CẨM NHUNG

camnhungstyle@gmail.com

THIẾT KẾ MỸ THUẬT

KIKO NGUYỄN

VIỆT ANH TRẦN

NHIẾP ẢNH GIA

SAMUEL HOÀNG - BOBBY NGUYỄN - MẠNH BÌ - TEE LE - MILOR TRẦN

STYLIST

HOÀNG KÙ - LUSIA LAN ANH - MỸ GÓI

QUẢNG CÁO

HOTLINE : HÀ NỘI: 0914585839 - TP.HCM: 097 371 9999

EMAIL: chaubachmedia@gmail.com

LIÊN HỆ ĐẶT BÁO DÀI HẠN

HOTLINE : HÀ NỘI: 0914585839

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 Tiến Phong

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

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

WEBSITE www.stylemagazine.vn

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

Nhà xuất bản THANH NIÊN

SỐ XÁC NHẬN ĐĂNG KÝ XUẤT BẢN TẬP 4/2016: 231-2016/CXBIPH/63-04/TN theo QĐXB số 206/ 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: 978-604-64-3594-5

GIÁ: 39.500 VNĐ



Oscar de la Renta



Fashion Photography: "Sea Change" by Matthieu Belin

I INSPIRATION

- 28. PICKED FOR HIM
- 30. OFF THE SHOULDER
- 34. CẢM HỨNG Á ĐÔNG
- 60. VẼ ĐẸP ĐÍCH THỰC CỦA THỜI TRANG



A ALLURE

- 72. BEAUTY BUZZ
- 76. BẠN CÓ DÁM NGHỊCH VỚI MASCARA RỐI?
- 78. NỀN DÂN CHỦ CỦA NƯỚC HOA
- 86. MẠNG NHỆN TRÊN DA



H HI TECH

- 94. 5 SMARTPHONE CỦA THÁNG
- 96. 5 GADGET CỦA THÁNG
- 96. MAZDA6 SEDAN SANG TRỌNG, TIỆN NGHI



Paul

Smith

Series Surreal Fashion do nhiếp ảnh gia: Natalie Dybisz thực hiện



E EXPERIENCES

102. VENICE: THIÊN ĐƯỜNG CỦA CHÂU ÂU

108. BRANDT: MỘT THẾ KỶ NGUYỄN VỆ ĐAM MÊ

114. MÙA XUÂN NHẬP MỘT CHÉN TRÀ



F FEATURES

119. MỘT VÂN HUGO CÓ THỂ BẠN KHÔNG BIẾT

128. CEO NGUYỄN MINH PHÚC: "TRÍ KỶ" CỦA NHỮNG MẸ BẦU



S STYLE TALK

124. OPERA: SỰ KẾT HỢP ĐỈNH CAO CỦA NHIỀU MÔN NGHỆ THUẬT

132. LỜI NÓI DỐI TỪ NHỮNG TẮM PANO





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.

THE REAL *beauty*



— *Vẻ đẹp đích thực* —

Kim cương và than chì chỉ là hai dạng thù hình khác nhau của cacbon. Chỉ nhờ cấu trúc khác nhau, mà giá trị của hai thứ bỗng trở nên chênh lệch nhau gấp triệu lần như thế. vẻ đẹp của phụ nữ cũng vậy. Đừng mãi là một cục than đen, khi nàng hoàn toàn có thể trở thành một viên kim cương lấp lánh.

Cẩm Huyền

Nàng là cô bạn học hồi cấp ba của tôi. Ngay từ lúc mới gặp lần đầu, tôi đã phải giật mình tự nhủ “Èo ơi, sao mà xấu thế!”. Cửa đáng tội, nàng xấu thật. Các nét đều thô kệch, đáng người không thanh tú, cũng chẳng có đường cong hấp dẫn, đã thế còn ngây ngô, ăn nói chẳng duyên dáng hay hài hước đáng yêu. Cô ấy hẳn là một điểm 0 tròn xoe trong mắt đàn ông, tôi thậm nghĩ. Bẵng đi một thời gian dài không gặp nhau, đến ngày họp lớp, cả lớp gần như không nhận ra nàng. Các nét vẫn nguyên xi, gương mặt không biến dạng, nhưng cô ấy đẹp. Cái đẹp của một người phụ nữ thông minh, thành đạt và tự tin. Cái đẹp của một người biết giá trị và khả năng của mình. Và người đàn ông đi cạnh nàng, chao ôi, mới đẹp trai, lịch lãm, nam tính và đáng mơ ước làm sao! Cả đám con gái cứ bản thân, nhưng nhìn hai người họ đi cạnh nhau, chúng tôi đều phải gật đầu thừa nhận: Đẹp đôi kinh khủng!

Tối hôm đó, tôi đã suy nghĩ rất nhiều. Cái gì đã thay đổi cô ấy đến vậy? Điều gì đã khiến vầng hào quang xung quanh nàng bỗng đứng lại lấp lánh và rực rỡ đến vậy? Chắc chắn nó không phải chiếc váy hàng hiệu nàng mặc, chiếc nhẫn kim cương nàng đeo, hay mùi hương nước hoa nồng nàn làm ngây ngất lòng người. Không phải những thứ đó. Mà chính là khí chất của nàng, của một người phụ nữ luôn trân trọng, yêu thương và rèn giũa bản thân đã khiến cô ấy có một hấp lực khó cưỡng đến vậy. Đó chính là vẻ đẹp mà người phụ nữ nào cũng cần hướng tới: Vẻ đẹp tự thân.

Đẹp tự nó đã là một khái niệm mơ hồ và bị chi phối, ảnh hưởng bởi những nguyên tắc, định kiến và chuẩn mực của xã hội cũng như truyền thống. Một người phụ nữ đẹp trong trí tưởng tượng và thang điểm 10 của nhiều người ắt hẳn là một cô nàng trẻ trung, quyến rũ, chân dài eo thon vòng một khủng. Là một nàng luôn sạch-đẹp-thơm và mỗi khi nàng nở nụ cười là hoa nhường nguyệt thẹn. Nhưng đó, mới chỉ là vẻ đẹp bên ngoài. Nó chỉ hấp dẫn những ánh nhìn. Còn vẻ đẹp bên trong, cái khí chất của một người phụ nữ, mới là thứ làm say đắm con tim. Khi đó, nàng sẽ kiêu hãnh khoác những đau đớn, những vấp ngã, thất bại trong đời mình lên như một chiếc áo khoác hàng hiệu lung linh bắt mắt. Người ngoài sẽ chỉ nhìn thấy vẻ đẹp lấp lánh của nó, chứ không bao giờ biết sự thông thái ấy, con mắt am tường ấy, lòng tốt chân thành không toan tính, không tham sân si ấy, nàng đã phải đánh đổi bằng biết bao nhiêu nước mắt.

Phụ nữ luôn ép mình phải đẹp. Và phải đẹp hơn tất cả phụ nữ khác thì càng tốt. Vẻ đẹp bên trong không vụ lợi và ganh đua như thế. Nàng một khi đã ý thức được giá trị và vẻ đẹp của mình, thì sẽ vĩnh viễn đẹp xinh như một bông hoa đang kỳ trở sắc. Sẽ chẳng phải so sánh, phải đua tranh với bông hoa nào khác. Nàng cứ tự nhiên bung nở và lan tỏa hương thơm làm mê đắm lòng người. Phụ nữ đẹp, là khi nàng không ghét bỏ, không thù hận những người phụ nữ khác. Phụ nữ đẹp, là khi nàng không lấy đàn ông ra làm thước đo hạnh phúc hay mục đích để đạp lên hạnh phúc của người khác. Phụ nữ đẹp, là người tự biết tạo ra ánh mặt trời ấm áp cho chính mình, để có thể vượt qua mọi bão giông của cuộc đời.

Một cô bạn của tôi chân dài mét mốt, eo cong lưng ong, vòng một đầy đặn, nói chung là ngon hết xảy vừa bị sang chấn tâm lý chỉ bởi lời nói của một gã đàn ông. Số là dạo gần đây nàng mang bầu, thân hình không còn được chữ S như trước mà bắt đầu to đùng thô kệch. Trưa hôm ấy đi qua hàng nước có đám trai công sở đang ngồi chém gió, nàng nghe một chàng (đẹp trai mới đầu) nói oang oang “Ngồi gọn vào cho mẹ ông đi qua nào!”. Choang. Có cái gì đó trong nàng đã vỡ, rất nhanh và mạnh. Đàn ông là vậy. Dù là một người đã có vợ xinh như hoa hậu, một chàng FA hay một kẻ chẳng có bản lĩnh đàn ông và lấy Viagra làm lẽ sống, phần nhìn của nửa kia vẫn luôn là ưu tiên số một. Vậy nên phụ nữ à, hãy biết cách vượt qua những chuẩn mực của truyền thống, hay của nửa kia của thế giới, mà chăm chút cho khí chất, phong thái và tâm hồn của mình. Khi ấy, thì dù nàng mặt mộc hay make up, mặc váy dạ tiệc hay váy ngủ, mang bầu hay đã sinh vài đứa, béo hay gầy cũng không còn quan trọng nữa. Vì ánh sáng đang bao bọc lấy nàng đã lấp lánh hơn tất cả những thứ mà mắt thường có thể nhìn thấy. Hãy là một người phụ nữ mang trong mình vẻ đẹp mà người mù cũng có thể nhìn thấy, và người điếc cũng có thể nghe được. Đó mới là vẻ đẹp còn mãi trường tồn với thời gian.

Như Coco Chanel đã nói “*You can be gorgeous at thirty, charming at forty and irresistible for the rest of your life*” (Bạn có thể rực rỡ lúc ba mươi tuổi, quyến rũ lúc bốn mươi tuổi, và trở nên khó cưỡng trong suốt phần đời còn lại của mình). Lựa chọn luôn nằm trong tay nàng, chứ không phải ai khác.



“Coco Chanel đã nói “*You can be gorgeous at thirty, charming at forty and irresistible for the rest of your life*” (Bạn có thể rực rỡ lúc ba mươi tuổi, quyến rũ lúc bốn mươi tuổi, và trở nên khó cưỡng trong suốt phần đời còn lại của mình). Lựa chọn luôn nằm trong tay nàng, chứ không phải ai khác.”



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.

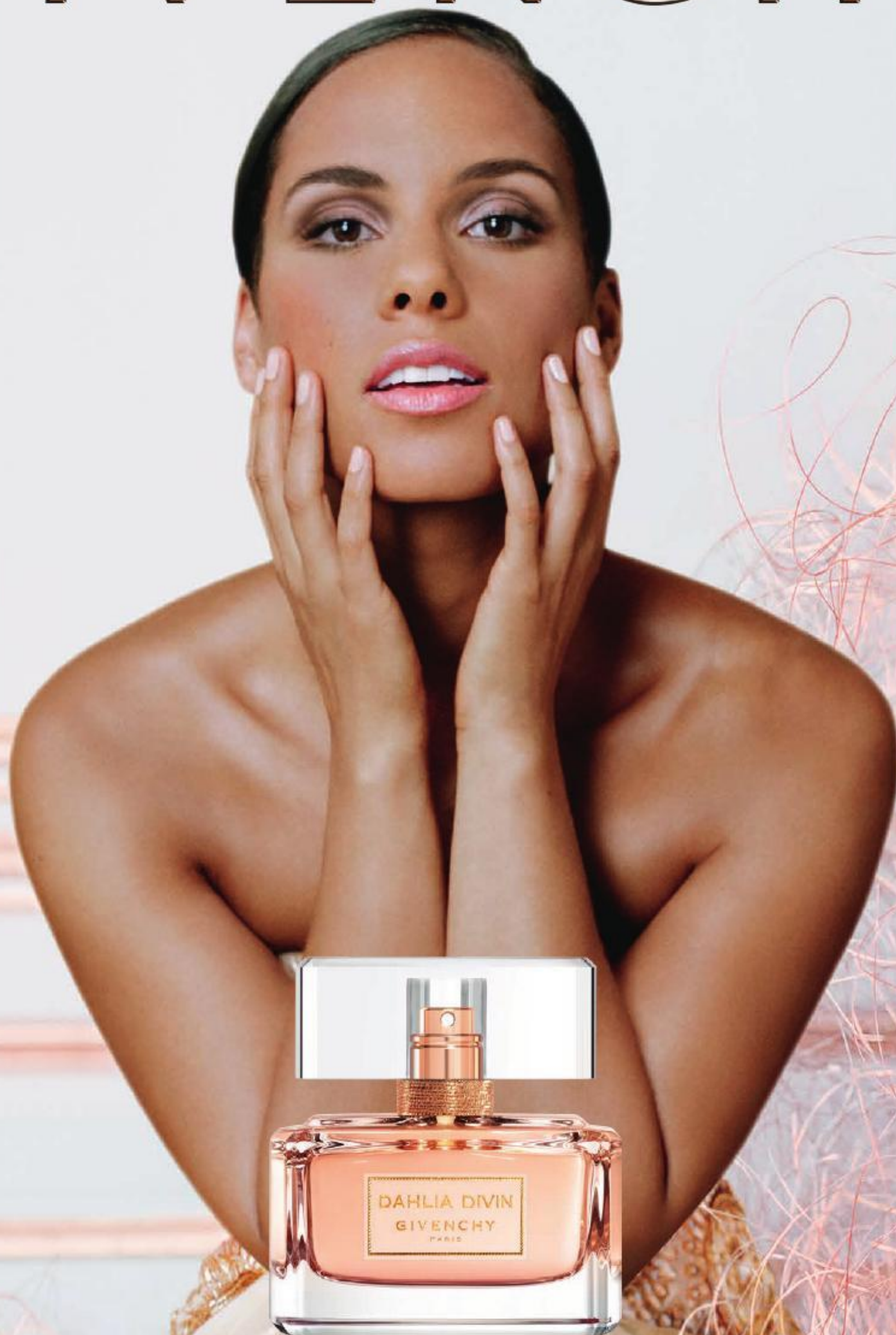
Châu Bách (CBM) muốn tập trung phát triển và tổ chức những sự kiện chuyên nghiệp dành cho các khách hàng cao cấp và trở thành một trong những công ty truyền thông hàng đầu tại Việt Nam.

Hotline

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

Email: chaubachmedia@gmail.com

GIVENCHY



DAHLIA DIVIN

HƯƠNG THƠM MỚI

Eau de toilette

ALICIA KEYS

www.givenchybeauty.com

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

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

BE STYLE, BE YOU

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



BST LE CINÉ Paris

Nashi Argan Hair Kit

Siêu phẩm Đẳng cấp của giới thượng lưu

nashi



Bộ sản phẩm chăm sóc tóc **Nashi Argan Hair Kit** với thành phần bao gồm những hợp chất chiết xuất thiên nhiên là tinh dầu Argan và hạt lanh, giúp nuôi dưỡng vẻ đẹp cho tất cả các loại tóc. Giúp phục hồi hoàn hảo cho mái tóc hư tổn, bảo vệ tóc trước tia UV và những yếu tố khắc nghiệt từ môi trường. Có tác dụng chống lão hóa, chống oxy hóa cho tóc, giảm thiểu sự gãy rụng, chẻ ngọn, dưỡng tóc mà không gây cảm giác nặng trĩu cho tóc.

Bộ sản phẩm chăm sóc tóc **Nashi Argan Hair Kit** bao gồm: Dầu gội dưỡng phục hồi Argan 200ml, dầu xả dưỡng phục hồi Argan 200ml, tinh dầu nuôi dưỡng phục hồi tóc Argan 30ml

THIEN AN COSMETICS - Hà Nội: 94 Lương Yên, Quận Hai Bà Trưng - **Hồ Chí Minh:** 19/10 Bình Thới, Phường 11, Quận 11
Hotline: 0988226644 - **Tech:** 0932131131 - **Web:** www.thienanco.vn - Thien An-Đẹp TV - Nashi Argan Vietnam





Sneaker Stroll

Những đôi giày Sneakers sẽ là những người bạn đồng hành tốt nhất của bạn trong những chuyến viễn trình đi tìm kiếm những nguồn cảm hứng mới mẻ!



* 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



Balenciaga



Moschino



Anya Hindmarch

Back pack

Nếu với mỗi người phụ nữ, mỗi chiếc túi là một thế giới. Còn balo, với họ, thì mang ý nghĩa của cả một vũ trụ!



Fendi



Mansour Gavriel



Burberry

*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



LAPERLA.COM



LAPERLA

NHẬP KHẨU VÀ PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN: CÔNG TY TNHH RITA VÔ
M16 - VINCOM CENTER ĐỒNG KHÔI - 72 LÊ THÀNH TÔN, Q1, TP HCM



ết hợp với chiếc đầm ren màu vàng này nên là những màu xanh phá cách và đầy tinh nghịch. Thời trang luôn có cho bạn 02 lựa chọn, hoặc là an toàn và bạn sẽ nhận được một vài lời khen ngợi rồi chết chìm trong số đông. Hoặc bạn phá cách - dù sẽ đón nhận được những cái cau mày nhưng sẽ tự đặt mình vào nhóm thiểu số trung tâm.



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

Classic Elegance

Một sự kết hợp vô cùng hoàn hảo, tới mức bạn sẽ không thể tìm ra bất kỳ điểm chê trách nào. Khăn áo pocket square kết hợp cùng màu với áo sơ mi, kiểu suit một khuy được may thật vừa vặn với người mặc. Chiếc nơ con bướm cũng thật phù hợp với đôi giày xỏ dây Oxford.



Bleisure Traveler

Những kết hợp đầy thú vị trong hình lớn và những gợi ý của Style sẽ cho phép bạn biến hình trở thành một phượt thủ chuyên kết hợp du lịch với những chuyến công tác; hoặc trở thành một tay chơi đích thực với những cung đường đang chờ đợi phía trước.



Barton Perreira



Bremont



Hugo Boss



Coach



Nike

off-the-shoulder



Givenchy

Chloé

Michael Kors

Derek Lam

Peter Pilotto

Paul & Joe

Derek Lam

Kể từ khi xu hướng Cut-out ra đời, nó vẫn luôn là niềm đam mê với mỗi cô nàng thời trang khi mùa hè tới. Vừa gợi cảm, vừa thu hút, những bộ cánh cut-out ngày một khẳng định vị thế của mình trong lòng phái đẹp. Năm nay, các thương hiệu lớn cũng đem tới sản phẩm thời trang những chiếc váy off-the-shoulder được thiết kế cách tân vô cùng quyến rũ. Có thể kể tới những cái tên như Givenchy, Derek Lam, Rachel Zoe, Paul & Joe, Peter Pilotto, Chloé, Michael Kors, và Francesca Liberatore...

Boudoir Dress



Mùa hè luôn là dịp để những chiếc váy quyến rũ của phái đẹp được dịp thả dáng xuống phố. Những bộ đồ bằng chất liệu lụa mềm mại, mang phong cách gợi cảm được các thương hiệu lớn không ngừng lăng xê cho mùa Xuân/Hè năm nay. Bằng việc sử dụng màu sắc ngọc trai và đường viền ren tinh tế, kết hợp cùng xu hướng Pijama cho các thiết kế của mình, các thương hiệu lớn như Alexander Wang, Givenchy, Calvin Klein... đồng loạt giới thiệu những chiếc váy mang tên "Boudoir dress" đầy sang trọng cho các cô nàng thời trang.

Victorian Style



Zimmermann

Etro

Simone Rocha

Emilia Wickstead

Fendi

Erdem

Mother of Pearl

Cổ cao, bèo dùm, nơ và những chi tiết thêu vô cùng cầu kỳ chỉ là một trong những điểm nhấn chung cho một trong những xu hướng phổ biến nhất – những thiết kế được lấy cảm hứng từ phong cách Victoria. Đây có thể là một trong những phong cách gợi nhắc bạn nhớ tới mùa mốt Thu – Đông 2015. Những cái tên có thể kể ra ở đây gồm có: Emilia Wickstead, Fendi, Zimmermann, Erdem, và Etro.

Pajama Dressing



Những giới hạn thời trang đang không ngừng bị phá vỡ đặc biệt là khi những thiết kế dành cho ngày nghỉ và dành cho những giây phút nghỉ ngơi đang được giới thiệu trong các bộ sưu tập như những thiết kế dành cho ban ngày. Mới thấy, trong thời trang không gì là không thể và quan trọng là bạn muốn mặc một món đồ thế nào, tùy vào cách bạn thể hiện mà nó có thể là một trang phục thời thượng hoặc một trang phục chỉ dành cho những lúc nghỉ ngơi.



Gucci

Louis Vuitton



Valentino



Louis Vuitton



Marc Jacobs



Valentino

Tại Met Gala 2015, Rihanna đã từng thu hút mọi ánh nhìn khi khoác trên mình chiếc váy hoa văn Trung Quốc, được thêu tay bởi NTK Guo Pei. Còn bây giờ, bạn sẽ chẳng phải trầm trồ khen ngợi bộ cánh ấy như trước, vì chính bạn cũng có thể sở hữu một chiếc áo khoác bomber mang họa tiết chim phượng bất mắt hay bộ suit thêu hoa văn cầu kỳ tương tự. Không tin ư, hãy thử chiêm ngưỡng BST Xuân - Hè dành cho nam giới của Marc Jacobs, Gucci, Dolce & Gabbana, Louis Vuitton, Valentino... để hình dung được họa tiết Trung Quốc và Á Đông đã làm mưa, làm gió như thế nào trên sàn diễn mùa hè năm nay.



PHONG CÁCH “JUNGLE”

Tuần lễ thời trang nam Xuân - Hè 2016 là nơi xướng tên các xu hướng mới, tuy vậy vẫn có không ít màn trở lại đầy ấn tượng của những cái tên cũ, lạ mà quen. Điển hình là những bộ đồ phóng khoáng được lấy cảm hứng từ khu rừng rậm nhiệt đới xuất hiện tại Fashion Week SS16. Từ họa tiết lá cọ, hoa nhiệt đới cho tới họa tiết động vật hoang dã, kết hợp cùng bộ đôi màu sắc xanh rêu và camel đã khiến những anh chàng của Burberry, Coach 1941, YMC... ghi điểm tuyệt đối bởi vẻ trẻ trung, tự do, đậm chất phiêu lưu của mình.

Pre - Fall 2016

LOUIS VUITTON

























►TIMBERLAND

Timberland khởi động tháng 4 với bộ sưu tập "The Portside Blue". Ra đời năm 1973, Timberland được biết đến với những sản phẩm đậm chất cá tính và tinh tế trong từng thiết kế. Sự pha trộn giữa nét cổ điển truyền thống và phong cách sống hiện đại, bộ sưu tập Xuân Hè 2016 đã mang đến hơi thở mới cho thương hiệu Timberland. Nắm bắt sự nhạy cảm của thời tiết, "The Portside Blue" lấy màu xanh làm chủ đạo kết hợp với những chi tiết độc đáo từ chất liệu da lộn và vải linen, Timberland sẽ là sự lựa chọn hoàn hảo để bạn thực sự tỏa sáng với sự khác biệt mang đậm chất cá tính. Sản phẩm có mặt tại các cửa hàng Timberland trên toàn quốc.



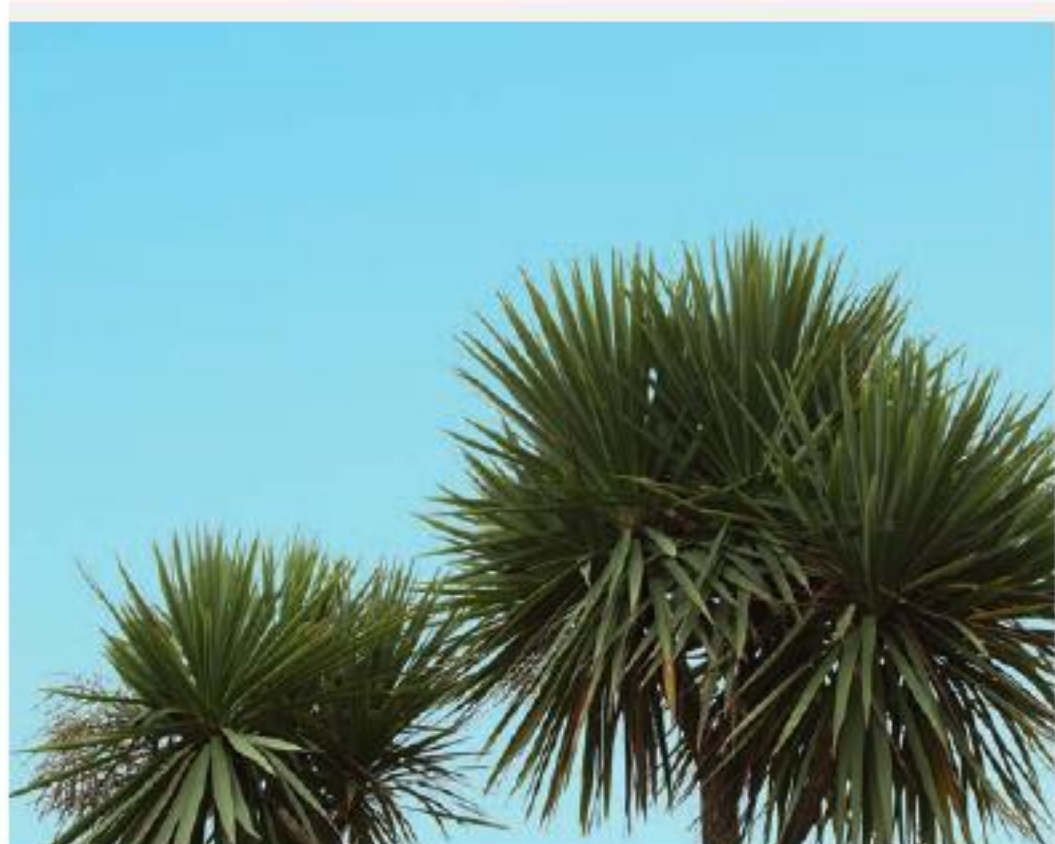
►TERRANOVA

Trong tháng này, TERRANOVA đã cho ra mắt bộ sưu tập mới mang hơi hướng trẻ trung, đầy màu sắc, thể hiện tinh thần tự do và phóng khoáng. Hầu hết lookbook của hãng đều được chụp ngoài trời và lần này cũng không phải là ngoại lệ. Concept của buổi chụp được lấy cảm hứng từ những buổi dã ngoại, đi chơi cùng bạn bè. Các thiết kế đều mang tiêu chí thoải mái, tiện lợi cho những buổi cắm trại. Điểm nhấn của bộ sưu tập là sự kết hợp khéo léo của họa tiết hoa dịu dàng, bay bổng mang hơi thở mùa xuân với vẻ phóng khoáng của sắc hè tạo ra một bức tranh sống động, tràn đầy cảm xúc. Để được cập nhật những thông tin mới nhất về TERRANOVA, truy cập: Terranova Vietnam: <https://www.facebook.com/terrانovavietnam>

►CALLIOPE

Bộ sưu tập Xuân Hè 2016 của CALLIOPE là câu chuyện về một hành trình đến nơi vô tận. Một cuộc hành trình mang hơi thở của những năm thập niên bảy mươi với không khí của một lễ hội bohemian thật phóng khoáng và vô tư. Bộ sưu tập mang điểm nhấn và sự đối đầu của họa tiết dân tộc và chất liệu cashmere, với phong cách boho hoàn hảo của quần palazzo sáng màu, cùng sự chuyển động nhịp nhàng của viền tua trên áo khoác, hay thậm chí, bởi các chi tiết móc rất lãng mạn. Nét chủ đạo của thập niên bảy mươi này đồng thời bị gián đoạn bởi họa tiết kẻ sọc và sự xuất hiện bất ngờ của tông màu trắng. Được kết hợp với màu đen và denim, để tạo nên nét quyến rũ và hiện đại, vô cùng sang trọng và tinh tế cho các fashionista đương đại.





DSQUARED2





UNIQUE AS WE ARE

Trong suốt hơn 03 thập kỷ nay (thương hiệu được thành lập vào năm 1982), Pandora đã không ngừng đóng góp vào công cuộc tôn vinh những giá trị đích thực của phái đẹp. Thậm chí có thể nói, hãng đã có những đóng góp to lớn trong việc định hình phong cách của những người phụ nữ hiện đại!

Với chiến dịch mùa Spring 2016 của thương hiệu có chủ đề là Unique As We Are, Pandora đã ghi dấu một bước tiến mới đối với phụ nữ trên toàn thế giới và khẳng định vị trí của thương hiệu trong lòng người tiêu dùng. Đây là một bước ngoặt quan trọng trong công cuộc tôn vinh những người phụ nữ hiện đại trên toàn

thế giới. Họ là những người độc đáo trong chính tính cách của mình; họ thể hiện cá tính riêng và kết nối chia sẻ những nguồn đam mê với những người phụ nữ khác để tạo thành một cộng đồng phụ nữ. Chiến dịch mới và đa nền tảng này phác họa sự độc đáo của từng cá thể; sự đa dạng của toàn thể phụ nữ và sự gắn kết của các cá thể này thành một khối thống nhất chỉ có phụ nữ mới có thể thấu hiểu trên 100 quốc gia khắp sáu châu lục tại những nơi có sự hiện diện của Pandora.

“Có thể nói Unique As We Are là một lễ kỉ niệm lớn dành cho người phụ nữ ngày nay. Với chiến dịch này, chúng tôi sẽ tiến xa hơn bao giờ hết để kết nối những người phụ nữ trên toàn thế giới và nâng niu những điều làm họ trở nên đặc biệt, độc lập và tự tin”, Stephen Fairchild, Phó chủ tịch kiêm Giám đốc Sáng tạo tại Pandora chia sẻ. “Tham vọng của chúng tôi là kết nối với phụ nữ trên một mức độ tình cảm sâu sắc và truyền cảm hứng cho họ để họ gắn bó và kết nối với Pandora”.

Khi xã hội tiến hóa và thế giới trở nên nhỏ bé hơn, sự kết nối và tự thể hiện – một phần thiên phú trong DNA của người phụ nữ – là quan trọng hơn bao giờ hết. Khi làm việc hợp tác nghiên cứu với những nhà tư vấn nổi tiếng và những nhà phân tích xu hướng toàn cầu, The Future Laboratory, Unique As We Are đã khám phá được những sự thật và thấu hiểu về con người bắt nguồn từ những concept này, đó là phụ nữ ở khắp mọi nơi đều muốn tìm một tiếng nói chung, đồng thời họ luôn trân trọng những cảm xúc riêng của bản thân mình. “Một thế hệ phụ nữ tự tin đang lớn mạnh và họ đang tìm kiếm cho mình những cách khám phá bản thân và thể hiện tính cách mới”, Rachele Simms, nhà tư vấn tương lai cấp cao The Future Laboratory phát biểu.

“Ảnh hưởng từ những cơ hội được tạo nên bởi một nền văn hóa hội tụ toàn cầu, phụ nữ ngày càng muốn thể hiện sự độc nhất và kết nối với những người khác để xây dựng, chia sẻ sự thành công và những câu chuyện của họ.” Chiến dịch quảng bá lần này sẽ bao gồm một series hình ảnh quảng cáo được thực hiện bởi nhiếp ảnh gia thời trang Cass Bird, người đã góp phần giúp Pandora lưu lại một cách sống động nhất chất nữ tính trong từng dân tộc; lối sống và biểu cảm của họ dưới một góc độ và phong thái chân thực nhất. Các chi tiết tinh xảo của trang sức Pandora nằm trong bộ sưu tập Spring 2016 được bộc tả thật khéo léo cùng với mỗi phong cách riêng của mỗi người phụ nữ. Một quảng cáo truyền hình mới của đạo diễn từng đoạt giải thưởng lớn Martin Werner, cùng với dàn diễn viên bao gồm nữ diễn viên người Đan Mạch, Solbjørg Højfeldt.

Đoạn phim kể về cuộc sống riêng của mỗi người phụ nữ khác



nhau nhưng cùng gặp nhau và trở thành một nhóm bạn thân. Họ cùng nhau kỉ niệm một sự kiện rất đặc biệt, đan xen giữa những câu chuyện của mỗi người để tạo nên một cảm giác gắn kết thật sâu sắc. Chiến dịch Unique As We Are của PANDORA được phát động toàn cầu từ ngày 17 tháng 3, 2016 và được triển khai theo từng giai đoạn trên các thị trường trọng điểm. Các hoạt động diễn ra trong suốt cả năm để trân trọng và làm nổi bật những nét độc nhất và duy nhất của người phụ nữ, giới thiệu những khái niệm và trải nghiệm liên quan tới mỗi người phụ nữ nói riêng và tập thể phụ nữ nói chung. Bộ sưu tập PANDORA Spring 2016 bắt đầu ra mắt vào ngày 17 tháng 3 năm 2016.



A dark, moody photograph of dense tropical foliage, including large green leaves and palm fronds, serving as the background for the left half of the page.

Tropical Chic

MODEL : **SIÊU MẪU HÀ ANH**

PHOTOGRAPHER : **DUC ANH NGUYEN**

MUA : **ANDY PHAN**

FASHION: **LECINÉ PARIS**













VỀ ĐẸP đích thực của THỜI TRANG



Chưa bao giờ sự hòa quyện của hai giới trong ngành công nghiệp thời trang lại trở nên mạnh mẽ như vậy. Mọi nguyên tắc về trang phục như váy vóc chỉ dành cho phụ nữ, suit chỉ dành cho đàn ông đã dần dần bị phá bỏ. Khoảng cách giữa hai giới dường như đã không còn, chỉ có một điểm chung duy nhất, đó là tình yêu với vẻ đẹp và giá trị đích thực của thời trang.



Jaden Smith - nam diễn viên, người mẫu, rapper, con trai của diễn viên Will Smith vào chiến dịch quảng bá bộ sưu tập thời trang nữ mùa Xuân - Hè 2016 của Louis Vuitton

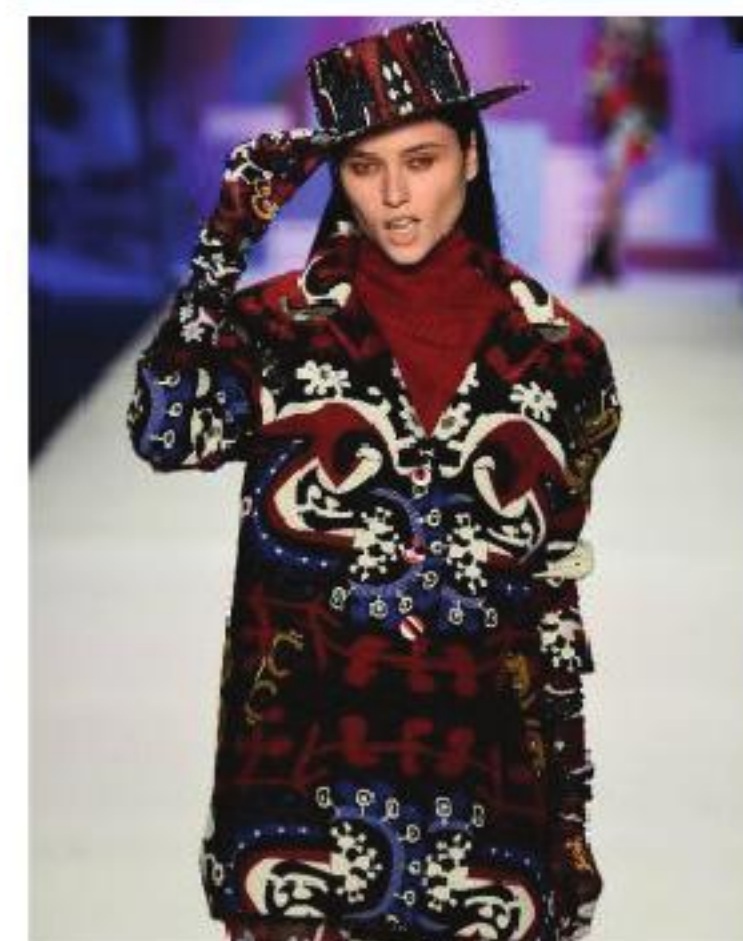
ANDROGYNY - XU HƯỚNG THỜI TRANG LƯỠNG GIỚI LÊN NGÔI

Trong tuần lễ thời trang Milan năm 2015, show diễn thời trang nam của Gucci đã gây bất ngờ và tiếng vang lớn. Không phải bởi hãng thời trang nổi tiếng này vừa sa thải giám đốc sáng tạo đã gắn bó với mình gần một thập kỉ Frida Giannini vào tháng 12 trước đó, cũng không phải bởi nhà thiết kế mới Alessandro Michele đã hoàn thành được bộ sưu tập chỉ trong vòng một tuần sau khi nhận chức, mà bởi dàn người mẫu nam trong show diễn đó trông giống hệt phụ nữ. Trên thực tế, có cả những người mẫu nữ cũng tham gia vào show diễn này. Họ đi giày cao gót, mặc những chiếc áo lụa được thiết kế cầu kì, trong một show diễn thời trang nam! Đó quả thực là một sự phá cách táo bạo và đầy mạo hiểm.

Thật bất ngờ, Michele đã thành công. Show diễn gây tiếng vang đến nỗi doanh thu của Gucci đã tăng đột biến thêm 4,6% so với lần giảm doanh số tới 7,9% trong quý trước đó.

Việc bẻ cong giới tính, xóa nhòa ranh giới giữa phụ nữ và nam giới không phải là điều gì đó quá mới mẻ trong lãnh thời trang. Nhưng nếu xét ở một diện rộng theo biên độ thời gian, trong những show diễn high-end, thì thời trang lưỡng giới vẫn chưa phải là thứ mà người ta dám và muốn làm nhiều. Chỉ là một vài lần những Mick Jagger, David Bowie, hay Marc Bolan nghịch ngợm trong những thiết kế có xu hướng nữ tính trong những năm 1960s. Với sự phát triển của xã hội, cũng như những định kiến về giới LGBT dần được thay đổi, thì thời trang lưỡng giới đang ngày càng là đứa con cưng được o bế trong làng thời trang thế giới.

Tuần lễ thời trang New York 2016 vừa kết thúc cách đây hơn một tháng cũng là một minh chứng rõ rệt cho việc thời trang lưỡng giới lên ngôi. Giữa những bộ sưu tập váy vóc, xiêm y diêm lệ, người ta vẫn ấn tượng nhất với những bộ sưu tập mang hơi hướm menswear. Từ những bộ đồ màu nâu đất nam tính trong bộ sưu tập của Ralph Lauren, áo khoác gothic men's coat ấn tượng của Marc Jacobs, những bộ tuxedo được đính hạt của Naeem Khan hay chiếc top hat đầy phá cách của Desigual, tất cả đều cho chúng ta một cái nhìn rất khác về xu hướng thời trang cho nữ giới: Mạnh mẽ, khỏe khoắn, và cũng không kém phần quyến rũ, sexy.



NHỮNG NGƯỜI MẪU PHÁT TÁN NGUYÊN TẮC CỨNG NHẮC VỀ GIỚI TÍNH CỦA NGÀNH CÔNG NGHIỆP THỜI TRANG

Giám đốc nghệ thuật của Louis Vuitton, Nicolas Ghesquière đã chứng tỏ sự nhạy cảm của mình với xu hướng thời trang khi chọn Jaden Smith - nam diễn viên, người mẫu, rapper, con trai của diễn viên Will Smith vào chiến dịch quảng bá bộ sưu tập thời trang nữ mùa Xuân - Hè 2016 của Louis Vuitton, cùng với Jean Campbell, Rianne Van Rompaey và Sarah Brannon. Trong hình ảnh mới nhất của chiến dịch quảng bá, chúng ta có thể thấy Jaden trông không khác gì một cô nàng mới lớn thích nổi loạn trong chiếc jacket da đen và mái tóc được búi cao.

Nicolas Ghesquière cho biết “Smith sẽ đại diện cho một thế hệ nắm giữ những mật mã của sự tự do, đó là việc phá bỏ những rào cản về trang phục và những câu hỏi về giới tính. Việc Jaden mặc một chiếc váy cũng giống như một người phụ nữ, đã từ lâu rồi, tự cho mình khoác lên người bộ suit hay tux của một gã đàn ông”.

Cần nói rõ ngay, đây không phải là thời trang unisex. Đây là sự giải phóng trong tư tưởng, nhằm đem lại sự thoải mái và được là chính mình nhất của mỗi người khi khoác lên mình một bộ trang phục nào đó. Đây mới thực sự là đỉnh cao, là vẻ đẹp đích thực mà ngành công nghiệp thời trang cần hướng đến.

Trước Smith, cũng đã có rất nhiều người mẫu góp phần xóa nhòa khoảng cách, ranh giới trang phục giữa nam và nữ.

Đó là Andrej Pejic. Sinh ra là một cậu bé với cái tên Andrej Pejic, chàng người mẫu điển trai của nước Úc đã dũng cảm thừa nhận rằng mình “đang sống giữa hai giới tính”. Và bây giờ, sau khi đã chuyển giới, Andrej đã chính thức đổi tên thành Andreja Pejic. Cô không chỉ trình diễn các trang phục nam mà còn kiêm luôn cả vị trí vedette trong các show thời trang nữ. Là nàng thơ của rất nhiều nhãn hàng thời trang nổi tiếng, Andreja Pejic đã chứng minh được một điều rằng “Giới tính chẳng nói lên điều gì về con người hay cá tính của bạn cả. Chỉ cần có tài năng, chắc chắn bạn sẽ được công nhận”.

Đó là Rain Dove. Nàng người mẫu lesbian có khuôn mặt của một chàng trai này là cái tên đắt show trong làng thời trang thế giới bởi cô nàng có thể diễn cả show thời trang nam và nữ. “Tôi không cảm thấy điều gì bất ổn với cơ thể hay gương mặt của mình cả. Tại sao phụ nữ lại không thể thay thế vai trò của nam giới? Dù chỉ là diễn show thời trang thôi nhưng tôi cũng cảm thấy mình đã phần nào góp phần vào việc kêu gọi đẩy mạnh bảo vệ nữ quyền”, Dove tâm sự.

Còn rất nhiều những cái tên khác, như Casey Legler, Stas Fedyanin hay Erika Linder cũng đã đóng góp rất nhiều công sức vào việc xóa nhòa ranh giới và được tự do mặc những món đồ mình yêu thích trong ngành công nghiệp thời trang.



Chiến dịch quảng bá bộ sưu tập thời trang nữ mùa Xuân - Hè 2016 của Louis Vuitton.

KHI THỜI TRANG LÀ LỜI TUYÊN NGÔN CỦA VẺ ĐẸP ĐÍCH THỰC

Lưỡng giới đang dần trở thành chuẩn bình thường, và chúng ta càng ngày càng không còn thấy sợ khoác lên người những gì mình thực sự thích mặc, muốn mặc, chỉ vì những định kiến, lễ lối, nguyên tắc của xã hội hay của số đông. Thời trang luôn là lời tuyên ngôn ngầm, là lời giới thiệu bản thân, là bản CV ngắn gọn, súc tích nhưng cũng hết sức đầy đủ của bất kỳ một ai. Nó sẽ chỉ thực sự phát huy được sức mạnh, khi nó phản ánh đúng con người, cá tính và cái tôi của người mặc.

Hình ảnh của một Einar Wegener trong "The Danish Girl" (Cô gái Đan Mạch), khi cố gắng giấu "cậu bé" của mình vào giữa hai chân và ướm lên người chiếc váy rồi soi gương ngắm nhìn mình vĩnh viễn là lời tuyên ngôn mạnh mẽ nhất về sự tự do trang phục và tự do giới tính. Einar trong khoảnh khắc ấy đã biến mất, đã chết đi một lúc, để nhường chỗ cho một Lili e then, một Lili ngượng ngùng biết làm duyên làm dáng trước gương lần đầu.

Sẽ còn rất nhiều điều để nói về sự chuyển biến này của thời trang. Sẽ có những phản hồi, tích cực và tiêu cực, nhưng trước hết, chúng ta có quyền thở phào rằng đã đến lúc chúng ta được mặc những gì mình muốn. Đó mới là vẻ đẹp thực sự của thời trang.





► SAINT LAURENT Chia tay Hedi Slimane

Rất nhiều tên tuổi làng thời trang thế giới đã quyết định chia tay vị trí giám đốc sáng tạo của những thương hiệu nổi tiếng để tìm lối đi riêng cho mình, như Massimiliano Giornetti và Salvatore Ferragamo, Raf Simons với Dior... Tiếp nối điều này, “người hùng của Saint Laurent” - Hedi Slimane cũng xác nhận sẽ dứt áo ra đi khỏi vị trí ấy sau 4 năm gần bó. Cuộc chia tay này không gây nhiều bất ngờ bởi trước đó những tin đồn xoay quanh sự ra đi của Hedi Slimane được biết đến ngay từ đầu năm 2016. Điều đáng nói là, tập đoàn Kering và ban điều hành của Saint Laurent không hề có ý định tiếp tục gia hạn hợp đồng với nhà thiết kế trẻ tuổi tài ba này. Thay vì lí giải điều đó, chủ tịch kiêm giám đốc điều hành của Kering – ông François-Henri Pinault chia sẻ: “Những gì Yves Saint Laurent đã đạt được trong suốt 4 năm qua thật đáng được ghi vào trang sử vàng của thương hiệu này, chúng tôi rất biết ơn những cống hiến to lớn của Hedi Slimane cũng như toàn bộ đội ngũ thiết kế của Yves Saint Laurent. Chính họ đã tạo dựng nên hướng đi mới và giúp YSL trường tồn, phát triển cho tới nay.” NTK gốc Bỉ Anthony Vaccarello sẽ là người thay thế cho Hedi Slimane, tạo nên những thành công mới cho thương hiệu. Liệu rằng vị giám đốc trẻ này sẽ tiếp bước con đường sáng tạo của Hedi hay mang tới một làn gió mới mẻ cho những thiết kế của Saint Laurent?



► ĐỊNH HƯỚNG MỚI CỦA GUCCI

Tin tức mới nhất của hãng thời trang này được chính CEO Marco Bizzarri thông báo tại sự kiện New York Times International Luxury Conference, diễn ra tại Versailles (Pháp). Theo đó, Gucci sẽ thay đổi cấu trúc giới thiệu BST mới của mình bắt đầu từ Tuần lễ thời trang Thu/ Đông 2017. Thay vì đưa ra từng bộ sưu tập cho nam và nữ, hãng sẽ kết hợp các show dành nam và nữ vào làm 01. Và điều này sẽ diễn ra từ bộ sưu tập Thu – Đông 2017 sắp tới. Theo ông Marco đây là một điều tất yếu bởi trước đây Giám đốc Sáng tạo (mới) của thương hiệu, ông Alessandro Michele luôn giới thiệu các bộ sưu tập nam và nữ kết hợp. Được biết, vào đầu trước, thương hiệu Vetements cũng có quyết định tương tự.



► GENTLE MONSTER MỞ CỬA HÀNG TẠI NEW YORK

Nếu bạn là một fan trung thành của những món đồ phụ kiện thời trang sành điệu thì đừng nên bỏ lỡ chiếc kính hot nhất mùa hè này – Gentle Monster. Những cây kính gắn mác thương hiệu Hàn Quốc hiện là một trong những item được săn đón suốt thời gian vừa qua. Với thiết kế trẻ trung, hợp xu hướng và vô cùng độc đáo, Gentle Monster đã ghi điểm với nhiều ngôi sao thế giới. Trước đây, để sở hữu những cây kính này, nếu không phải ở Hàn bạn chỉ có thể đặt chúng qua mạng. Nhưng giờ đây, nhờ sự nổi tiếng toàn cầu, thương hiệu này đã quyết định mở cửa hàng flagship đầu tiên tại New York. Tại đây, từ những mẫu kính làm nên tên tuổi của hãng cho tới những mẫu thiết kế mới nhất của Gentle đều được trưng bày và giới thiệu tới khách hàng một cách nhanh chóng. Hầu hết các kính mắt của Gentle Monster đều có giá khoảng 300 USD, không quá tốn kém để bạn có thể sở hữu một cây kính trendy như thế này.



► KENZO - New Slogan

“Chào mừng bạn đến với thế giới rừng rậm” – Đây chắc hẳn sẽ là slogan trong tương lai dành cho Kenzo khi những thiết kế mới nhất của hãng chính thức ra mắt người hâm mộ. Lí giải điều này, giám đốc sáng tạo của Kenzo – Humberto Leon và Carol cho biết, họ đã có được cảm hứng sáng tạo dồi dào ngay sau khi phát hiện ra bản phác thảo sinh động của bộ phim hoạt hình “The Jungle Book”. Leon chia sẻ: “Bạn chắc chắn sẽ phải thốt lên đầy ngạc nhiên khi nhìn thấy chúng, đằng sau những thước phim trên màn ảnh là cả một kho tàng sáng tạo qua từng nét vẽ và chúng tôi cũng muốn truyền tải nó qua từng thiết kế mới của Kenzo.” Đúng vậy, tất cả những nhân vật được yêu thích trong bộ phim như Mowgli, chú gấu Baloo... đều góp mặt trong BST lần này. Ngoài ra, những thiết kế nam giới mang phong cách mùa hè Hawaii và hương vị nhiệt đới, cũng được thương hiệu gửi gắm dành riêng cho phái mạnh mùa hè 2016.

► FASHION FORWARD: 3 THẾ KỶ THỜI TRANG

Những hình ảnh đầu tiên của show diễn thời trang “Fashion Forward: 3 thế kỷ của thời trang” (1715 - 2016) vừa hé lộ, đã khiến những người ta hình dung được quy mô hoành tráng của cuộc triển lãm lần này. Sự kiện sẽ được tổ chức tại bảo tàng danh tiếng - Musée des Arts Décoratifs (Paris), từ 7/4 đến 14/8, dưới bàn tay đạo diễn của Pamela Golbin. Được biết, đây là nơi đã từng diễn ra hàng ngàn những show diễn lớn nhỏ của nhiều tên tuổi làng thời trang Pháp. Đến với buổi triển lãm, bạn sẽ được tận mắt chiêm ngưỡng những bộ đồ từ hàng trăm năm trước, nhưng điều đặc biệt là có thể hình dung được mối liên kết về thời trang hiện nay với quá khứ. Như những chiếc áo sần bản xuất hiện từ năm 1690, được trang trí bằng đường thêu kim loại tỉ mỉ khiến người ta liên tưởng ngay đến những bộ đồ thể thao xa xỉ bây giờ. Ở đây, bạn còn bắt gặp cảm hứng sáng tạo bất nguồn từ trang phục cổ xưa của nhiều nhà mốt như Dior hay Louis Vuitton. Tương tự như vậy, hàng loạt các phép so sánh về thời trang của 300 năm trở lại đây sẽ xuất hiện thông qua buổi triển lãm Fashion Forward.



► MARK ZUCKERBERG & H&M

Tin tức “cha đẻ của Facebook” Mark Zuckerberg quyết định lấn sân sang lĩnh vực thời trang, bằng việc bắt tay hợp tác cùng nhãn hiệu H&M được đăng tải đúng vào ngày 01/04 khiến nhiều người cho rằng đây chỉ là trò đùa nhân ngày Cá tháng Tư. Ngay sau đó, những mẫu thiết kế mới nhất được H&M đăng tải, cùng dòng chú thích đính kèm có tên Mark Zuckerberg đã một lần nữa khẳng định lại thông tin này. Với khẩu hiệu “bớt đi một suy nghĩ vào mỗi sáng”, những thiết kế này được lấy cảm hứng từ chính tủ đồ của Mark. Đó là 7 mẫu T shirt xám giống nhau kết hợp cùng duy nhất một mẫu quần jeans. H&M nhấn mạnh rằng BST lần này sẽ giúp bạn lựa chọn trang phục mỗi ngày đơn giản hơn bao giờ hết, điều quan trọng là tinh thần không phân biệt giới tính cũng được hãng này thể hiện rõ qua từng thiết kế áo, quần. BST sẽ lên kệ chính thức vào ngày 1 tháng 5, và bạn có thể sở hữu cho mình ‘phong cách Mark Zuckerberg’ thông qua 250 cửa hàng H&M trên toàn thế giới.





► NGUYỄN MINH GIANG TÚ RA MẮT BST “CHÂU Á THỊNH VƯỢNG”

Lấy cảm hứng từ Hội An, điểm giao thoa văn hóa đặc trưng được thế giới yêu mến, nhà thiết kế Nguyễn Minh Giang Tú – Á quân Project Runway Vietnam 2015, cho ra mắt bộ sưu tập đậm nét Á châu có tên “Châu Á thịnh vượng”. Xuất hiện trong bộ hình mang hai phong cách hoàn toàn đối lập, hai người mẫu trẻ trưởng thành từ Vietnam’s Next Top Model 2015 Kim Phương và Võ Thành An đã khéo léo lồng ghép những mảng màu hiện đại của concept chụp hình lần này. Tất cả những chất liệu như cotton, kaki, vải jean thô chưa qua xử lý, vải dệt bằng sợi đay được sử dụng một cách sáng tạo trong BST này.

HOA HẬU NGỌC HÂN RA MẮT BST ÁO DÀI “CHIM CÔNG”

Tối 2/4, Ngọc Hân trình làng bộ sưu tập áo dài Chim công trong chương trình Sắc 16 tại phố cổ Đào Duy Từ, Hà Nội. Chương trình do Ban quản lý phố cổ tổ chức với mong muốn giới thiệu về nét đẹp văn hóa phố cổ đến người dân, đồng thời thu hút thêm khách du lịch. Ngọc Hân là một trong những nhà thiết kế được mời tham gia chương trình. Trong bộ sưu tập này,

Ngọc Hân tiếp tục thiết kế những mẫu áo dài cho mẹ và bé. Cô sử dụng công nghệ in vải để thể hiện những mẫu thiết kế màu sắc trên rất nhiều chất liệu vải như gấm, lụa, voan, lưới, tạo sự trẻ trung, bay bổng.



► EVA DE EVA TỔ CHỨC THÀNH CÔNG ĐÊM DIỄN “THE DREAM OF SANTORINI”

Tối 30/3 vừa qua tại sân vận động Quần Ngựa, Hà Nội, khán giả đã được thưởng thức những mẫu thiết kế mới nhất của thương hiệu Eva de Eva trong show diễn “The Dream of Santorini” qua câu chuyện thú vị về tình yêu của xứ đảo mộng mơ ở Hy Lạp. Toàn bộ sân khấu được trang trí như một ốc đảo thu nhỏ với sàn catwalk phủ cát trắng lấp lánh. Đó là câu chuyện của một nàng sứa từ lúc bước ra từ trong bụng mẹ đến khi trưởng thành rồi biết rung động trước tình yêu. 5 bộ sưu tập Xuân Hè 2016 đã được giới thiệu trong show diễn, trong đó có một bộ sưu tập dành cho mẹ và bé.

► NTK LÂM GIA KHANG RA MẮT BST XUÂN HÈ

Lấy cảm hứng từ những chiếc váy ngủ, NTK Lâm Gia Khang vừa trình làng bộ sưu tập mới với những mẫu slip dress thướt tha, những bộ PJ cách tân hóa dáng suông rộng. Trên những chất liệu cao cấp như lụa tơ tằm, crepe, ren (lace), và voan kiếng (organza 2by2)... anh áp dụng những kỹ thuật mới như xoắn vải, thắt nơ tạo phom 3D với những đường cắt tinh giản. Những thiết kế của Lâm Gia Khang được đánh giá có tính ứng dụng cao. Những người mẫu Trần Hiền, Hằng Nguyễn, Thu Thảo được chọn để thể hiện những trang phục trong BST mới này.



JESSICA MINH ANH TỔ CHỨC SHOW DIỄN TẠI SYDNEY

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. Họa 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, xách tay... cũng được biến tấu từ vải in họa tiết để làm điểm nhấn cho trang phục đơn giản.

► THE FASHION SHOW: FASHION IS FEARLESS TÁI HIỆN ĐƯỜNG ĐI BỘ NGUYỄN HUỆ

Chương trình vừa diễn ra vào tối 23-3 tại GEM Center, Q.1, TP.HCM tái hiện không gian đường phố như một "phiên bản mini" của phố đi bộ Nguyễn Huệ, với đài phun nước, ghế đá, hàng cây hay sự xuất hiện của những salon tóc, boutique thời trang, quán cà-phê. Ở đó, người mẫu được làm tóc ngay trước khán giả. Tất cả đều sống động, đúng với tinh thần của thành phố không ngủ Sài Gòn. Show diễn có sự tham gia của các nhà thiết kế trẻ như Võ Công Khanh, Đặng Hải Yến, Phi Phạm, Nguyễn Hoàng Tú... với phong cách tạo mẫu mới lạ, mang đặc trưng riêng. Chương trình nhận được sự tán thưởng của nhiều chuyên gia thời trang trong nước.



ALLURE GAME

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



Jeremy Scott Spring 2016



Mỏng mịn như LE TEINT ULTRA TENUE Compact

Phần nền Chanel LE TEINT ULTRA TENUE Compact có thể là câu trả lời cho xu hướng trang điểm mỏng nhẹ tự nhiên của mùa hè năm nay. Với kết cấu bột mịn nhẹ, phần có thể hòa hợp hoàn hảo với làn da đến từng góc cạnh, đồng thời không chỉ che phủ mà còn mang đến một làn da rạng rỡ.

Hộp phấn này chứa hợp chất khuếch tán là một thành quả mới của Chanel Research: ánh sáng kết hợp hai loại bột phấn thể hệ mới: phần 2-trong-1 giúp khuếch tán và phản xạ ánh sáng, và một loại bột phấn tập trung vào việc che phủ lỗ chân lông. Hợp chất khuếch tán giúp ánh sáng khuếch tán đi nhiều hướng, tạo sự đều màu và hiệu ứng làm mờ ngay tức thì đối với những vị trí chưa hoàn hảo.

NHỮNG CẶP MÀU SONG SINH

Dòng Lipstick cơ bản của MAC có đến hơn 100 màu son nên nếu bắt gặp hai ba màu chị em thì cũng chẳng lấy làm lạ. Tuy nhiên, nếu để ý kỹ, bạn vẫn thấy có đôi chút sự khác biệt nho nhỏ (về chất son, sắc thái màu, độ bóng, độ lì, độ mượt mà).



Chúng tôi tổng kết năm cặp màu chị em nổi tiếng của MAC.

1. Russian Red + Ruby Woo: cả hai đều là son lì, lên màu đỏ đậm tuyệt đẹp. Ruby Woo độ lì mạnh hơn.
2. Violetta + Heroine: cả hai lên môi đều lì, nhưng Violetta tím mượt mà hơn, Heroine lì và khô hơn nhưng sáng hơn.
3. Morange + So Chaud: màu cam tươi sáng, Morange có độ mượt mà trong khi So Chaud lì và khô hơn.
4. Girl about town + Show Orchid: hồng sáng, cả hai lên môi đều lì, và đều có độ mượt mà mịn màng.
5. Milan Mode + Pink Nouveau: Milan Mode hồng ánh ngọc trai trong khi Pink Nouveau lên màu satin, bóng, trong và mượt mà.

CHỌN KẸ MẮT CHÌ, GÈL HAY NƯỚC?

Nắm rõ đặc tính của từng loại kẻ mắt sẽ giúp bạn chọn được loại kẻ mắt thích hợp nhất cho mình.

1. Nếu bạn thích kiểu kẻ mắt tự nhiên, mềm mại, dễ sử dụng, ít bị dễ ý
-> Kẻ chì. (Khuyết điểm: nhanh trôi, dễ lem).
2. Nếu bạn thích kiểu kẻ mắt rõ nét, không lem, nét sắc sảo, tinh tế -> Kẻ nước Liquid (Khuyết điểm: phải vẽ rất cẩn thận, tỷ mỉ - độ khó cao)
3. Nếu bạn thích kiểu kẻ mắt lem, đường line mờ, tạo hiệu ứng mắt khói, ấn tượng và nghịch
-> Kẻ mắt Gel (Khuyết điểm: dễ bột màu, khó hoà trộn)

Kẻ mắt chì



Kẻ mắt nước



Kẻ mắt gel



MARC JACOBS VELVET NOIR MAJOR VOLUME MASCARA

Cây mascara này đang rất gây chú ý trên Sephora với những chiến dịch quảng cáo bài bản. Có đáng bỏ tiền mua?

Chúng tôi đã test thử và đồng thời cũng nhận được những phản hồi mới nhất về cây mascara này. Có thể nói đây là một phiên bản xuất sắc về thiết kế, chất lượng thì còn nhiều bàn cãi nhưng cũng không có gì gây sững sốt.

“Cây mascara này thực sự trung bình về mọi khía cạnh, trừ thiết kế rất rất đẹp và sang chảnh. Nó tạo ra một chiều dài trung bình, độ dày trung bình, màu sắc cũng trung bình, tức là không quá đen. Tôi phải mắt 3-4 lần chải mới đạt được độ dài mong muốn, mà thường thì tôi có nhiều cây mascara có thể làm dài mi xuất sắc chỉ với 2 lần chải. Chắc ai đó thích kiểu tự nhiên sẽ muốn thử cây mascara này”.

“Không ấn tượng về độ dày, độ dài mi nhưng có thể nói là độ lâu trôi của mascara này rất ổn. Tôi chải mi từ sáng và đến cuối ngày chỉ cần chải lại một lần. Mắt tôi thì rất hay chảy nước do dễ dị ứng với mọi thứ, nhưng cây mascara này bám rất tốt. Một vấn đề mà tôi không thích ở đây là hình dáng của cọ - cọ với bàn chải lợn xộn này nếu chải ở phần chính giữa mi thì tốt nhưng chải ở phần góc mi thì phần kem hay bị bám quá nhiều”.

“Mascara có công thức ướt nên rất dễ chải lại nhiều lần mà không bị bết. Điều này có nghĩa là bạn phải đợi 1 phút để nó khô. Tôi thích điều này vì trong thời gian đó, tôi có thể làm mi cong hơn hẳn khi đặt cọ mascara ở phía dưới mi và uốn nó lên”.

Hương của mưa

Nếu bạn thích đắm mình trong một cơn mưa mát lạnh của mùa hè và tìm kiếm những cảm giác tương tự ở một mùi hương thì đây chính là danh sách mà bạn cần.

1. Marc Jacobs Rain Splash Eau de Toilette. Mùi hoa dại và cỏ ướt bị xô dập trong một cơn mưa. Các note chính: mùi mưa, mùi hoa dại, mùi cỏ mới cắt, mùi gỗ và rêu sỏi.
2. La Prairie Silver Rain Eau de Parfum Spray. Thiết kế hình giọt nước đã nói lên cảm hứng chính của mùi hương. Các note chính: cam, mùi mật ngọt, hoặc hương và vani.
3. Clean Rain Eau de Parfum Spray. Mùi dưa ngọt và mùi hoa tạo ra một cảm giác thanh mát như đang đứng giữa cơn mưa. Các note chính: mùi dưa ướp lạnh, mùi hoa, mùi lá, xạ hương.
4. Demeter Rain Cologne Spray. Mùi hương của một cơn mưa đích thực với mùi nước, mùi đất ẩm và mùi thảo mộc. Note chính: Mùi mưa.
5. Derek Lam 10 Crosby Rain Day Eau de Parfum. Các note chính: mùi cỏ vetiver và mùi hoa cam.
6. Jo Malone London Rain Collection. Lấy cảm hứng từ cơn mưa và sương mù – những đặc sản thường trực của London, bộ sưu tập là những mùi hương tươi mát và ngọt lành.



Hồng thạch anh + Tropical

Những họa tiết nhiệt đới có thể kết hợp với phong cách French Manicure thanh lịch như thế nào? Giám đốc đào tạo Rita Remark của Essie giới thiệu phong cách Tropical đầy sáng tạo với những sản phẩm nail Essie Spring 2016.



Bước 1: Sơn lót móng rồi sơn tiếp hai lớp màu hồng thạch anh. (Tham khảo màu: High Class Affair)



Bước 2: Vẽ các họa tiết lá xanh thanh mảnh với màu xanh xám sáng trọng (Tham khảo màu: Pool Side Service).



Bước 3: Tạo bóng. Sử dụng màu xanh lá đậm để nhấn mạnh vài nét trên các tán lá (Tham khảo màu: Off Tropic). Việc này khiến tán lá trở nên tinh tế và phức tạp hơn.



Bước 4: Dùng màu hồng coral để thêm vài họa tiết hoa và nụ (Tham khảo màu: Lounge Lover).



Bước 5: Sử dụng màu hồng thạch anh ban đầu để chấm vào giữa các bông hoa.



Bước 6: Sơn bóng và hoàn thiện.



DVF Spring 2016



Jonathan Snyder
Spring 2016



Nature Lepore Spring 2016



Missoni Spring 2016



Giambattista
Valli Spring 2016



Manish Arora Spring 2016

MÀU XANH trở lại...

...Với rất nhiều sắc thái mới tinh tế và cách sử dụng màu sắc sáng tạo.

1. Phong cách smoky với màu xanh Teal (xanh mờng kết).
2. Lông mi xanh blue ấn tượng.
3. Mi mắt vẽ đồ họa với xanh baby blue.
4. Kẻ mắt màu xanh cobalt.
5. Xanh midnight với vệt màu nửa mí mắt.
6. Xanh lam ngọc với đường kẻ cat eye.



Tao Cool For School
Dinoplaz Cushy Blusher

Benefit Dew the Hoola

Estée Lauder Bronze
Goddess Gel Bronzer

Perricone MD
No Bronzer Bronzer

Chanel Soleil Tan
de Chanel

BRONZER không sợ xấu, sợ bẩn

Trong khi kỹ thuật make up phương Tây rất chuộng bronzer để tạo khối và khiến đường nét khuôn mặt thêm sắc sảo thì tại Việt Nam, đa số phụ nữ khi tự trang điểm vẫn rất ngại ngại khi áp dụng kỹ thuật này. Phần bronzer truyền thống thường là một hộp phấn nâu đậm dạng nén, được khuyến sử dụng cùng cọ lớn (kiểu cọ má hồng). Phần bronzer được áp dụng trên mặt để tạo ra những "vùng tối" (như hai bên cánh mũi, phần dưới xương gò má, hai bên thái dương) khiến gương mặt thon gọn và cánh mũi cao hơn. Rất nhiều người thừa nhận với tôi rằng khi thử áp dụng bronzer, kết quả nhận được rất đáng thất vọng: gương mặt nhìn không được sạch cho lắm – chiếc cọ lớn khiến việc sử dụng phần không được chính xác về cả sắc thái và khu vực cần áp dụng.

Tuy nhiên, đừng quá lo lắng. Năm 2016, bạn sẽ có hàng loạt lựa chọn mới về bronzer. Không chỉ còn là dạng nén truyền thống như trước (khó điều chỉnh và ít màu để lựa chọn), giờ đây bronzer được sản xuất dưới rất nhiều cấu trúc mới: dạng serum lỏng, dạng cream - to - serum (hỗn hợp giữa kem và nước), dạng gel, dạng cushion, dạng cream gel (hỗn hợp giữa cream và gel), dạng cream hay dạng stick (bút chấm). Những hình thức mới của bronzer khiến việc áp dụng loại phần này trở nên dễ dàng hơn, thậm chí chỉ với đầu ngón tay. Bạn có thể dễ dàng pha trộn một cách chính xác phần bronzer trên bất cứ vị trí nào của khuôn mặt.



Charlotte Tilbury
Beach Stick
in Ibiza



Lancôme Le
Duo Contour &
Highlighter Stick



Clinique Chubby
Sticks in Curvy
Contour and
Hefty Highlight

Nếu bạn là một newbie 100% đối với việc sử dụng Bronzer, chúng tôi cho rằng bạn nên thử bronzer dạng thời trước. Với dạng thời, bạn chỉ việc chấm đầu thanh phần ra ngón tay (hoặc trực tiếp lên mặt) để pha trộn. Màu sắc của bronzer dạng thời cũng rất mềm mại và có khả năng tích hợp vào da một cách nhẹ nhàng.

Kem nền chống nắng thông minh ĐA CHỨC NĂNG - SIÊU CHE PHỦ



NEW
BCDATION
CUSHION PLUS
SPF50+ PA+++



PHẦN NƯỚC TRANG ĐIỂM THỂ HỆ MỚI

- Siêu thông minh
- Đa chức năng
- Siêu che phủ



TONYMOLY



Ô NHIỄM SẼ GIẾT LÀN DA NHƯ THẾ NÀO?

Có 5 loại chất gây ô nhiễm có thể phá hủy và làm hỏng cơ chế bảo vệ tự nhiên của làn da, làm làn da trông già hơn, xỉn màu và không đều màu:

Phát thải bụi (Particulate Matter - PM): xâm nhập vào da thông qua lỗ chân lông, xuyên biểu bì, được xem là phương tiện di chuyển của các chất độc hại. Những chất này bám chặt vào lớp sừng, gây ra áp lực ôxi hóa, phá hủy hàng rào bảo vệ làn da và làm chậm trễ quá trình phục hồi của làn da⁷. Tác hại lên da: những dấu hiệu hư hại trông thấy được trên da (đốm nâu và nếp nhăn) và suy giảm chức năng của hàng rào bảo vệ⁸.

Oxi: sản sinh các gốc tự do, hủy hoại protein và lipid của da. Tác hại trên da: kích thích và làm lan rộng sự nhạy cảm hóa của làn da⁹.

Hợp chất hữu cơ dễ bay hơi (VOCs): tăng quá trình mất nước qua lớp biểu bì (TEWL). Tác hại trên da: tăng phản ứng với các chất gây dị ứng, làm biến đổi hàng rào bảo vệ da¹⁰.

Polycyclic Aromatic Hydrocarbons: tạo nên các gốc tự do và hydratcarbon thơm Aryl Hydrocarbon Receptor (AHR), gây nên quá trình ôxi hóa và viêm. Tác hại trên da: lão hóa sớm bao gồm tăng sự xuất hiện của các đốm melanin¹¹.

Ozone: nhanh chóng làm các nhân tố bảo vệ tự nhiên Vitamin C, E và Glutathione cạn kiệt, trong khi sản sinh những chất dễ gây viêm. Tác hại trên da: lão hóa da sớm, xuất hiện mảng tối màu, và tăng sự xuất hiện của các chứng viêm da dị ứng, eczema và ngứa.

Một lọ kem chống nắng là không đủ đối với những chất ô nhiễm này. Hãy bảo vệ làn da bằng một chiếc áo chống nắng dày và khẩu trang dày khi di chuyển ngoài đường phố. Rửa mặt thật sạch vào buổi sáng và đặc biệt là buổi tối để tránh các chất bụi ô nhiễm tàn dư trên mặt. Nếu bạn đang sống trong vùng ô nhiễm, việc layer quá nhiều sản phẩm dưỡng da không phải là ý hay vì các lớp kem phấn sẽ càng khiến lưu cữu bụi bặm trên gương mặt.



KẾT HỢP MÀU MẮT

Các thương hiệu mỹ phẩm không tạo ra bảng màu mắt để bạn sử dụng riêng lẻ từng màu (nếu thế, hãy sử dụng màu mắt đơn). Hầu hết các bảng màu mắt đều được tính toán rất cẩn thận để các màu sắc hỗ trợ cho nhau và tạo ra một hiệu quả tổng hợp.

Nhiều người không biết kết hợp màu mắt như thế nào nhưng thực ra điều này không hề khó nếu bạn nắm được vị trí của từng màu như sau:

LẤY MÀU Ở KHOÉ MẮT LÀM CHUẨN

1. Vùng khoé mắt: Luôn chọn màu trung tính trong bảng màu (màu be nâu, màu nâu nhạt).
2. Vùng bầu mắt trên: Chọn màu đậm hơn màu ở khoé mắt 1 tone.
3. Vùng chính giữa mí trên: Chọn màu sáng hơn màu ở khoé mắt 1 tone.
4. Vùng đuôi mắt: Chọn màu đậm hơn màu ở khoé mắt 2 tone, thường là màu đậm nhất của bảng màu (nâu đậm).

ĐỪNG TIẾC TIỀN CHO 1 CÂY CỌ MẮT

Cọ mắt là dụng cụ tuyệt vời khi pha trộn các màu này lại với nhau và tạo ra sự chuyển đổi mượt mà của màu mắt. Bạn khó mà làm điều này với cọ bông bán sẵn trong bảng màu.

VŨ ĐIỆU MƯA!

artèxo

Thiên nhiên, nguồn dinh dưỡng lớn nhất cho vạn vật, truyền nhựa sống cho cây cối. Các đặc tính độc đáo và mùi hương quyến rũ của chúng nuôi dưỡng tâm hồn và chăm sóc vẻ đẹp của chúng ta.

Mưa, nguồn của sự sống. Nếu thiên nhiên được mưa đánh thức thì mái tóc được phục hồi độ ẩm và sinh lực đáng kinh ngạc nhờ Rain Dance.

Giờ đây, bạn hãy dành chút thời gian để cảm nhận những gì tinh túy nhất của Rain Dance: Mở nắp sản phẩm để thấy sự hòa quyện tuyệt vời của Dầu và Nước, của Bầu trời và Trái đất, của Sức mạnh và Sự mềm mại.

Hãy chứng kiến mái tóc mình: THỰC SỰ TƯƠI MỚI VÀ HOÀN HẢO!



1 CREAM SHAMPOO Dầu gội dưỡng ẩm phục hồi

- . Dịu nhẹ với da đầu. Hiệu quả làm sạch dài lâu
- . Tóc bóng sáng. Dưỡng ẩm từ gốc đến ngọn
- . Sợi tóc khỏe và đàn hồi

421,000đ/ 250 ml - 1,271,000đ/ 1000 ml

2 SUPREME MASK Mặt nạ phục hồi & chữa trị siêu mượt

- . Mượt mà như lụa. Chống rối, bông xù
- . Hiệu quả dưỡng ẩm vượt trội
- . Tóc bóng sáng. Sợi tóc chắc khỏe và đàn hồi

250,000đ/ 50ml - 450,000đ/ 150ml - 735,000đ/ 250ml

3 LEAVE - ON MILK SPRAY Xịt dưỡng phục hồi (Xả khô)

- . Chống rối, bông xù. Tăng độ bóng sáng
- . Giữ kiểu tóc bền lâu. Giữ màu tóc nhuộm
- . Chống nhiệt. Tóc trơn mượt tức thì
- . Cung cấp độ ẩm. Sấy khô nhanh, ngăn tia UVA

457.000đ/ 150ml

4 SERUM OIL Tinh dầu dưỡng phục hồi

- . Cung cấp dưỡng chất và phục hồi tóc hư tổn
- . Làm tóc bóng sáng
- . Ngăn chặn và làm giảm tóc chẻ ngọn
- . Chống rối, bông xù và không làm nặng tóc

171,000đ/ 10ml - 600,000đ/ 60ml

5 DIVINE MOUSSE Mousse tạo kiểu

- . Giữ nếp và sóng xoắn lâu dài
- . Tạo độ phồng. Cho tóc mềm mại và đàn hồi
- . Chống rối. Tạo độ bóng, không gây khô tóc

407.000đ/ 150ml

Made in Italy

RAIN DANCE

Rain Dance có mặt tại các Salon chuyên nghiệp trên toàn quốc - Hotline: 0989 5959 88
www.atpcosmetics.com.vn



MAC Haute & Naughty Lash

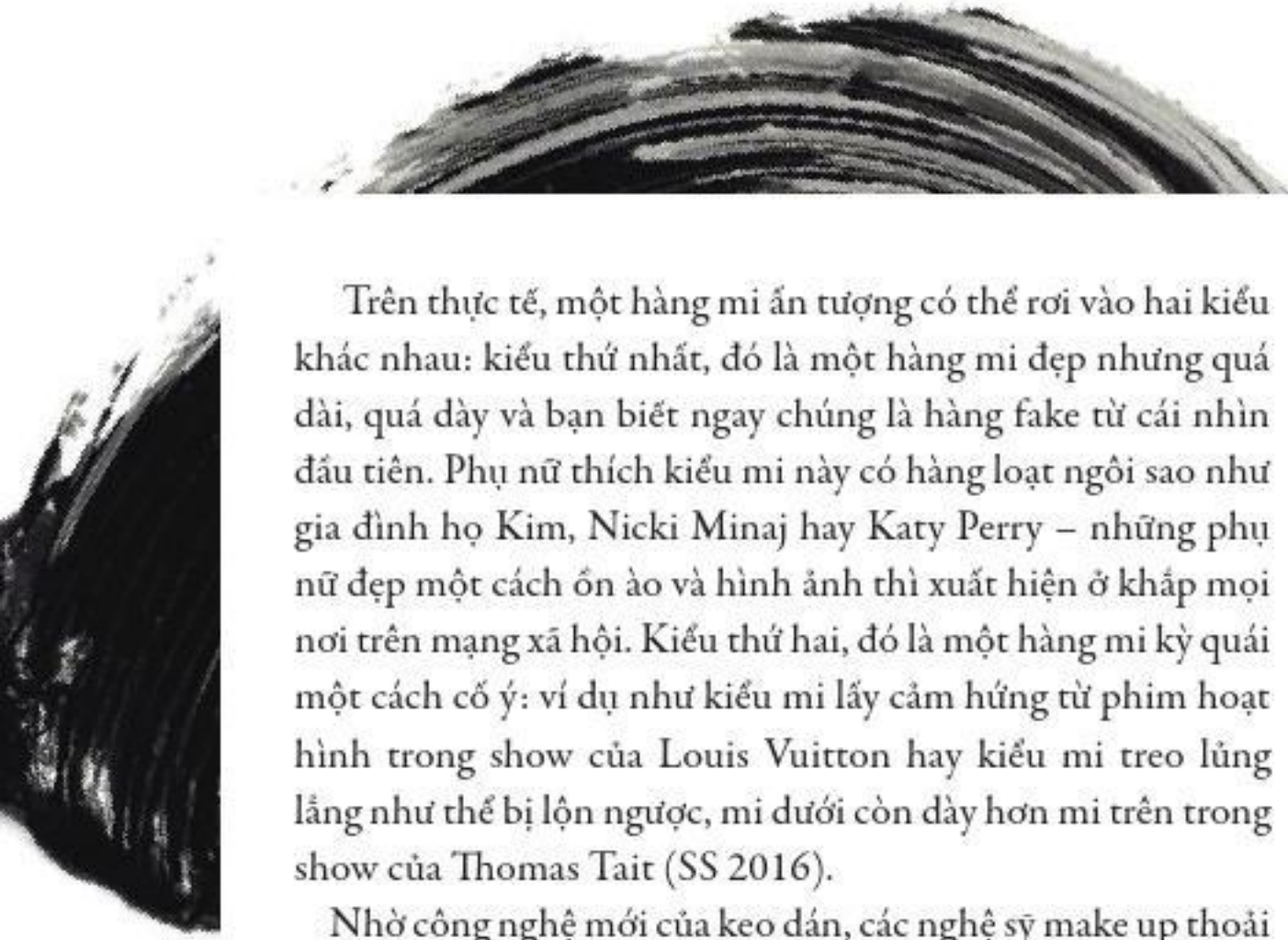


BẠN CÓ DÁM NGHỊCH VỚI MASCARA RỐI?

Xu hướng quả khó đoán. Từng được coi là một lỗi make up trầm trọng, nay mascara rối lại trở thành một xu hướng độc đáo.

Trong hai mùa thời trang gần đây, chúng tôi đã nhìn thấy những kiểu lông mi kỳ lạ nhất: dài, nhọn, ngoằn ngoèo, bết và rối. Chúng xuất hiện từ New York, Milan, cho đến Paris. Chúng như thể tác phẩm của một cô nàng lần đầu chuốt mascara, hoàn toàn không biết cách nào để khiến làn mi trở nên cong vút hoàn hảo và tự nhiên hơn. Tất nhiên, đây không phải là một trò nghịch dại vô bổ của những nghệ sỹ make up càn ý tưởng (dù bạn có thể nghĩ vậy).

Trong những bức họa của trẻ em, bạn có để ý cách chúng phân biệt giới tính nữ và nam? Mẹ mặc váy, bố mặc quần. Mẹ (hoặc chị) tóc dài, bố (hoặc anh) tóc ngắn. Và một đặc điểm nữa dễ nhận biết hơn nếu đứa bé có mẹ thuộc tuýp phụ nữ thích trang điểm: đôi mắt mẹ sẽ có những chiếc lông mi dài và cong veo. Lông mi dài là đặc điểm nổi bật của tính nữ. Một hàng mi dài sẽ thay đổi hình dáng của mắt và khiến phụ nữ trở nên quyến rũ hơn. Khi một phụ nữ sử dụng lông mi giả, điều đó cho thấy cô ta rất có ý thức về sức mạnh nữ tính của mình và thuộc tuýp người sẵn sàng bắt tay hành động để đạt được mọi ước mơ (dù cho ước mơ đó là lấy được một ông chồng giàu hay có được một công việc lương cao).



Trên thực tế, một hàng mi ấn tượng có thể rơi vào hai kiểu khác nhau: kiểu thứ nhất, đó là một hàng mi đẹp nhưng quá dài, quá dày và bạn biết ngay chúng là hàng fake từ cái nhìn đầu tiên. Phụ nữ thích kiểu mi này có hàng loạt ngôi sao như gia đình họ Kim, Nicki Minaj hay Katy Perry – những phụ nữ đẹp một cách ôn ào và hình ảnh thì xuất hiện ở khắp mọi nơi trên mạng xã hội. Kiểu thứ hai, đó là một hàng mi kỳ quái một cách cố ý: ví dụ như kiểu mi lấy cảm hứng từ phim hoạt hình trong show của Louis Vuitton hay kiểu mi treo lủng lẳng như thể bị lộn ngược, mi dưới còn dày hơn mi trên trong show của Thomas Tait (SS 2016).

Nhờ công nghệ mới của keo dán, các nghệ sĩ make up thoải mái thể hiện những ý tưởng mới về mi giả, bao gồm những bộ mi bespoke có một không hai. Ví dụ như ở show của Marni, Tom Pecheux đã thực hiện một cuộc nổi mi cầu kỳ: ông biến những sợi mi giả thông thường trở thành độc đáo bằng cách cắt, tỉa, nối từng sợi mi rồi dán từng sợi theo một cấu trúc thưa thớt, cuộn tròn trên hai mí mắt và bằng cách nào đó, chúng giúp mắt rộng mở hết như những con búp bê. Đôi mắt không có mascara, không kẻ mắt, không phấn mắt, lông mày cũng chẳng trau chuốt. Tất cả ấn tượng đến từ hàng mi bespoke không đụng hàng này. Một cảm giác gì đó rất vị lai, hoặc cũng có thể là vintage – tùy theo những xúc cảm và ấn tượng của chính bạn.

Trong khi đó, tại Marc Jacobs, François Nars sử dụng mascara để tạo ra một phong cách lộn xộn đáng kinh ngạc. Cô gái tiệc tùng với những bữa tiệc qua đêm và hàng mi rối bời vì chuốt quá nhiều mascara. Để mô phỏng hiệu ứng “ăn chơi” này, Nars đã sử dụng ít nhất sáu lớp mascara để hàng mi tự nhiên dày lên ở mức cực đại và bắt đầu bết lại. Ông thậm chí còn rắc thêm chút bột vào mi để chúng trở nên khô hơn. Các cụm lông mi được xoắn nhẹ vào nhau để tạo ra một hình ảnh rất “tiệc tùng”: một vẻ đẹp hờ hênh có thể là thảm họa vào ban ngày nhưng sẽ rất hay ho vào ban đêm.

Tuy nhiên, vấn đề tiếp theo, nếu bạn đủ dũng cảm để ngịch với hàng mi như vậy thì bạn có đủ dũng cảm khi nghĩ đến quá trình tẩy sạch chúng – với sáu lớp mascara nặng trĩu?

Shiseido Full Lash Volume Mascara Giá 780.000 VND



Maybelline Colossal Chaotic Clumpy Lash Mascara



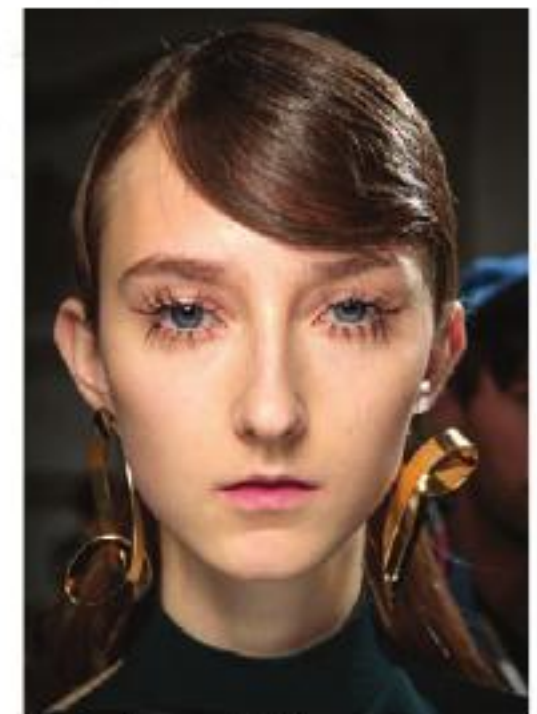
Mi giả của Make up Forever



Louis Vuitton Spring 2016



Marc Jacobs Spring 2016



Marni Spring 2016



Marni Spring 2016

VÀ ĐÂY LÀ LỜI KHUYÊN CỦA NGHỆ SĨ TRANG ĐIỂM GEORGINA GRAHAM

Bước 1: “Để loại bỏ mascara dày và bết, bạn cần một chiếc khăn ấm nóng. Áp nhẹ nó lên đôi mắt đã nhắm và để yên đây một phút. Nó có thể giúp đám mascara bị đông bành mềm ra và bong nhẹ”.

Bước 2: Sử dụng một miếng bông thấm dầu tẩy trang. Áp nhẹ lên lông mi, nhẹ nhàng ấn vào mi. Để yên khoảng một phút. Lặp lại vài lần hành động này và bạn sẽ thấy mascara đã được thấm đi khá nhiều.

Bước 3: Dùng tiếp một miếng bông thấm nước tẩy trang như nước Bioderma Micellar để làm sạch. Dùng que tăm bông để lau sạch ở vùng mí dưới và những góc mà bông tẩy trang chưa chạm đến được.

Bước 4: Dùng khăn mặt lau lại một lần nữa ở vùng mắt để làm sạch lần cuối.



NỀN DÂN CHỦ CỦA NƯỚC HOA

Năm 1994, CK One – nước hoa unisex dòng mainstream đầu tiên ra mắt thế giới và tạo ra một cơn bão thảo luận về giới tính trong nước hoa. Nhưng trước CK One, khái niệm giới tính đã bị các thương hiệu Niche xóa mờ.

Thành Hào

Unisex hoặc Gender Free là cách người ta sử dụng để nói về những mùi hương không quan tâm đến giới tính. Khái niệm này không mới trong thời trang, không mới trong âm nhạc và càng không mới trong địa hạt của nước hoa. Từ trước khi những thương hiệu niche cho ra mắt những mùi hương unisex đầu tiên, không hiếm trường hợp phụ nữ và đàn ông đã sử dụng lẫn lộn nước hoa của nhau.

Chúng ta đều biết trong quá khứ, có những note mùi được mặc định dành cho phụ nữ (hoa trắng và quả ngọt), cũng có những note mùi được mặc định cho đàn ông (da, mùi thuốc lá, gỗ, mùi rượu). Năm 2007, perfumer Kilian Hennessy tạo ra nước hoa Straight to Heaven với ý tưởng về một hương thơm cho đàn ông. “Đó là một hương thơm rất nam tính theo ý tôi, nó có gỗ và hổ phách, không cam quýt, không trái cây và hoa”. Nhưng cuối cùng Straight to Heaven lại phát triển thành một hương thơm độc đáo được phụ nữ trẻ ưa chuộng. Nhanh chóng nhận ra sự thay đổi trong việc xác lập giới tính của nước hoa, từ 2007, Kilian Hennessy hầu như chỉ ra mắt những dòng sản phẩm unisex. Ông nói rằng luôn tò mò khi ra mắt một chai nước hoa mới, vì không hiểu thành phần nào sẽ bị thu hút hơn: đàn ông hay đàn bà?

Hennessy không phải là perfumer đầu tiên nhận ra điều này. Khoảng 40% người mua Black Orchid của Tom Ford là đàn ông, trong khi chai nước hoa này được giới thiệu ban đầu là chỉ dành cho đàn bà. Từ năm 2007 trở đi, Tom Ford ra mắt một hệ thống nước hoa unisex phong phú dành cho cả hai giới, dòng Private Blend. Và tại Annick Goutal, những người bán hàng đã nhanh chóng nhận ra sự yêu thích của cả hai giới dành cho những mùi đặc biệt như Mandragore (vốn chỉ dành cho phụ nữ) và Eau d’Hadrien (vốn chỉ dành cho đàn ông). Không bán khoản quá nhiều, Annick Goutal đã nhanh chóng xếp cả hai chai này vào danh sách unisex.

Xu hướng phi giới tính được chú trọng rất sớm tại những thương hiệu niche như By Kilian, Tom Ford, Frédéric Malle, Jo Malone, L’Artisan Parfumeur, Serge Lutens và Bond no 9. Cho đến nay, Hermès có ba dòng nước hoa unisex chính là Hermessence (từ 2004 đến nay), dòng Jardin (từ 2003 đến nay), dòng Voyage d’Hermes (từ 2010 đến nay). Armani – một thương hiệu vốn có sự phân biệt giới tính rất rõ ràng cũng đã dành một khu vực riêng cho unisex tại dòng cao cấp Armani Prive (từ 2004) hay Armani Prive The Thousand and One Nights (từ 2010). Còn Chanel, thương hiệu đặc biệt “bảo thủ” với việc phân chia giới tính cho mùi hương, cuối cùng cũng chịu cho ra mắt chai nước hoa unisex đầu tiên của họ: Boy Chanel – sẽ xuất hiện trên thị trường vào giữa mùa hè năm nay (với mùi hoa



“Chúng tôi không cố gắng tạo ra một chai nước hoa unisex, chúng tôi muốn tạo ra một mùi hương nam tính nhưng lại có sức quyến rũ với phụ nữ”
- Perfumer Olivier Polge

oải hương, hoa hồng, phong lữ, chanh, bưởi, hoa hồng, hoa cam, gỗ đàn hương, heliotropin, vani và xạ hương).

Mặc dù vậy, có thể nói Chanel vẫn khá dè dặt với vấn đề giới tính của nước hoa. Quan điểm của perfumer Olivier Polge cho thấy điều đó: “Chúng tôi không cố gắng tạo ra một chai nước hoa unisex, chúng tôi muốn tạo ra một mùi hương nam tính nhưng lại có sức quyến rũ với phụ nữ”. Điều này khiến chúng ta có thể đặt câu hỏi: rằng Chanel đang thực sự muốn tạo ra một mùi hương unisex dành cho cả hai giới, hay chỉ muốn hướng tới phụ nữ cá tính – những người thích những thứ đơn giản, sắc nét kiểu đàn ông? Riêng cái tên Boy Chanel cũng đủ để nhắc chúng ta nhớ tới chiếc túi làm mưa làm gió những năm qua của Chanel: kiểu túi nữ vuông thành sắc cạnh với lối thiết kế rất đàn ông. Phải chăng nước hoa Boy Chanel cũng sẽ trở thành một kiểu phụ kiện như túi Boy Chanel? Câu trả lời này sẽ được giải đáp khi chúng ta được mục sở thị mùi hương này vào thời điểm mà nó ra mắt, tức là vẫn còn vài tháng nữa.

PHI GIỚI TÍNH BẮT ĐẦU TỪ ĐÂU?

Một ví dụ kinh điển về khi nói về nước hoa unisex là Jicky của Guerlain. Chai nước hoa này ra mắt năm 1889, vốn được dành cho nữ. Nhưng mùi vani tổng hợp của nó quá táo bạo với những quý bà quý cô thanh lịch thời đó – những người vốn đang dùng nước hoa có mùi hoa. Thay vào đó, đàn ông lại có hứng thú với Jicky hơn và cho đến tận thập niên 20 của thế kỷ sau, hầu như chỉ có đàn ông mới mua chai nước hoa này. Vào thập niên 60, 70, Jicky được chia sẻ bởi cả hai giới: những ngôi sao nổi tiếng như Brigitte Bardot, Jacqueline Kennedy Onassis, hay Sean Connery và Roger Moore.

Thập niên 60 cũng chứng kiến sự phổ biến của mùi hoắc hương ở các dòng nước hoa hippy dành cho cả nam và nữ. Một phần tư thế kỷ sau, CK One lướt trên làn sóng grunge và khơi dậy trào lưu phi giới tính với sự nhẹ nhõm, tươi mới, mùi hương cam quýt sạch có thể hoà trộn trên bất cứ làn da nào.

“Chúng ta đang sống trong một nền dân chủ của nước hoa,” Tom Ford nói. “Cuối cùng, việc lựa chọn một mùi hương hoàn toàn là cá nhân và bản năng. Nó không được quyết định bằng giới tính mà bằng cách hít vào và tự hỏi: liệu mùi hương này có ổn với tôi, liệu tôi có thích mùi hương này?”. Rất nhiều phụ nữ hiện đại không chịu nổi những mùi hương nữ tính truyền thống: chúng có quá nhiều hoa, quá nhiều vani, quá ngọt. Do đó, họ tìm đến những mùi hương trung lập nhưng độc đáo, với những note mùi xanh tươi, dịu mát, hương thảo mộc hay cam quýt, để cảm thấy dễ chịu và dễ thở hơn. Và một đối tượng rất quan trọng góp phần xoá nhoà giới tính của nước hoa là đàn ông thuộc giới tính thứ ba. Những chàng gay này là người tiên phong trong việc thử nghiệm nước hoa, họ có khiếu thẩm mỹ cao và một gu thưởng thức không tồi. Họ không ngại đi chệch ra khỏi địa hạt nước hoa nam truyền thống với kiểu mùi tươi mát, sạch sẽ hoặc đắng, hắc và ấm. Họ sẵn sàng thử những sự pha trộn mạnh mẽ như hoa hồng với trầm hương hay thuốc lá với vani: những mùi hương pha trộn một cách tinh tế và cân bằng giữa những đặc trưng của hai giới. Chính sự tiên phong này đã ảnh hưởng không nhỏ đến giới straight (đàn ông không gay) và dẫn đến nhiều sự thay đổi tương tự.

Theo quan điểm của Tom Ford, nước hoa unisex rồi sẽ phổ biến như một chiếc quần – phụ nữ mất rất nhiều thời gian để có thể xỏ chân vào chiếc quần đầu tiên để rồi giờ đây, nó được mặc bởi tất cả. Fabrice Penot, đồng sở hữu của thương hiệu nước hoa Le Labo đồng tình với nhận xét này: “Những vấn đề như nam tính và nữ tính của nước hoa hoàn toàn là ý niệm của marketing”. Chai nước hoa Le Labo Rose 31, được đặt tên dựa trên bông hoa nữ tính nhất nhưng được bán cho cả hai giới, và cả hai giới đều chẳng thấy có vấn đề gì (bằng chứng là Rose 31 --bán rất chạy cho tất cả).

Lựa chọn unisex

A. Aromatic

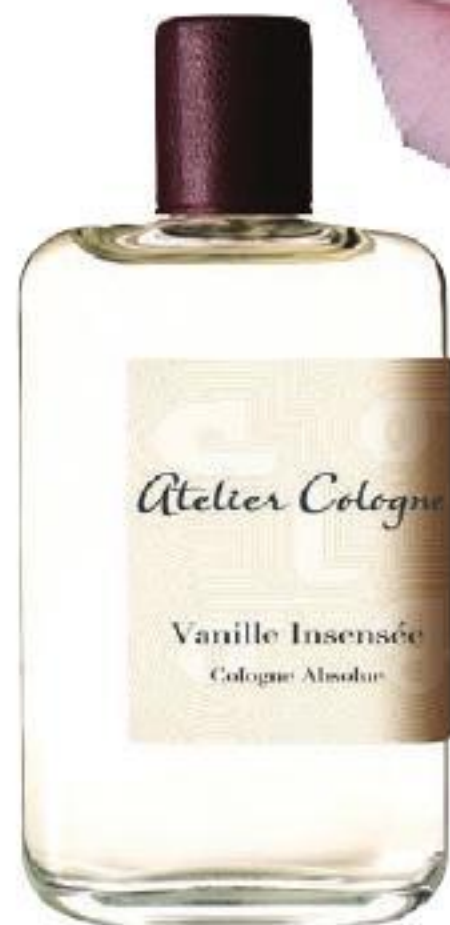
Nhóm mùi thảo mộc, gia vị bao gồm những note chính như xô thơm, hương thảo, thì là, hoa oải hương.... Chúng thường được kết hợp với chanh và những note mùi cay.

1. L'eau des Hesperides Diptyque: mùi cam quýt, hương thảo và hạt tiêu kết hợp với các note floral và bạc hà.
2. Cucumber Demeter: mùi dưa chuột xanh mát lạnh.
3. Dangerous Complicity Etat Libre d'Orange: mùi quế hoa kết hợp với gừng, rum, mùi da và mùi gỗ ấm.
4. Tea Collection Earl Grey and Cucumber Jo Malone: mùi hương tươi mát của táo, hoa nhài, cam và dưa chuột, trên nền hương vani, tuyết tùng, xạ hương và sáp ong.



B. Floral: nhóm mùi hoa

1. Essence No. 1 Rose Elie Saab: mùi hoa hồng sâu và u tối.
2. Fleur de Portofino Tom Ford: hương thơm tập trung vào mùi hoa keo Địa Trung Hải, bao quanh bởi cam quýt và keo mật ong.
3. Some Like It Hot By Kilian: mùi hoa hồng pha trộn với mùi vải chua và mùi hạt dẻ.
4. Mimosa & Cardamom Jo Malone: một mùi hoa phương Đông với hương mimosa và bạch đậu khấu trên nền đậu tonka ngọt ngào.

*C. Woody: nhóm mùi gỗ*

1. Vanille Insensee Atelier Cologne: rêu sồi, gỗ sồi và hổ phách.
2. El Cosmico D.S. & Durga: mùi thơm của cây bụi sa mạc, tiêu và thông. Một mùi hương gỗ đặc trưng.
3. Oud Demeter: mùi trầm hương nguyên bản.

SUMMER BEAUTY

Những mùi hương thanh mát hoặc ngọt ngào, những thỏi son ấn tượng, những hộp phấn lấp lánh hay những chai skincare độc đáo giúp xoa dịu làn da ...chúng tôi mang đến những lựa chọn tuyệt vời cho Tháng Năm.



1. MAC BRUSH 129SH POWDER/BLUSH (sưu tập MAC Flamingo Park Collection): Cọ má hồng. / **2. SHISEIDO SYNCHRO SKIN LASING LIQUID FOUNDATION:** Phấn nền với công nghệ tiên tiến đồng điệu với làn da, cho lớp nền bền đẹp lâu trôi, hòa quyện với sắc da mang đến vẻ rạng ngời hoàn hảo. Giá: 1.080.000 VND. / **3. BVLGARI AQVA DIVINA FOR WOMEN:** Mùi hương đặc trưng Hương đầu: cam bergamot, muối, gừng. Hương giữa: quả mọng, hoa mận lan Hương cuối: sáp ong, hổ phách, gỗ. Giá: 1.780.000 VND / **4. L'OCCITANE ALMOND VELVET BALM YOUTHFUL BODY:** Kem dưỡng thể với kết cấu đặc mịn giúp cải thiện 5 dấu hiệu lão hóa chính của cơ thể. Giá: 1.500.000 VND / **5. MAC HAVE YOUR CAKE LIPSTICK (SƯU TẬP MAC FLAMINGO PARK COLLECTION)** son màu tím hồng tươi sáng, ấn tượng.



1. THE BODY SHOP DROPS OF YOUTH™ YOUTH CONCENTRATE Tinh chất chứa Tế bào gốc Hoa Nhung Tuyết giúp thẩm thấu nhanh chóng mà không gây nhờn giúp se khít lỗ chân lông đem đến sự mịn màng và tươi khỏe hơn trông thấy. Giá: 1.299.000 VND/50ml, 899.000 VND/30ml. / **2. CLÉ DE PEAU BEAUTÉ POWDER EYE COLOR SOLO:** Phần mắt dạng đơn có kết cấu phấn mỏng nhẹ, màu sắc tươi tắn. Giá 920.000 VND/ **3. LA SOLUTION 10 DE CHANEL** Sản phẩm dưỡng ẩm đầu tiên với công thức độc quyền của CHANEL có chức năng xoa dịu, giải tỏa căng thẳng và bảo vệ làn da nhạy cảm với thành phần từ 10 loại nguyên liệu giúp tối ưu hóa sức chịu đựng của làn da. Giá: 2.336.000 VND / **4. MARC JACOBS FRAGRANCES SPLASH:** Rain. Mùi hương tươi mát gợi lên âm hưởng của những cơn mưa mùa hè, trong hương thơm ngai ngái của cỏ và những bông hoa dại đắm say. / **5. CLÉ DE PEAU BEAUTÉ LUMINIZING FACE ENHANCER** Phần tạo độ sáng cho gương mặt với sắc màu rực rỡ như đang khiêu vũ trên làn da và kích thích tất cả giác quan. Giá 1.990.000 VND..



1. KIEHL'S CLEARLY CORRECTIVE™ DARK SPOT SOLUTION: Chứa hoạt chất Vitamin C, bạch dương trắng và mallow, giảm rõ rệt số lượng và diện tích của các đốm nâu và các mảng tối màu đồng thời ngăn chặn quá trình hình thành đốm nâu trên bề mặt và làm đều màu da. 1,550,000VND/30ml. / **2. THE BODY SHOP ALMOND HAND AND NAIL CREAM.** Sản phẩm Dưỡng Da tay bán chạy nhất đã trở lại với phiên bản giới hạn được thiết kế bởi EINE - nghệ sĩ đường phố nổi tiếng nước Anh, dựa trên ý tưởng "Thay đổi trong tám tay" của The Body Shop. Giá: 366.000 VND / **3. JOSIE MARAN VIBRANCY ARGAN OIL FOUNDATION FLUID.** Phần nền thuộc dòng best seller của Josie Maran, cấu trúc mềm nhẹ nhưng che khuyết cực tốt kèm tinh dầu Argan Oil nuôi dưỡng làn da mượt mà. / **4. ESTÉE LAUDER THE EDIT EYESHADOW PALETTE.** Bảng phấn mắt này là thành quả của Estée Lauder và ngôi sao Kendall Jenner với những sắc màu tím, nâu, đồng vàng ấn tượng cho xuân hè. / **5. DOLCE GABBANA VELVET BERGAMOT:** Hương cam tự nhiên và tươi mát dành cho một mùa hè nóng bỏng (nước hoa dành cho nam)



1. GIVENCHY LIVE IRRESISTIBLE: Mùi hương pha trộn giữa mùi hoa quả và gia vị với hương vị dừa ngọt ngào và hoa hồng. / **2. CLARINS INSTANT LIGHT LIP COMFORT OIL.** Tinh chất dưỡng môi với công thức dầu thực vật 100% tạo ra một lớp bảo vệ mịn màng cho môi. / **3. DAVINES YOUR HAIR ASSISTANT PREP RICH BALM.** Dầu xả nuôi dưỡng sâu cho tóc, cung cấp dưỡng chất cho những mái tóc dày đã qua xử lý hoá chất. Làm mềm mà không làm nặng tóc. / **4. DIOR HYDRA LIFE JELLY SLEEPING MASK.** Mặt nạ ngủ siêu nhẹ với kết cấu thạch nước hỗn hợp dưỡng ẩm trong tám giờ liên tục. Da tươi mới từng ngày. Rất thích hợp cho mùa hè. / **5. LANCÔME TEINT MIRACLE COMPACT.** Phần nền dạng nén có chất bột mịn và đặc như kem, tạo thành lớp che phủ mịn màng như một làn da thứ hai, mang đến một hiệu quả tinh tế kinh ngạc. Giá: 1.250.000 VND (lời), 450.000 VND (vỏ hộp).



MẠNG NHÊN TRÊN DA

Những mạch máu nổi rõ trên da và tạo ra hình dạng chằng chịt như một mạng nhện li ti được gọi là triệu chứng giãn mao mạch (spider veins). Theo các nghiên cứu mới nhất, điều trị laser là giải pháp số một cho triệu chứng này.

Khánh Minh

Sau 30 tuổi, da tôi bắt đầu xuất hiện những mạch máu nhỏ li ti, đặc biệt là ở vùng chân mũi. Các mạch máu này trở nên đỏ và rõ hơn khi tôi phải ra ngoài ở nhiệt độ cao. Đó có phải là triệu chứng lão hoá không? Tôi có thể bôi kem để chống lại các dấu hiệu này không?

Triệu chứng các mạch máu nhỏ xuất hiện như mạng nhện ở một khu vực nào đó trên cơ thể gọi là giãn mao mạch. Tình trạng này xảy ra với rất nhiều nguyên nhân, từ việc bôi các loại hoá mỹ phẩm không rõ nguồn gốc (đặc biệt là lạm dụng corticoid), cho đến tác động môi trường và thậm chí là do gen, nhưng nhìn chung đều dẫn đến kết quả là da mỏng, yếu, độ đàn hồi của thành mạch kém. Tức là khi lưu lượng máu tăng lên thì thành mạch sẽ mở rộng ra để máu dịch chuyển, sau đó co lại bình thường. Nhưng nếu khả năng đàn hồi kém thì thành mạch không co lại được và khiến các mao mạch bị giãn ra. Kết quả là bạn sẽ nhìn thấy các mạch máu li ti và gây đỏ kéo dài. Giãn mao mạch không phải là hiện tượng tất yếu của lão hoá, bởi một số người sẽ xuất hiện hiện tượng này còn một số khác thì không. Giãn mao mạch thường xuất hiện nhiều hơn ở phụ nữ mang thai, bệnh nhân lớn tuổi, những người thừa cân và những người đứng trong thời gian dài.

Giãn mao mạch có thể được xử lý bằng nhiều biện pháp như áp lạnh, xơ hoá, phẫu thuật hoặc chiếu laser. Các loại kem trị liệu hầu hết đều chỉ có tác dụng giữ ẩm làm dịu da chứ không có tác dụng xoá vết giãn mao mạch.

Phương pháp nào là hiệu quả nhất khi điều trị giãn mao mạch?

Theo các nghiên cứu gần đây thì điều trị bằng laser là lựa chọn tốt nhất cho các bệnh nhân giãn mao mạch. Một nghiên cứu công bố trên Foxnews đã khảo sát 798 người giãn mao mạch đã điều trị tại 11 trung tâm phẫu thuật ở Anh (từ 2008 – 2012). Những bệnh nhân này đã trải qua ba loại phương pháp điều trị: xoá các tĩnh mạch bằng laser, xơ hoá tĩnh mạch bằng một loại thuốc dưới dạng bọt và phẫu thuật loại bỏ tĩnh mạch. Sau sáu tháng, kết quả trị liệu được tổng hợp và xem xét. Các bác sĩ phát hiện ra rằng điều trị laser có hiệu quả tốt nhất cho các tĩnh mạch bị giãn, theo tác giả nghiên cứu, TS Julie Brittenden - một giáo sư về phẫu thuật mạch máu tại Đại học Aberdeen ở Scotland cho biết. “Chúng tôi thấy rằng cả ba phương pháp điều trị nói trên đều giúp giảm các triệu chứng giãn mao mạch nhưng điều trị với laser thì có ít biến chứng nhất”. Khoảng 1% bệnh nhân điều trị với laser xuất hiện các biến chứng như tê, da bị đổi sắc tố, nhưng có đến 6-7% bệnh nhân điều trị với Sclerotherapy (hay phẫu thuật) bị mắc các biến chứng này.

Cụ thể các biện pháp điều trị giãn mao mạch đang được sử dụng hiện nay là như thế nào?

Điều trị laser: sử dụng nhiệt năng tạo ra bởi laser để phong tỏa các mạch máu bị lỗi, chuyển hướng lưu lượng máu ngay lập tức để các tĩnh mạch biến mất.

Điều trị xơ hoá (Sclerotherapy): Những tĩnh mạch đích được tiêm vào chất làm xơ hóa dưới dạng bọt đến đúng vị trí mong muốn dưới sự hướng dẫn trực tiếp của siêu âm. Tiến trình này tạo ra tổn thương không hồi phục cho tế bào nội mô và gây nên sự co rút của tĩnh mạch. Qua đó, tĩnh mạch sẽ dần biến mất mà không gây tổn thương cho các cơ quan lân cận.

Các nghiên cứu gần đây cho thấy chất làm xơ hoá dạng bọt có thể sẽ không hoạt động một cách hoàn hảo và có nguy cơ bệnh nhân sẽ cần đến một điều trị khác trong tương lai. Chỉ có 54,6 % bệnh nhân cắt bỏ tĩnh mạch thành công với Sclerotherapy trong khi đó đến 83% bệnh nhân thành công với laser.

Nếu tôi chỉ bị giãn mao mạch ở vùng mặt, các vết giãn li ti khoảng 1 mm thì tôi nên chọn điều trị bằng laser hay điều trị dạng nào? Tôi nghe nói tùy theo đặc trưng và tình trạng của mao mạch bị giãn mà người ta nên điều trị theo các phương pháp khác nhau.

Đúng là tùy theo tình trạng của giãn mao mạch mà các bác sĩ sẽ đề nghị các liệu pháp trị liệu khác nhau. Trường hợp giãn tĩnh mạch nặng, kích thước lớn (đường kính tĩnh mạch lớn hơn 20mm) và có màu sắc tối, thậm chí dẫn đến những biến chứng nguy hiểm như loét da, phù nề thì phẫu thuật là biện pháp ưu tiên. Với các trường hợp nhẹ hơn, người ta thường xem xét hai loại trị liệu là Sclerotherapy và laser.

Bác sĩ có thể sẽ khuyên bạn sử dụng Sclerotherapy nếu bạn ở trong tình trạng sau:

- + Mao mạch bị giãn có kích cỡ lớn hơn 3 mm.
- + Bạn không mang bầu.
- + Vị trí giãn mao mạch tại các khu vực lớn như đùi, tay, cơ thể.

Ngược lại, điều trị laser sẽ được khuyên dùng nếu bạn ở trong tình trạng sau:

- + Mao mạch bị giãn có kích cỡ từ 1-3 mm.
- + Vị trí giãn mao mạch tại các khu vực nhỏ như một điểm nào đó trên mặt, khuỷu chân hay tay.

Trong tình trạng của bạn, giãn mao mạch nhẹ xảy ra trên mặt thì nên lựa chọn hình thức điều trị bằng laser để có hiệu quả tốt nhất.



Tôi chưa sắp xếp được việc đi trị liệu vì tạm thời chưa có thời gian, vậy làm thế nào để các vết giãn mao mạch không biến chuyển nặng hơn?

Bạn không thể ngăn ngừa triệu chứng giãn mao mạch khi nó đã xuất hiện, nhưng có thể hạn chế kích thước của nó và không khiến nó nặng nề hơn bằng cách:

- + Tránh đứng hoặc ngồi liên tục trong thời gian dài
- + Tránh uống các chất kích thích, ăn nhiều dầu mỡ
- + Tăng cường khẩu phần rau quả và nước hàng ngày
- + Không ăn mặn
- + Tránh bắt chéo chân khi ngồi. Nên giữ chân thẳng khi ngồi, nghỉ ngơi hoặc khi ngủ để máu có thể lưu thông dễ dàng hơn.
- + Luôn luôn bôi kem chống nắng khi di chuyển ngoài nắng.

Tôi vừa thực hiện chiếu laser để chữa trị vài vết giãn mao mạch nhỏ trên mặt. Chế độ chăm sóc sau đó có gì phải lưu ý đặc biệt không?

Thường thì sau khi chữa trị với laser, làn da sẽ có cảm giác như bị cháy nắng nhẹ từ 2-24 giờ. Hầu hết các bệnh nhân trải qua quá trình da bị sưng đỏ với các vết trầy xước mỏng. Bạn nên làm dịu da với các loại kem dưỡng ẩm nhẹ như gel lô hội, Polysporin hay Aquaphor. Quá trình này có thể mất từ 1-3 tuần để chữa lành.

Tránh làm những việc sau cho đến khi các vết sưng đỏ giảm và các vết trầy đã biến mất:

- + Trang điểm vào vùng da vừa được chiếu laser.
- + Ngâm vùng da vừa được chiếu laser vào bể bơi công cộng chứa clo. Hoặc ngâm trong bể sục.
- + Tập luyện gym hay bất cứ hoạt động thể lực nào làm chảy mồ hôi mạnh.
- + Phơi nắng
- + Chà mạnh vào vùng da vừa điều trị
- + Tắm hay rửa mặt trong nước nóng ngay sau 48 giờ sau điều trị.

Thường thì bạn phải mất từ 3-4 lần điều trị laser để các vết giãn mao mạch khỏi hẳn. Chi phí trung bình hiện nay cho điều trị này là 3-5 triệu/lần điều trị.

Lễ kỷ niệm 5 năm thương hiệu NASHI có mặt tại VIỆT NAM

Ngày 31/3, tại Flamingo Đại Lải Resort (Phúc Yên – Vĩnh Phúc), lễ kỷ niệm 5 năm thương hiệu Nashi có mặt tại Việt Nam đã diễn ra trong không khí trang trọng và ấm cúng. Hàng trăm đại diện của các Salon VIP khu vực phía bắc đã có mặt để chung vui với công ty TNHH Thương Mai và Dịch Vụ Mỹ Phẩm Thiên An trong sự kiện hoành tráng này.



Toàn cảnh hội nghị



Khách mời tham dự chương trình

Buổi lễ kỷ niệm diễn ra hết sức chuyên nghiệp trong không khí hân hoan chào đón sinh nhật thứ 5 của Nashi tại Việt Nam, đội ngũ Marketing của Thiên An đã góp phần vào sự thành công của buổi lễ với những trang trí vô cùng đẹp mắt và thân thiện, thể hiện tình yêu với Nashi bằng những ấn phẩm đặc biệt nhất, mang tới một không gian đẳng cấp và đậm dấu ấn của Nashi. Mỗi thành viên khi bước vào khán phòng đều cảm thấy thích thú vì được chìm đắm trong một thế giới riêng của Nashi.



Top salon kim cương



Top salon đặc biệt



Top salon ấn tượng



Chuyên gia kỹ thuật trình diễn



Ban tổ chức chương trình



Tiệc chúc mừng

Ngoài những thiết đãi chu đáo mà Thiên An đã chuẩn bị cho khách mời, chương trình còn mang lại nhiều thông tin hữu ích với những sự chia sẻ chi tiết về Nashi của ông Nguyễn Đức Dũng (TGD Thiên An) hay những chiến lược marketing, chiến lược kinh doanh của nhiều diễn giả trong chương trình.

Chương trình tiếp tục với phần tôn vinh những Salon Ấn Tượng, Salon Thân Thiết của Nashi. Những Salon nằm trong top được trao bằng khen và nhận những bộ quà tặng Nashi Lover - bộ quà tặng lần đầu tiên xuất hiện của Nashi.

Đại diện cho Top Salon thân thiết, chị Cát Tường cho biết: “Khách hàng của chị dùng Nashi họ rất là ưng và yêu sản phẩm, họ chia sẻ rằng sau khi dùng bộ sản phẩm của Nashi tóc họ mềm mượt vượt trội, dùng thường xuyên thì tóc càng ngày càng bóng khỏe và đẹp. Cảm ơn Nashi, Yêu Nashi!”

Ngoài ra, trong chương trình, NTMT Nguyễn Anh Hùng và NTMT Phương Hoàng còn mang tới cả khán phòng 1 Bộ Sưu Tập tóc vô cùng độc đáo, là những xu hướng màu nhuộm nổi bật, ấn tượng của 2016 – BST Biến Sắc.

Buổi lễ kết thúc trong sự hân hoan vui mừng của những khách mời và sự tin tưởng của tất cả những người yêu Nashi rằng trong thời gian tới, Nashi sẽ tiếp tục phát triển mạnh mẽ hơn nữa. Cùng xem lại một số khoảnh khắc đáng nhớ trong buổi lễ và kỷ niệm thương hiệu Nashi.

LET'S HAVE A LIFE

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



Bang & Olufsen Beolab 90



HANOI OFFICE

Unit 201, 2nd Floor, Hanoi Tower, No.49 Hai Ba Trung Str, Hoan Kiem District, Hanoi, Vietnam

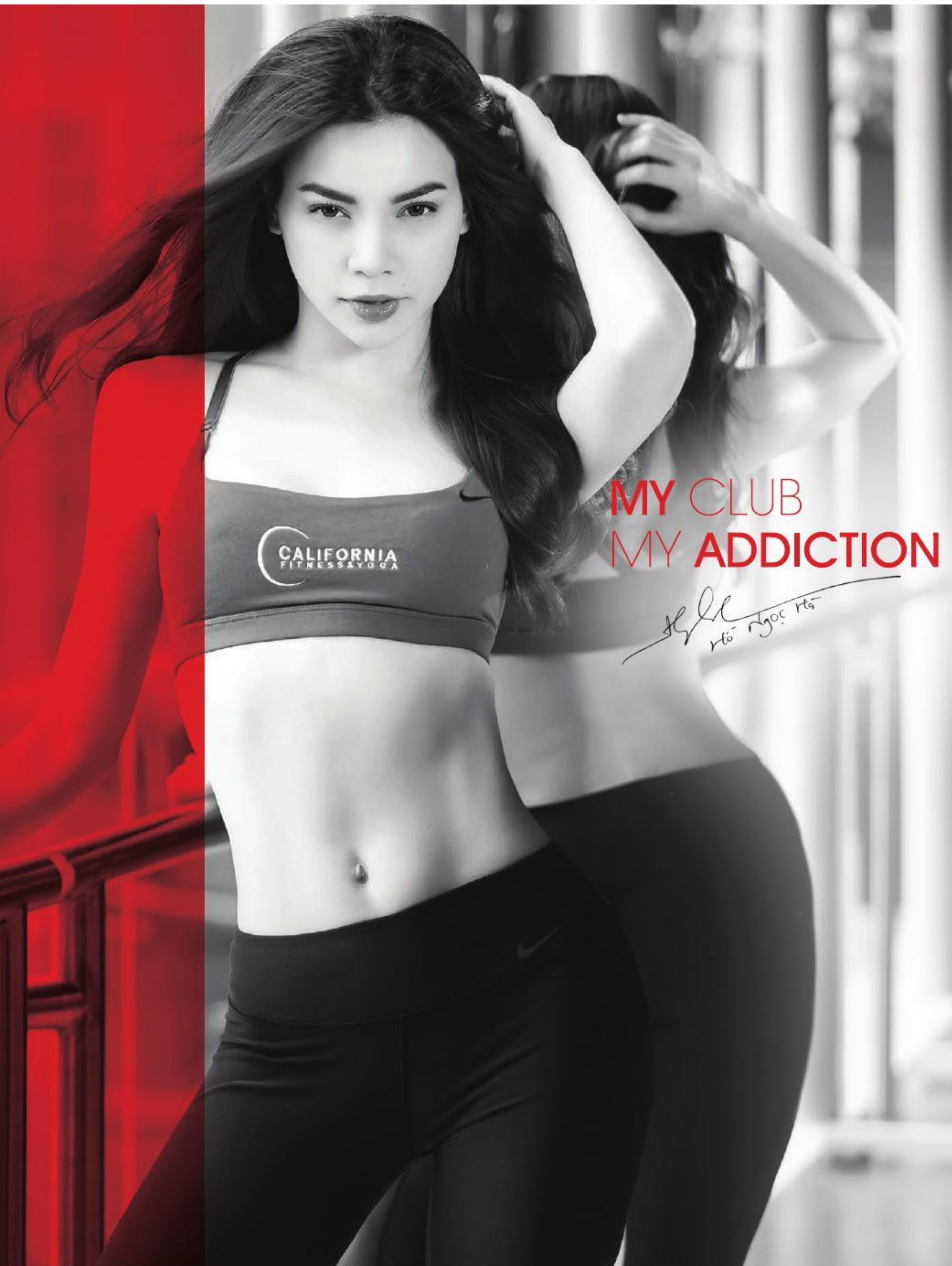
T: +84 4 39416666 | F: +84 4 39368338

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

PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



CALIFORNIA
FITNESS & YOGA

MY CLUB
MY ADDICTION

Thị Ngọc Hà



OPPO F1 PLUS

Oppo F1 Plus hay còn gọi là R9 gây ấn tượng mạnh với viền màn hình siêu mỏng chỉ 1,66 mm, cùng camera trước 16 MP. Thiết kế nguyên khối đẹp mắt, đi kèm bộ vi xử lý 8 nhân xung nhịp 2,0 GHz và RAM 4 GB. Đây hứa hẹn sẽ là một sản phẩm không thể bỏ qua cho những ai thích smartphone thiết kế đẹp và selfie tốt trong tầm giá dưới 10 triệu. Máy sử dụng hệ điều hành ColorOS 3.0 giao diện giống iOS 9. Về mặt trải nghiệm, hệ điều hành ColorOS 3.0 cho cảm giác sử dụng nhẹ và mượt. Tuy nhiên, bố cục sắp xếp chưa hợp lý, còn khá rối.

Smartphone của tháng

Cùng Style điểm qua những mẫu smartphone ấn tượng trong thời gian gần đây!

Đỗ Công Tuấn



HUAWEI P9

Bước đi khá mạo hiểm nhưng cũng rất đáng quan tâm của Huawei chính là bộ đôi Huawei P9 và P9S tích hợp tới hai camera kép sử dụng ống kính của hãng máy ảnh danh tiếng Leica. P9 không có nhiều thay đổi so với người tiền nhiệm, máy vẫn được chế tạo dạng thanh nguyên khối rất sang trọng và thời trang. Điểm nhấn của bộ đôi này chính là cặp camera kép mặt sau, với một camera màu 12 MP và một camera đen trắng, sử dụng ống kính khẩu độ f/1.9 và phần mềm của hãng máy ảnh Leica. Theo Huawei khi kết hợp hai camera này, máy có thể chụp được nhiều chi tiết hơn đồng thời giúp tăng độ tương phản hình ảnh lên 50% và độ sáng gấp ba lần. Về cấu hình, Huawei P9 được trang bị màn hình IPS LCD 5.2 inch đi kèm bộ vi xử lý Kirin 95, GPU Mali-T880 MP4. Máy sẽ có 2 phiên bản RAM 3GB (bộ nhớ trong 32GB) và 4GB RAM (bộ nhớ trong 64GB), pin 3.000mAh..

LG G5

G5 được xem là sản phẩm đột phá nhất của hãng LG từ trước tới nay, với phần vỏ được làm từ nhôm nguyên khối, tạo cảm giác nhỏ gọn và chắc chắn, nhưng cũng không quá nặng nề. Cụm camera của LG G5 có hai camera ở hai bên và đèn Flash kép ở giữa. Hai camera này, một có độ phân giải 8 MP cho góc rộng 135 độ, camera kia có độ phân giải cao hơn là 16 MP nhưng có góc hẹp hơn với 78 độ. Với màn hình IPS LCD, 5,3 inch, độ phân giải 2K, bộ vi xử lý Qualcomm MSM8996 Snapdragon 820 - H850, Qualcomm MSM8976 Snapdragon 652 - H840, GPU Adreno 530 - H850 Adreno 510 - H840, LG G5 là lựa chọn lí tưởng cho những tín đồ của điện thoại sử dụng hệ điều hành Android.



GALAXY J1 2016

Samsung Galaxy J1 là sản phẩm được nâng cấp từ điện thoại dòng J của hãng Samsung. Từ cái nhìn đầu tiên, ta có thể nhận ra J1 2016 có ngoại hình khá lạ mắt ở dưới màu trắng còn phần viền trên màn hình lại màu đen, tạo cảm giác tương phản cao. Đáng chú ý nhất là việc dung lượng RAM của máy được nâng cấp lên thành 1 GB, thay vì 512 MB như bản cũ. Màn hình của J1 bản 2016 vẫn có độ phân giải 480x800 pixel nhưng kích thước được nâng lên 4,5 inch (so với 4,3 inch trước đây). J1 phiên bản 2016 dùng chip xử lý Exynos 3457 chưa từng công bố của Samsung. Dòng chip này dự kiến có 4 nhân xử lý, dùng đồ họa Mali-T720. Thiết bị chạy hệ điều hành Android 5.1 Lollipop.



GOOGLE NEXUS 6P

Với chữ P là viết tắt của Premium (sản phẩm cao cấp), Nexus 6P được đánh giá là chiếc điện thoại ổn nhất từ trước đến giờ của Google Nexus. Sản phẩm được chế tạo bằng kim loại nguyên khối, màn hình phía trước được bảo vệ bằng lớp kính cường lực Gorilla Glass 4 cứng cáp. Tuy có kích thước lớn nhưng 6P mang lại cảm giác cầm nắm khá dễ chịu nhờ các góc cạnh được vát cong tạo điểm tựa cho tay. Ngoài ra, phần kim loại trên máy được phủ một lớp sơn nhám giúp máy hạn chế việc trơn hoặc tuột tay khi cầm lâu. Nexus 6P có màn hình kích thước 5.7 inch độ phân giải 2K (1440 x 2560pixels), mật độ điểm ảnh đạt 518 ppi. Hiệu năng của Nexus 6P rất tuyệt vời do có bộ vi xử lý Snapdragon GPU Adreno 430. Máy dùng hệ điều hành mặc định là Android 6.0 Marshmallow với các tính năng được cải thiện và tối ưu hóa đáng kể so với hệ điều hành Lollipop.





gadget của tháng

Đỗ Công Tuấn



I RIF6 CUBE

Chiếc máy chiếu tí hon 2 inch nhưng nhỏ mà có võ. Gây ấn tượng mạnh với thiết kế vuông vắn, nhỏ gọn, Rif6 Cube có thể chiếu với màn hình có độ rộng lên tới 120 inch, thời lượng pin 90 phút và tích hợp thêm đèn Led với thời gian sử dụng lên đến 20.000 giờ. Chiếc máy chiếu này có thể kết nối trực tiếp với chiếc smartphone của bạn thông qua bluetooth và trình chiếu bất cứ đoạn nhạc, phim, ảnh nào bạn thích, từ Netflix, Youtube, Facebook hay Instagram. Tất cả những gì bạn cần chỉ là một bức tường phẳng đủ rộng để chiếu lên. Rất thích hợp cho những chuyến du lịch và pic nic cùng nhóm bạn thân hay gia đình. Giá: USD279.

2

DIVOOM® VOOMBOX-OUT-DOOR 2ND GENERATION TRUE 360° SURROUND SOUND

Mùa Hè, mùa của những chuyến du lịch, những party ngoài trời đã đến. Một chiếc loa di động với thiết kế bắt mắt và nam tính hẳn sẽ là món quà tặng tuyệt vời cho bất cứ anh chàng nào. Với kết nối bluetooth 4.0 cùng khả năng chống nước, chơi nhạc liên tục đến 12 giờ, chiếc Divoom® Voombox-Outdoor này xứng đáng là người bạn đồng hành lý tưởng cho những buổi tiệc tùng rôm rả bên bờ biển. Giá: USD79.99.



4

BOSE QUIETCOMFORT 201 ACOUSTIC NOISE CANCELING HEADPHONES

Nghe nhạc không có gì khó chịu bằng sự phá đám của tiếng ồn xung quanh. Kể cả có cảm tai nghe thì tiếng ồn cũng không thể bị loại bỏ tuyệt đối. Hãng Bose đã cho ra mắt dòng tai nghe có thêm chức năng loại bỏ tiếng ồn. Lý tưởng khi kết hợp cùng các sản phẩm của Apple, tai nghe này có khả năng thiết kế ấn tượng và cực chắc chắn để nhét vào tai, đây xứng đáng là chiếc tai nghe mà tín đồ âm nhạc nên đầu tư. Giá: USD299.



5

WIRELESS CHARGE FITBIT WIRELESS Wristband

Một chiếc đồng hồ must-have của các tín đồ gym. Không chỉ có chức năng ghi lại quá trình tập luyện, đếm số bước chân, đo nhịp tim, chiếc Fitbit không dây này có thể kết nối trực tiếp với smartphone của bạn thông qua app riêng để tính toán lượng calo tiêu thụ, số tăng thang bạn đã leo, khoảng cách bạn đã đi bộ, đồng thời còn có thêm chức năng điều chỉnh giấc ngủ của bạn. Giá: USD140.



SESAME

Bạn luôn phát điên vì việc mất/quên chìa khóa và mỗi lúc như vậy bạn sẽ phải chờ đến dài cổ để được người thân giải cứu. Giải pháp cho bạn chính là Sesame. Chỉ cần download app Sesame (miễn phí) và mua một chiếc ổ khóa thông minh có kết nối wifi là okie. Chiếc smartphone của bạn đã ngay lập tức biến thành chìa khóa cộng là siêu bảo mật, có nhiều màu sắc cho bạn lựa chọn và sử dụng cực đơn giản, dễ dàng. Giá: USD199.99.





MAZDA6

sedan sang trọng, tiện nghi

Sự kết hợp giữa khả năng vận hành mạnh mẽ cùng tính năng lái thể thao, tính tiện dụng trong thiết kế và trang bị đã tạo nên sức hút mới mẻ cho Mazda6 trong phân khúc sedan hạng trung cao cấp.

THIẾT KẾ SANG TRỌNG, NỘI THẤT TIỆN NGHI

Mazda6 được phát triển dựa trên ngôn ngữ thiết kế KODO - “Linh hồn của sự chuyển động” gây ấn tượng ngay từ vẻ bên ngoài với dáng vẻ thể thao, cá tính và đầy sức hút. Thiết kế của Mazda6 truyền tải nét thiết kế đặc trưng mang đậm tính thể thao của thương hiệu Mazda6. Đó là sự pha trộn giữa sự sang trọng, lịch lãm của hình mẫu sedan chuẩn mực trong phân khúc D, cùng tính thể thao, cá tính của những mẫu coupe thể thao. Đây chính là điểm nhấn khác biệt, thu hút một phân khúc khách hàng mới của Mazda: những doanh nhân trẻ tuổi thành đạt, thích sở hữu những mẫu xe biểu trưng cho phong cách sống mạnh mẽ và cá tính.

Nâng tầm giá trị cho thiết kế ấn tượng này là các trang bị ngoại thất cao cấp như hệ thống đèn pha Bi-Xenon; đèn LED chạy ban ngày; hệ thống rửa đèn, đèn pha tự động bật/tắt, đèn pha tự động điều chỉnh góc chiếu; hệ thống gạt mưa tự động; Gương chiếu hậu chỉnh, gập điện, tích hợp đèn báo rẽ, mâm đúc hợp kim nhôm 19 inch (ở phiên bản động cơ 2.5L),...

Không gian nội thất Mazda6 rộng rãi với nhiều trang bị tiện nghi hiện đại như ghế bọc da cao cấp, ghế lái chỉnh điện 8 hướng nhớ vị trí, màn hình DVD tích hợp GPS, hệ thống âm thanh 11 loa Bose, kết nối AUX, USB, iPod, điều hòa tự động 2 vùng độc lập, gương chiếu hậu chỉnh điện, gập điện tích hợp đèn báo rẽ, lẫy chuyển số trên vô lăng (bản 2.5L), chức năng kết nối, đồng bộ hóa điện thoại và hệ thống âm thanh qua kết nối bluetooth.

VẬN HÀNH MẠNH MẼ, TIẾT KIỆM NHIÊN LIỆU

Tương xứng với ngoại hình đầy sức hút chính là sức mạnh 185 mã lực (bản 2.5L), mô-men xoắn lên 250Nm ngay tại vòng tua 3250 rpm kết hợp với hộp số tự động 6 cấp, dẫn động cầu trước.

Mazda 6 ứng dụng công nghệ SkyActiv hiện đại – một giải pháp tiên tiến về động cơ, hộp số, thân xe, hệ thống treo giúp tối ưu hóa các tính năng vận hành và nâng cao khả năng tiết kiệm nhiên liệu. Xứng đáng là “thách thức” mới trong phân khúc D, hệ thống động lực của Mazda6 được trang bị thêm hệ thống dừng/khởi động động cơ i-Stop, hệ thống tái tạo năng lượng khi giảm tốc i-Eloop, hệ thống kiểm soát ga tự động Cruise control... giúp giảm áp dụng sử dụng chân phanh trong giao thông đô thị đông đúc, nâng cao hiệu quả tiết kiệm nhiên liệu.

AN TOÀN HÀNG ĐẦU

Mazda6 được chứng nhận điểm an toàn tuyệt đối “Top Safety Pick” do Hiệp hội an toàn giao thông Mỹ (IIHS) uy tín bình chọn. Sở hữu hàng loạt trang bị an toàn hiện đại, Mazda6 mang đến cảm giác yên tâm và thoải mái nhất cho người cầm lái như hệ thống chống bó cứng phanh (ABS), hệ thống phân phối lực phanh điện tử (EBD), hệ thống cân bằng điện tử (DSC), hệ thống ga tự động (Cruise Control), 6 túi khí, camera lùi (bản 2.5L), cảm biến trước/sau, đèn pha tự động điều chỉnh góc chiếu sáng (AFS).

Tại Việt Nam, Mazda6 có hai lựa chọn về động cơ gồm 2.0 lít và 2,5 lít, với giá bán từ 965 triệu đến 1,119 tỷ đồng (đã bao gồm VAT).

THE RACE IS ON

May 5th - 8th, 2016
DANANG, Vietnam

REGISTRATION IS ONGOING
www.ironman703vietnam.com

1.9^{km} **SWIM**

90^{km} **BIKE**

21.1^{km} **RUN**

 www.facebook.com/IM703vietnam

 www.instagram.com/vietnamim703

 twitter.com/vietnamim703

#im703vietnam

ORGANIZED BY

HONDA CITY

Trải lối thành công!

Sau gần 3 năm ra mắt tại thị trường Việt Nam, Honda City đã đón nhận sự yêu mến và tin tưởng lựa chọn của gần 9,000 khách hàng trên cả nước cùng sự đánh giá cao từ các đơn vị báo chí chuyên ngành. Kết thúc năm 2015 City đạt doanh số bán 3.186 xe, tăng trưởng 8% so với 2014, trở thành một trong 2 mẫu xe sedan cỡ nhỏ bán chạy nhất phân khúc.



NGOẠI THẤT THỂ THAO VÀ NĂNG ĐỘNG:

Honda City mang một diện mạo thể thao, năng động với những đường nét thống nhất, sắc sảo và khí động học. Phần đầu xe với ốp mặt ca-lăng mạ crôm, cụm đèn pha tinh xảo và cao cấp, thân xe với những đường gân khỏe khoắn vượt từ đèn hậu là một điểm nhấn nổi bật của City mới, đuôi xe được trang bị đèn hậu màu đỏ ngọc với thanh trang trí mạ crôm tạo nên một vẻ ngoài đậm chất và sang trọng. Một số chi tiết ấn tượng khác như la-zăng 16inch lấy cảm hứng từ cánh quạt cối xay gió, ăng ten vây cá mập đã làm tôn lên cá tính và sự sang trọng cho City.

NỘI THẤT RỘNG RÃI HÀNG, TIỆN NGHI

City sở hữu không gian nội thất tiện nghi và rộng rãi mang lại sự thoải mái cho hành khách trên cả 2 hàng ghế. Đặc biệt, hàng ghế thứ 2 được tích hợp thêm cửa gió điều hòa – một lợi thế khác biệt so với các mẫu xe cùng phân khúc. Chất liệu nội thất cao cấp, hệ thống âm thanh hỗ trợ kết nối AUX, USB, radio AM/FM giúp tận hưởng những bản nhạc yêu thích từ các nguồn khác nhau. Thêm vào đó, vô lăng City được tích hợp chế độ thoại rảnh tay mang lại tiện ích tối đa cho người lái khi điều khiển xe. Về khoang chứa hành lý, City có thể tích lên tới 536L lớn nhất phân khúc (485L và khoang phụ dưới sàn là 51L) giúp việc đưa đồ vào và lấy ra dễ hơn cũng như chứa được nhiều đồ hơn.

XỨNG ĐÁNG CHIẾC XE LÁI “HAY” NHẤT PHÂN KHÚC

City được trang bị động cơ 1.5L SOHC i-VTEC cho công suất cực đại 118Hp/6600rpm (cao nhất phân khúc sedan cỡ nhỏ) kết hợp với hộp số vô cấp CVT được ứng dụng công nghệ EARTH DREAMS TECHNOLOGY vượt trội của Honda giúp City khác biệt với khả năng vận hành mạnh mẽ. Không chỉ vậy, với vô lăng có thể điều chỉnh 4 hướng có trợ lực lái điện (EPS), lẫy chuyển số tay thể thao cùng hàng loạt các trang bị cao cấp như: chế độ khởi động bằng nút bấm và chìa khóa thông minh, hệ thống hỗ trợ lái xe tiết kiệm nhiên liệu ECO Assist giúp Honda City trở thành mẫu Sedan cỡ nhỏ có khả năng vận hành mạnh mẽ nhất phân khúc với niềm vui cầm lái hứng khởi và tiết kiệm nhiên liệu tối ưu.



AN TOÀN VƯỢT TRỘI ĐẠT CHUẨN 5 SAO CAO NHẤT CỦA ASEAN NCAP

Với hàng loạt các trang bị tiên tiến như: Hệ thống khung xe hấp thụ lực G-CON, hệ thống 2 túi khí trước, hệ thống chống bó cứng phanh ABS, hỗ trợ phanh khẩn cấp BA, cảm biến lùi xe, móc ghế an toàn trẻ em Isofix, cảnh báo thắt dây an toàn và đặc biệt là hệ thống cân bằng điện tử VSA và hệ thống khởi hành ngang dốc HSA giúp City vượt qua những bài thử thách khắt khe của Ủy ban đánh giá xe Đông Nam Á ASEAN NCAP với xếp hạng 5 sao cao nhất.

Sở hữu những tính năng vượt trội trong phân khúc cùng thiết kế năng động, ngày càng nhiều Khách hàng Việt đã tin tưởng lựa chọn Honda City 2016 cùng với lượng đơn đặt hàng liên tục tăng cao trong 3 tháng đầu năm. Hiện tại HVN đang nỗ lực tối đa công suất nhà máy nhằm đáp ứng nhu cầu Khách hàng. Để biết thêm thông tin chi tiết hoặc đăng ký trải nghiệm Honda City vui lòng truy cập website: <https://hondato.com.vn/hondacity/>

Thông tin mới nhất
về QX80 Mega-SUV



INSPIRED PERFORMANCE

NỔI BẬT VÀ SANG TRỌNG

Kích cỡ lớn sẽ là vấn đề được quan tâm hơn khi nó trở nên sang trọng, rộng rãi và tiện nghi. Thiết kế của QX80 - 7 chỗ chính là sự thể hiện của không gian khoáng đạt và sự mạnh mẽ đáp ứng mong muốn của bạn. Vẻ đẹp độc đáo thể hiện thị hiếu tinh tế cũng như không gian khoáng đạt của QX80 sẽ đáp ứng mọi nhu cầu của cả gia đình bạn.

Hãy ghé thăm Showroom của chúng tôi để được lái thử và trải nghiệm khả năng vận hành mạnh mẽ cùng sự sang trọng bậc nhất của QX80 Mega-SUV.



QX80 5.6L V8

Tốc độ tối đa: 210km/giờ | khả năng tăng tốc từ 0-100km/giờ: 6.8 giây

Hệ dẫn động 4 bánh thông minh toàn thời gian điều khiển bằng máy tính

Hệ Thống Treo Thủy Lực Kiểm Soát Chuyển Động Thân Xe

Hệ thống âm thanh cao cấp BOSE® | Ghế tựa đầu hàng thứ hai với màn hình giải trí 7 inch

Màn hình Quan sát Xung quanh | 3 hàng ghế ngồi thoải mái tiện nghi

TRUNG TÂM INFINITI TP. HỒ CHÍ MINH | Điện thoại: 0938 611 113 | www.infiniti-vietnam.com.vn
Số 181, Đường Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Phường 7, Quận 3, TP. Hồ Chí Minh, VIỆT NAM.

Thông số kỹ thuật được thể hiện ở đây có thể khác so với thông số kỹ thuật trên xe thực tế.

VENICE

Thiên đường của Châu Âu



“Nếu Paris là nơi hoàn hảo để cập nhật các xu hướng thì Venice lại là nơi để suy tưởng và viết lách,” Pontus Hulten – nhà sưu tập hội họa danh tiếng người Đan Mạch.



Mỗi thành phố nổi tiếng của Địa Trung Hải như Marseille, Barcelona, Trieste, Istanbul đều sở hữu một vẻ đẹp riêng nhưng tựu trung đều chất chứa những câu chuyện lãng mạn và phong cảnh hữu tình khi được biển ôm trọn với những vịnh hình chữ C bao quanh. Tuy nhiên, không có

thành phố biển nào có thể vượt qua sự lãng mạn và cũng như ý nghĩa văn hóa của thành phố Venice. Bởi ở đây, có sự giao kết giữa biển và thành phố. Lễ cưới của biển và thành phố được người dân nơi đây trình trọng kỷ niệm hàng năm vào ngày chủ nhật sau ngày Ascension (ngày Chúa thăng thiên), với việc ngài Tổng trấn sẽ ném một chiếc nhẫn tượng trưng xuống biển để công nhận đám cưới này. Có lẽ mà vì vậy, Venice còn được mệnh danh là thành phố tình yêu của nước Ý. Bên cạnh đó, thành phố này còn được biết đến nhiều với phong cách kiến trúc phong phú và đa dạng, nổi tiếng nhất trong số đó là phong cách Gothic. Kiến trúc Gothic của Venice là thuật ngữ cho một phong cách xây dựng kết hợp sử dụng dạng vòm nhọn phía trên của Gothic hòa trộn với phong cách của La Mã và Ottoman. Ngoài ra, Venice cũng là nơi tập hợp của kiểu kiến trúc của La Mã từ Constantinople và một số đặc trưng của kiến trúc Ả Rập từ Ma-rốc, Tây Ban Nha.

Venice - thành phố với ba triệu dân, nằm ở phía Bắc Italia, bên bờ biển Adriatic, Venice độc đáo ở chỗ đi bất cứ đâu ta cũng bắt gặp nước, bởi vì Venice tọa lạc 118 hòn đảo lớn nhỏ, trong một vịnh dài 60 km, rộng 4 km mà sự phân cách giữa chúng là lại chính là những dòng kênh và sông đào. Việc xây dựng thành phố biển Venice hết sức độc đáo, và chính điều đó tạo nên sự cuốn hút của nơi đây. Biển chứa nhiều khoáng vật, người ta đã đóng khá nhiều cọc gỗ làm chân móng. Dần dà, gỗ bị hóa thạch và cứng, chịu được sức mạnh của lớp móng và lâu đài phía trên.

Kênh trong nội thành có khi dài đến 4km, kênh nối tiếp kênh, kênh vươn khắp tới các nẻo đường, góc phố nối từ khu làm việc đến khu vui chơi, từ trung tâm thành phố cho tới các khu nghỉ dưỡng. Thế nên, không phải ngẫu nhiên Venice được cả thế giới quen gọi với cái tên: “The city of water” - thành phố của nước. Không có nơi nào ở Venice là không thấy nước. Vào lúc bình minh, ban đêm, mùa đông hay mùa hè và trong những buổi chiều yên tĩnh, bạn đều có thể nghe thấy tiếng vỗ nhẹ của sóng nước vào những vách tường đá như chính nhịp thở của thành phố vậy.



Ở đây, nước là một phần của cuộc sống, một phần trong những con người nơi đây, một phần của công việc hằng ngày, một phần những món ăn và một phần của hơi thở. Du khách đến với thành phố này không còn phải chịu đựng những tiếng ồn và giao thông phức tạp như khi ở những thành phố hiện đại, đặc biệt là kể từ khi xe hơi bị cấm lưu thông trong thành phố này. Đường phố chủ yếu dành cho người đi bộ. Bạn có thể dạo chơi trên những con đường khá hẹp ở Venice, lắng nghe những bản nhạc do những người nghệ sĩ đường phố biểu diễn. Còn nếu đi thuyền dọc theo những khúc sông quanh co bạn sẽ được dạo chơi và ngắm nhìn những tòa nhà cổ san sát nhau, tạo nên một quần thể thống nhất, như điểm thêm sự sang trọng cho thành phố. Giống như vẻ bề ngoài của những tòa nhà, cung điện, nội thất bên trong thường rất trang nghiêm và tối.

Cùng với những dòng kênh được kẻ bờ vuông vức là những cây cầu. Có đến hơn 400 cây cầu lớn nhỏ. Venice là thành phố duy nhất trên thế giới có nhiều cầu đến vậy. Điều đáng nói là cầu ở Venice thơ mộng, đa dạng kiểu cách, rất hiếm khi bị trùng lặp. Bởi người Venice quan niệm: cầu là điểm hẹn, là nơi để chiêm ngưỡng vẻ đẹp của thành phố. Có thể đứng trên đó mà ngắm nhìn cảnh sông nước len lỏi trong thành phố và những con thuyền êm ả, thanh bình ngược xuôi. Cầu còn để mọi người thượng ngoạn, để hưởng gió từ biển vào, để ngắm nhìn những ngôi nhà cổ kính với cấu trúc cầu kỳ, đầy ắp những tác phẩm điêu khắc đẹp đến hoàn mỹ từ thời Phục Hưng. Về đêm người ta có thể lên đó ngắm trăng, ngắm ngàn vạn ánh đèn soi bóng xuống dòng kênh và rồi những con thuyền khua nước làm chúng càng thêm lung linh... Tất cả những yếu tố thẩm mỹ ấy làm nên vẻ rất riêng của Venice, tạo lập nên danh tiếng “Venice- thành phố kỳ quan trên nước”.

Đón hè tại BONITA GRAND

Tọa lạc gần trung tâm thành phố Hồ Chí Minh, khách sạn Bonita Grand lần đầu tiên giới thiệu tại Việt Nam một thương hiệu khách sạn tình yêu thực sự độc đáo. Được khách hàng tin tưởng, Bonita Grand đã trở thành địa chỉ yêu thích của những cặp đôi muốn tìm đến một không gian lãng mạn, riêng tư và kín đáo, để hâm nóng tình yêu, để được sống đam mê, hay bắt đầu những kỷ niệm đẹp.

Mỗi phòng của Bonita Grand đều thiết kế theo các sắc thái và chủ đề khác nhau, mang lại cho quý khách những xúc cảm thăng hoa và trải nghiệm hoàn toàn mới mẻ.

Với không gian sắp đặt tinh tế, Bonita Grand sẽ đưa quý khách du ngoạn tới những miền đất lạ. Quý khách sẽ cảm nhận được sự thần bí khi bước vào không gian của phòng Fantasy Ai cập; Chất Á Đông khi bước vào phòng Fantasy Cung Đình; Vẻ hiện đại của phòng Fantasy Lớp Học (Classroom); hay thư giãn tuyệt đối như nằm trước biển với phòng Fantasy Resort!

Tất cả các phòng tại Bonita Grand đều được thiết kế thông minh, đầy đủ tiện nghi với bốn tấm đôi, phòng tắm đứng riêng biệt, cùng ghế tantra và các đồ dùng giúp thư giãn, mang lại cảm giác mới lạ và thật nhiều cung bậc cảm xúc.

Chào đón hè 2016, Bonita Grand giảm ngay 20% cho độc giả STYLE khi dùng mã "Bonita Style" để đặt phòng qua số điện thoại: 0902 399 869 (call/SMS/Zalo/Viber), 08 3924 6879 hoặc nhắn tin đặt phòng qua facebook page: www.fb.com/bonitasaigon.

Đến với Bonita Grand ngay hôm nay để trải nghiệm những điều tuyệt vời này!



HOTEL BONITA GRAND

- Địa chỉ: 570 – 572 Trần Hưng Đạo, P.2, Q.5, Tp.HCM - Điện thoại: 0902399869 – 0839246879.
- Website: www.bonitagrand.com - Facebook: fb.com/bonitagrand , fb.com/bonitasaigon

Khi đến Venice, bạn có thể đến thăm các cung điện trưng bày các tác phẩm nghệ thuật, Quảng trường San Marco, Kênh Lớn và cây cầu Rialto... nhưng trong muôn ngàn vẻ đẹp quyến rũ của Venice, thật là thiếu sót nếu bỏ lỡ dịp ghé thăm Lio. Nằm ngay sát biển Adriatic, Lio có thể coi là trí tưởng tượng bay bổng của người Venice, một phong cách sống nhàn nhã hoàn toàn không giống với nhịp sống ở Venice, một thị trấn nghỉ mát nhỏ, nơi mọi người đến bơi vào ban ngày và dự tiệc vào ban đêm trên các bãi biển. Thế nên nếu đến Venice mà không ghé thăm Lio thì coi như bạn nhìn Venice mà không hề thấy có một bãi biển nào. Lio nổi tiếng với những khách sạn tráng lệ có bể dày lịch sử như khách sạn Des Bains, Danieli, Cipriani, Gritti...nhìn ra biển. Tất cả đều toát lên sự giàu có, hùng vĩ. Tới nghỉ chân trong những khách sạn này bạn sẽ có cảm giác như mình đang trải nghiệm trên những toa tàu hạng sang của con tàu tốc hành Orient Expres của Anh, hay rời Southampton trên con tàu huyền thoại sang trọng bậc nhất-Titanic.

Thế nên, một chuyến du lịch tới Venice chắc chắn sẽ là một trong những kỉ niệm đáng nhớ nhất của bạn. Nó có thừa sự lãng mạn để cho những cặp tình nhân đến đây dạo chơi hay hưởng tuần trăng mật. Nếu bạn có dự định đến thăm thành phố này, hãy nhớ dành thời gian tìm



hiểu về lịch sử của nó, như thế bạn sẽ hiểu rõ hơn bởi tuy bao quanh thành phố này là những hồ nước cạn, thế nhưng lịch sử của nó lại sâu như đại dương phía ngoài xa. Bạn không phải lên kế hoạch cho việc đi lại, cứ đi dạo chơi bất kỳ nơi nào bạn thích, để mình bị lạc trong những con đường nhỏ hẹp và biết đâu bạn sẽ được dẫn tới những nơi bất ngờ đang chờ bạn tới khám phá.





FAGOR

Devoted to you



absolute leader



MADE IN EU

FAGOR

End
SEASON

Up to 45%

23/03/2016

đến 02/05/2016

iCare 1900 55 88 85

FAGOR.COM.VN  Fagor Việt Nam



Showroom HN:
Villa B24 – Trung Hòa – Nhân Chính
Hotline: 04.3726 0276

Showroom Đà Nẵng:
125 Điện Biên Phủ, Phường Chính Gián, Quận Thanh Khê
Hotline: [0511] 3645144 - 3645145

Showroom TPHCM:
307H Nguyễn Văn Trỗi – Phường 1 – Quận Tân Bình
Hotline: 08.3844 9665

BRANDT

Một thế kỷ nguyên vẹn đam mê

“The Best every day. Chaque jour le meilleur” – Câu nói đơn giản nhưng nhiều ý nghĩa này đã trở thành triết lý kinh doanh của tập đoàn Brandt Groupe trong suốt nhiều thập kỷ qua.



TỪ XƯỞNG SẮT ĐẾN HÃNG GIA DỤNG ĐẦU TIÊN NƯỚC PHÁP

Brandt có lịch sử từ năm 1902, khi ông tổ Edgar William Brandt khởi nghiệp từ một xưởng sản xuất sắt tại thủ đô Paris. Tuy nhiên, trong suốt Chiến tranh thế giới thứ nhất xưởng sắt đã phải ngừng hoạt động để cống hiến cơ sở cho việc chế tạo ra các loại súng ống và súng cối phục vụ cho chiến tranh. Năm 1926, công ty Brandt được thành lập. Những mãi cho đến năm 1950, ngài Edgar W. Brandt sáng lập Sodame & Electromenager để tập trung vào ngành công nghiệp điện tử về thiết bị gia dụng gia đình như: Bếp, tủ lạnh, máy giặt, những thiết bị sưởi, máy may. Sau thành công của chiến dịch quảng cáo đầu tiên “What’s with your wife?”, Brandt dẫn đầu thị trường với Máy giặt, Tủ lạnh và Máy rửa bát. Những năm tiếp theo, Brandt luôn dẫn đầu thị trường Pháp với các dòng sản phẩm: Bếp từ, Bếp điện, Bếp gas, Bếp liên lò, Lò nướng, Lò vi sóng, Tủ lạnh, Tủ ướp rượu, Máy giặt, Máy rửa bát và nhiều thiết bị khác ...



MỘT TRĂM NĂM PHÁT TRIỂN BÙNG NỔ

Trải qua hơn 100 năm, Brandt Groupe tự hào trở thành một trong những tập đoàn hàng đầu của Pháp sở hữu 4 thương hiệu lớn là Brandt, De Dietrich, Saute và Vedette. Với mạng lưới phân phối được phủ rộng trên toàn thế giới, Brandt sở hữu 7 nhà máy, văn phòng có trụ sở tại Pháp và Algeria, 6 công ty con tại Châu Âu, Châu Á và Bắc Phi, 2 nhà máy lớn tại Pháp (Orléans và Vendôme), 1 khu công nghiệp tại Algeria (Sestif), 2 trung tâm nghiên cứu và sáng chế tại Pháp (Lyon và Orléans), 1 trung tâm chăm sóc khách hàng tại Cergy-Pontoise và trụ sở chính tại Rueil-Malmaison.

Nhận thấy được nhu cầu về một tiêu chuẩn mới về cuộc sống tiện nghi và mong muốn sở hữu thiết bị gia dụng cao cấp đến từ châu Âu, tháng 11/2014, một thỏa thuận hợp tác quốc tế đã được kí kết giữa thương hiệu Brandt và Tristar Vietnam – một trong những nhà cung cấp thiết bị bếp hàng đầu tại Việt Nam. Tristar Vietnam chính thức trở thành nhà phân phối và tiếp thị độc quyền các thiết bị của thương hiệu Brandt tại thị trường Việt Nam. Với hệ thống hơn 300 đại lý bán lẻ và showroom trên toàn quốc và đội ngũ chuyên viên tư vấn – chăm sóc khách hàng nhiệt tình, giàu kinh nghiệm từ hai trung tâm iCare tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, Brandt và Tristar Vietnam luôn nỗ lực để hiểu rõ nhu cầu khác biệt của khách hàng và đưa đến những giải pháp đồng bộ - toàn diện cho từng căn bếp.



Model CAV50B

- Dung tích 50 chai
- Cửa kính đảo chiều, 03 lớp chống tia UV, tay nắm âm
- Hệ thống điều khiển nhiệt độ, độ ẩm điện tử
- Bộ điều nhiệt an toàn kép với đèn cảnh báo
- Hệ thống quạt gió làm mát
- Giá đựng bằng gỗ chống mục, 03 giá trượt có thể điều chỉnh được
- Màn hình hiển thị nhiệt độ
- Đèn chiếu sáng bên trong
- Có thể bảo quản được xi-gà
- Kích thước: (Cao x Rộng x Sâu cm): 81,2 x 61 x 58



Model CB377V

- Dung tích 126 chai
- Hai khoang bảo quản nhiệt độ riêng biệt
- Khoang trên dung tích 64 chai
- Khoang dưới dung tích 62 chai
- Chống đông tuyệt tự động
- Cửa kính đảo chiều, 03 lớp chống tia UV
- Xếp hạng chuẩn SN-ST
- Hệ thống điều khiển nhiệt độ, độ ẩm điện tử
- Bộ điều nhiệt an toàn kép với đèn cảnh báo
- Giá đựng bằng gỗ chống mục
- Màn hình hiển thị nhiệt độ
- Đèn LED chiếu sáng bên trong
- Kích thước: (Cao x Rộng x Sâu cm): 176,8 x 59,5 x 57

TẠI SAO NÊN CHỌN TỦ RƯỢU BRANDT?

“Nghề chơi cũng lắm công phu”: Nếu bạn có sở thích sưu tập rượu vang, hãy dừng ngay ngại trang bị ngay cho mình những chiếc tủ bảo quản rượu vang hảo hạng. Tủ rượu Brandt giúp bảo quản rượu vang trong điều kiện tốt nhất qua nhiều năm và lưu giữ được hương vị tự nhiên nhất. Brandt đã thiết kế những chiếc tủ bảo quản rượu và hệ thống điều khiển nhiệt độ chính xác. Tủ rượu Brandt giữ rượu trong điều kiện lý tưởng nhất. Với thiết kế mang tính thẩm mỹ cao, tủ bảo quản rượu Brandt là một món đồ nội thất đem lại sự trang nhã, sang trọng cho ngôi nhà bạn.

FAGOR

60 năm khẳng định đẳng cấp

José María Arizmendiarieta – ông tổ, người sáng lập tập đoàn Fagor Electrodomésticos từng phát biểu: “Những việc là có thể, nó đã được thực hiện; còn những việc là không thể, nó cũng sẽ được thực hiện” (“If something is possible, it has been done; if it is impossible, it will be done”). Câu nói này đã trở thành triết lý kinh doanh của thương hiệu trong suốt nhiều thập kỉ qua.





José María Arizmendiarieta Madariaga (22/04/1915 – 29/11/1976) - một linh mục Công Giáo – là người sáng lập của phong trào hợp tác xã Mondragón ở xứ Basque. Tháng 2/1941, khi 26 tuổi, José đến Arrasate (Mondragón, Tây Ban Nha) rồi sau hai năm, ông thành lập một trường Bách khoa, nhanh chóng được mở rộng và là trường Đại học Mondragón sau này. Năm 1956, ông cùng 4 thanh niên trẻ tuổi khác sau khi tốt nghiệp đã vay vốn để xây xưởng và sản xuất, tên thương hiệu ban đầu là 5 chữ cái đầu tên của 5 thành viên sáng lập Ulgor. Sau này đổi tên thành Fagor - có nghĩa là lửa theo tiếng Tây Ban Nha.

Với mục tiêu luôn nỗ lực khẳng định vị thế của mình trên thị trường và ứng dụng những công nghệ tiên tiến nhất, các sản phẩm của Fagor có mặt tại hơn 130 quốc gia Châu Âu, Châu Á, Châu Mỹ và toàn cầu... Fagor trở thành một thương hiệu lâu đời với các thiết bị nhà bếp: thế hệ tủ lạnh đầu tiên ra đời (1962), lò nướng với hệ thống tự làm sạch (1978), lò nướng kết hợp vi sóng (năm 1984), bếp điện (1988), bếp từ (1989), lò hấp (1994), tủ sấy là tự động (2006) cùng nhiều sản phẩm khác như: bếp gas, lò vi sóng, máy giặt sấy, máy khử mùi, bình nóng lạnh, máy rửa bát, tủ rượu vang... Tất cả các sản phẩm của Fagor đều được nhận nhiều chứng chỉ và giải thưởng uy tín tại châu Âu và quốc tế.

Năm 2013, trong bối cảnh nền kinh tế Châu Âu đang suy thoái, tập đoàn đa quốc gia Mondragon sở hữu thương hiệu Fagor cũng không nằm ngoài tình trạng khủng hoảng chung. Do đó, tập đoàn bắt buộc phải tái cơ cấu. Với mong muốn bảo vệ một thương hiệu mang dấu ấn lịch sử của đất nước, Fagor đã chính thức thuộc sở hữu của tập đoàn CNA Group vào tháng 10/2014 dưới sự hỗ trợ của chính phủ và hoàng gia Tây Ban Nha.

Với uy tín là một trong ba tập đoàn đứng đầu về sản xuất máy hút mùi và sở hữu 9 thương hiệu nổi tiếng về thiết bị gia dụng, CNA Group khẳng định toàn bộ nhà máy của Fagor tại Tây Ban Nha đã hoạt động bình thường từ tháng 10/2014. Điều này đã đảm bảo được nguồn cung ứng cho tất cả các nhà phân phối trên toàn cầu nói chung và tại Việt Nam nói riêng. Thông tin này mang lại sự an tâm và tin tưởng cho những người đã, đang và sẽ lựa chọn sản phẩm Fagor cho ngôi nhà của mình.

Trong suốt hơn 13 năm qua, thương hiệu Fagor đã được Công ty TRISTAR VIETNAM nhập khẩu nguyên chiếc và phân phối độc quyền tại thị trường Việt Nam. Đây cũng là thương hiệu được người tiêu dùng Việt đánh giá cao về chất lượng ưu việt và kiểu dáng trang nhã, sang trọng của các sản phẩm.



MÙA XUÂN NHẬP MỘT CHÉN TRÀ

Food Culture là một chuyên mục mới của Style Magazine với mục đích giới thiệu cho độc giả sự đa dạng, phong phú của nhiều nền ẩm thực trên thế giới. Số đầu tiên, Style chọn nói về trà đạo Nhật Bản bởi đang là mùa xuân, và còn điều gì tuyệt vời hơn là được thưởng trà dưới những tán hoa anh đào?

Tân Tân



D

ắt nước mặt trời mọc từ lâu đã nổi tiếng với nghệ thuật thưởng thức trà đạo. Gắn liền với triết lý Thiền của Phật giáo, trà đạo hướng tới sự thanh lọc tâm hồn, thư giãn tinh thần, hòa hợp với thiên nhiên.

Trà đạo phát triển ở Nhật Bản nhờ sự đóng góp lớn từ các nhà sư. Tư liệu về trà đầu tiên được ghi

chép lại từ thế kỷ thứ 9. Nhà sư Eichu trở về từ Trung Hoa, đã tự tay phục vụ trà cho hoàng đế Saga năm 815. Năm 816, đích thân Nhật hoàng ra lệnh xứ Kinki của Nhật Bản bắt đầu trồng trà. Tuy nhiên, niềm yêu thích trà tại Nhật Bản nhanh chóng bị mờ nhạt sau giai đoạn này.

Ở Trung Hoa, trà đã được biết đến trong hàng ngàn năm. Thế kỷ thứ 9, Lục Vũ thời Đường còn viết nên một cuốn sách chuyên nghiên cứu về trà là Trà kinh. Đây là bộ sách lý luận trà học chuyên môn đầu tiên trên thế giới. Quan điểm của ông đã để lại dấu ấn sâu đậm trong sự phát triển của trà đạo Nhật Bản.

Khoảng thế kỷ 12, một vị cao tăng người Nhật tên là Eisai, sang Trung Hoa để tham vấn học đạo. Khi trở về nước, ngài đã mang theo một số hạt trà về trồng trong sân chùa. Sau này, chính những hạt giống mà sư Eisai mang về đã trở thành loại trà có chất lượng tuyệt hảo nhất trên toàn nước Nhật.

Bột trà xanh ban đầu được sử dụng trong những nghi lễ của Phật giáo. Đến thế kỷ 13, Mạc phủ cai trị đất nước và trà dần trở nên một biểu tượng của tầng lớp võ sĩ. Trong những buổi thưởng trà, người tham dự có thể giành được những giải thưởng có giá trị to lớn nếu đoán đúng được loại trà có chất lượng tốt nhất – chính là loại được trồng ở Kyoto, có nguồn gốc từ những hạt giống mà sư Eisai đã mang về từ Trung Hoa.

Thời Muromachi, trà đạo ngày càng phát triển và có những nguyên tắc riêng như “sabi” và “wabi”. Wabi đại diện cho những giá trị tinh thần, đời sống bên trong, nội tâm của con người. Wabi tôn thờ sự tiết chế, đơn giản, sự bất toàn, không trọn vẹn, chủ nghĩa tự nhiên, là vẻ đẹp của sự khiêm tốn, nhún nhường. Sabi, mặt khác, đại diện cho những thứ bên ngoài, mặt vật chất của sự vật, những thứ có thể bị bào mòn, hủy hoại. Trong tầng lớp quý tộc, việc thấu hiểu sự hư vô được coi là cách hiệu quả nhất để thức tỉnh tinh thần còn việc trân trọng sự bất toàn là cách để con người học cách trân quý bản thân như vốn có, không tô vẽ. Với tinh thần này, người thưởng thức Trà đạo sẽ tĩnh tâm, thả hồn vào không gian thanh tịnh, thông qua đó giúp tâm hồn thanh thản và tự chủ.

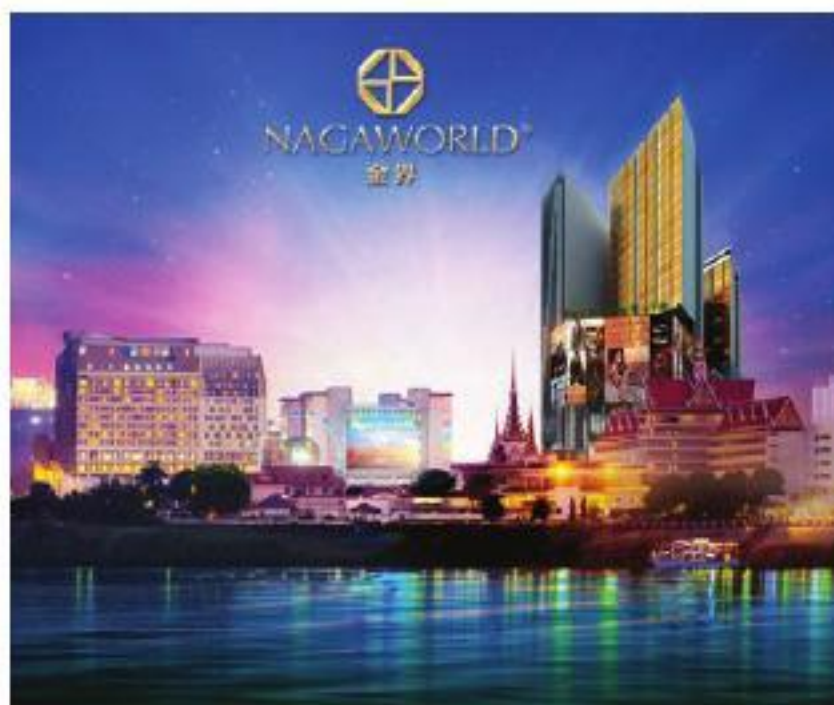
Murata Juko được coi là người sáng lập ra nghi thức trà đạo – người đặt nền móng cho triết lý “Wabi” trong việc thưởng trà. Sen no Rikyū với tác phẩm Ghi chép phương Nam có lẽ là nhân vật lịch sử nổi tiếng nhất trong lịch sử trà đạo. Ông tiếp thu tư tưởng “Nhất kỳ, nhất hội” của thầy dạy Takeno Joo. Triết lý “Nhất kỳ nhất hội” (Ichigo Ichie) với hàm ý “chỉ gặp một lần trong đời”, nghĩa là mỗi cuộc gặp cần được trân trọng bởi nó sẽ không bao giờ lặp lại lần thứ hai. Sen no Rikyū cũng là người đặt ra 4 nguyên tắc cơ bản của Trà đạo: Hòa, Kính, Thanh, Tịch. “Hòa” tức là sự hài hòa giữa Trà nhân và Trà thất, giữa những Trà nhân với nhau, và giữa Trà nhân với Trà cụ. “Kính” thể hiện sự trân trọng, biết ơn mọi sự. “Thanh” là sự thanh khiết, thánh thiện trong cái tâm mỗi người. “Tịch” là một trạng thái cao về mặt tâm linh, khi con người hoàn toàn an trú ở hiện tại, không vướng bận tương lai hay quá khứ. Bằng cách đó, họ sẽ tìm thấy sự an lạc và hạnh phúc thực sự.





TIỆC NƯỚNG VÀ THƯ GIÃN TẠI POOL HOUSE

Vào mỗi buổi tối Thứ Sáu hàng tuần trong tháng 5 này, nhà hàng Pool House tổ chức tiệc nướng ngoài trời với các món thịt và sườn nướng được phục vụ ngay trên bếp nóng hổi cùng các món hải sản tươi ngon, xa lát, cà ri và các món tráng miệng đặc sắc chỉ với giá 830.000VNĐ/người, bao gồm nước ngọt và hai chai bia Larue cho mỗi người lớn. Từ 4:30 giờ chiều đến 7:30 giờ tối các ngày Thứ Năm, Thứ Sáu và Thứ Bảy hàng tuần, khu nghỉ dưỡng Hyatt Regency cũng sẽ mang đến cho du khách một không gian thực sự thư giãn tại khu vườn của nhà hàng Pool House, nơi quý vị có thể nhâm nhi thức uống trong nền âm nhạc sôi động của nghệ sỹ DJ.



NGHỈ LỄ Ở NAGAWORLD

Tour du lịch “Discovery” 03 ngày 02 đêm và Overnight 02 ngày 01 đêm dành riêng cho tuyến TP.HCM – PhnomPenh được thiết kế đặc biệt với hành trình xe bus 5 sao đến Nagaworld, Campuchia cùng chuyến tham quan miễn phí 7 điểm du lịch hấp dẫn trong dịp lễ giỗ tổ Hùng Vương, 30/4 và 1/5/2016. Giá tour chỉ 2.750.000VNĐ/người/phòng đôi (gói 03 ngày 02 đêm) hoặc 1.958.000VNĐ/người/phòng đôi (gói 02 ngày 01 đêm) bao gồm dịch vụ Luxury Bus 5* có ghế mát xa và màn hình LCD riêng biệt đưa đón giữa TP.HCM và Phnom Penh; Voucher 30 USD dùng cho sáu bữa ăn (2 bữa sáng, 2 bữa trưa và 2 bữa tối) tại một trong các nhà hàng tự chọn của NagaWorld; Tour tham quan miễn phí tại 7 điểm du lịch nổi tiếng tại Phnom Penh: Cung điện Hoàng gia, Bảo tàng quốc gia, Wat Phnom, Sisowath Way, Đài Độc Lập, Đường Monivong, chợ Trung Tâm... Thức ăn nhẹ và nước uống trên xe bus và một phần thức uống tiếp đón tại sảnh của khách sạn; Miễn phí GYM và Hồ Bơi trên Roof Top; Nghỉ ngơi tại phòng tiêu chuẩn ở Nagaworld Phnom Penh. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 6298 6969 - 0966 3333 87.

HANGOUT CORNER



TIỆC THÔI NÔI TẠI EASTIN GRAND SÀI GÒN

Bạn vẫn đang tìm kiếm địa điểm cho tiệc mừng thôi nôi của con bạn? Đừng chần chừ thêm nữa, khách sạn Eastin Grand Sài Gòn là một gợi ý hoàn hảo mà bạn có thể lựa chọn. Để có một bữa tiệc kỷ niệm ngày con bạn tròn một tuổi được chuẩn bị thật đặc biệt mà không quá tốn kém, hãy tổ chức tiệc cho bé tại Eastin Grand Sài Gòn với gói tiệc ưu đãi đặc biệt chỉ từ 5.500.000VNĐ/bàn. Gói tiệc bao gồm: Ba giờ miễn phí dùng thỏa thích bia tươi Tiger và nước ngọt; Lựa chọn màu sắc trang trí chủ đạo cho tiệc của bạn: màu đỏ sẫm, bạc, vàng, tím, xanh hoặc cam...; Tặng bánh sinh nhật; Thiết kế phòng nền chụp hình; Thiết kế sân khấu; Màn chiếu & máy chiếu; Hoa trang trí bàn lễ tân và Hoa tươi trên mỗi bàn tiệc. Chương trình được áp dụng đến hết ngày 31/12.



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



ĐỘC ĐÁO HEO RỪNG – BUFFET TÙNG BỪNG

Đừng bỏ lỡ hương vị đặc sắc tháng này ở Café Central An Đông với thịt heo rừng nướng, chiên thơm phức. Kết hợp tuyệt vời với ưu đãi bia Đức không giới hạn mỗi buổi tối, thêm hứng khởi cho bữa tiệc bên bạn bè và gia đình. Ưu đãi “Mua 3 được 4” sẽ là lựa chọn lý tưởng cho khách đi theo nhóm. Khu vực nướng tại chỗ BBQ ngoài trời thu hút thực khách với các loại hải sản và thịt ướp sẵn gia vị. Quẩy sashimi và sushi tươi ngon mang đến trải nghiệm ẩm thực Nhật đặc trưng. Các dãy buffet lựa chọn phong phú món hầm, chiên, xào kiểu Âu – Á hay lò Pizza với đầu bếp phục vụ tại chỗ các loại bánh pizza nóng hổi. Thêm hàng chục hương vị tráng miệng với đủ đầy các loại kem, trái cây, bánh ngọt và chè truyền thống. Giá buffet trưa từ 358.000VNĐ/người, buffet tối 558.000VNĐ/người (từ tối thứ 2 – thứ 6) và 628.000VNĐ/người cho các tối cuối tuần kèm bia thỏa thích. Khách có thể lựa chọn pizza mua về với ưu đãi hấp dẫn hay tận hưởng buffet kem chỉ 80.000VNĐ/người.



MÙA HÈ SÔI ĐỘNG TẠI PAML GARDEN HỘI AN

Mùa hè đang vẫy gọi và đây là thời điểm tuyệt vời để lên kế hoạch vui chơi với người thân và bạn bè. Hòa cùng không khí nô nức đón chào một mùa hè sôi động của năm 2016, khu nghỉ dưỡng Palm Garden Hội An giới thiệu đến du khách chương trình khuyến mãi đặc biệt dành cho mùa hè. Theo đó, trong tháng 5 này, khu nghỉ áp dụng giảm 36% cho giá phòng Superior, Giảm 42% cho giá phòng Deluxe và các loại phòng khác theo giá công bố. Các ưu đãi đi kèm: Ăn sáng tự chọn cho 02 người tại nhà hàng Terrace; Hai phiếu giảm giá 50% cho dịch vụ massage toàn thân tại Palm Spa cho mỗi phòng; Miễn phí sử dụng dịch vụ xông hơi khô, xông hơi nước, hồ thủy lực, phòng thể dục thể thao, hồ bơi và bãi biển riêng; Nước trái cây, hoa, khăn lạnh và trái cây khi nhận phòng; Miễn phí Wi-Fi xuyên suốt khu nghỉ; Xe đưa, đón từ khu nghỉ đến phố cổ Hội An theo lịch trình; Miễn phí dịch vụ Đưa, đón sân bay hoặc một bữa trưa/tối cho 02 người (áp dụng cho 02 đêm nghỉ).

HANGOUT CORNER

TINH TÚY MỸ VỊ CÙNG BẾP TRƯỞNG LI SUEN WAI



Tháng 4 này, bếp trưởng Li Suen Wai của nhà hàng Ngân Đình sẽ chuẩn bị những hương vị đặc sắc nhất, được chế biến tại khu bếp mở để phục vụ quý thực khách. Đặc biệt 10 món ăn từ nguyên liệu bò gà độc đáo mang đậm chất Quảng Đông với giá từ 198.000VNĐ/món, hứa hẹn đem lại cho thực khách những phút giây thư giãn, ấm cúng và hài lòng nhất. Cũng trong tháng 4, Ngân Đình giới thiệu nhiều món ngon bổ dưỡng được biến tấu cùng trái cây với giá ưu đãi chỉ từ 68.000VNĐ/món như thịt heo thanh long sốt chua ngọt, nạm bò nấu lê tay cầm hay bánh tuyết giáp đủ đủ nước cốt dừa ngọt béo, lạ miệng. Ngoài ra, nhà hàng có thực đơn chọn sẵn cho 10 người, giá ưu đãi chỉ còn 3.888.000VNĐ, tặng kèm thức uống dành cho những bữa tiệc gia đình sum họp. Với thực đơn phong phú gần 150 món có đủ lựa chọn cho khai vị, món chính hay tráng miệng, Ngân Đình là điểm hẹn ẩm thực Hoa trong suốt hơn 20 năm qua.

KỠ NGHỈ LÝ TƯỞNG CHO GIA ĐÌNH

tại

ANGSANA LĂNG CÔ



3 NGÀY 2 ĐÊM

XÂY LÂU ĐÀI CÁT

TIỆC BBQ TRÊN BIỂN CÙNG GIA ĐÌNH

TỪ 7,000,000VND

TẬN HƯỞNG TỪNG KHOẢNH KHẮC



MAURITIUS • MOROCCO • MALDIVES • THÁI LAN • LÃO • VIỆT NAM • ẤN ĐỘ • INDONESIA • TRUNG QUỐC

ĐẶT PHÒNG: 054 3695 800

ANGSANA.COM



STYLE TALKS

FEATURES - OPINIONS - ENTERTAINMENT



Váy: List
Bông tai, nhẫn: Versace

MỘT VÂN HUGO CÓ THỂ BẠN KHÔNG BIẾT

“Có lần, một tạp chí dành cho đàn ông mời tôi chụp ảnh trong bài nhưng rồi cuối cùng bài bị đổ vì chị tổng biên tập bảo: con bé ấy ngoan quá, đàn ông không thích, phải hư cơ” – Vân bật cười chia sẻ. Quả thật, suốt một thời gian dài, nhìn vào nụ cười tươi rói và đôi mắt biết nói của Vân, người ta dễ có định kiến: Vân hiền và NHẬT. Vậy thì lần này, hãy để Style Magazine giới thiệu cho bạn đọc một hình ảnh Vân Hugo khác – người phụ nữ chín rữ, có lửa bỏng bên trong - mà không phải ai cũng biết.

Anh Trâm

“ĐÀN ÔNG CHƯA CHẮC ĐÃ DỨT KHOÁT ĐƯỢC NHƯ TÔI ĐÂU”

Vẫn hút thuốc đã lâu chưa?

(Giật mình) Sao bạn biết tôi hút thuốc?

Bật lửa và bao thuốc giấu ở đằng sau Vãn kìa.

À ừ nhỉ. Cũng mới thôi, khoảng 1 năm trở lại đây. Lúc đầu tôi hút thuốc vì buồn, stress công việc, lại có chút rượu vào. Khi hút thuốc, có cảm giác buồn bã theo khói thuốc trôi đi. Có thời gian căng thẳng, tôi hút nhiều nhất là 5 điếu mỗi ngày. Giờ tôi đã qua giai đoạn ấy rồi. Giờ tôi chỉ hút khi thấy thanh thản và thấy vui. Mỗi ngày chỉ 1,2 điếu như một cách để thư giãn.

Kim cương là người bạn tốt nhất của phụ nữ. Điều đó có vẻ đúng với chị. Xăm tận hai viên kim cương trên cơ thể cơ mà?

Điều tôi thích ở kim cương là chỉ có nó mới cắt được nó. Tôi muốn tìm được một nửa giống mình. Trên người tôi có hai viên, một viên xăm ở ngực - là tôi, viên còn lại xăm ở cổ tay, thì tôi vẫn đi tìm. Luôn trong tầm tay mình thôi mà rất khó đạt được.

Xăm thì đã xăm rồi, thuốc thì đã hút rồi. Chị có uống rượu không?

Rượu tôi chỉ uống những lúc rất buồn và khi đi với bạn bè. Có đúng một lần duy nhất trong cuộc đời tôi say. Say đập đầu xuống bàn không biết gì. Hôm đó, tôi và hai người bạn gái thân nữa đi với nhau, tâm trạng không vui. Hai người say, người thứ ba phải gánh hai đứa còn lại. Đó là một kỉ niệm mà mãi mãi tôi không bao giờ quên. Không bao giờ tôi cho phép mình lặp lại lần thứ 2 vì thấy mình làm khổ bạn mình quá.

Vẫn có đôi mắt tròn to, luôn nhìn thẳng vào người đối diện, tạo cảm giác chị luôn tỉnh táo nhận thức thế giới xung quanh. Chị có nghĩ là phụ nữ biết mắt nhắm, mắt mở sẽ hạnh phúc hơn không?

Đây là phụ nữ có chồng, tôi không có chồng, việc quái gì tôi phải nhắm mắt? (cười to). Tôi luôn muốn nhìn mọi thứ rõ ràng, trần trụi nhất. Tôi ghét cảm giác nhập nhằng, mù mờ, như mây che phủ trước mặt.

Sống tỉnh thì an toàn nhưng liệu có bớt vui đi không?

Cuộc sống tôi vẫn có rất nhiều niềm vui. Tôi vẫn cho phép mình được vui trong khuôn khổ, vừa đủ để không bao giờ đánh mất mình. Tôi nghĩ cái quý giá nhất của con người chính là sự thức tỉnh. Trong một đêm bạn có thể mơ bao nhiêu giấc mơ, nhưng lúc nào cũng đi đến một kết thúc duy nhất là sự thức tỉnh.

Vẫn có bề ngoài nữ tính, nhưng xem ra...nam tính phết đấy chứ?

Tôi không có tình lềm bềm trong mọi thứ. Tính tôi một là một, hai là hai. Nó mang lại cho tôi khá nhiều lợi thế. Không bao giờ tôi phải lần tẩn, đau đầu liệu mình làm thế có đúng không? Linh cảm một khi đã nói dừng lại thì phải dừng, dừng bằng mọi cách. Chưa chắc đàn ông đã dứt khoát được như tôi đâu. Tôi thấy đàn ông hay lằng nhằng lắm.

Dứt khoát vậy liệu có bị coi là cặn tính không?

Có thể nhưng đó là một cách bảo vệ rất tốt cho bản thân. Lằng nhằng

một mỗi lần, nhất là trong tình cảm. Với tôi, không bao giờ có chuyện tình cũ không rửa cũng tới. Cái gì đã dứt là đã dứt. Tôi nghĩ nhiều người khổ là vì do đeo đuổi theo những thứ sai lầm. Dứt bỏ được thấy nhẹ nhàng lắm. Một cánh hồng héo thì phải vứt vào sọt rác, lá rụng thì phải lìa cành, thế thôi!

“TÔI ĐÃ ĐƯỢC HUẤN LUYỆN NHƯ MỘT CHIẾN BINH”

Gia đình chị rất có điều kiện: Bố từng mang hàm thứ trưởng, mẹ là giảng viên đại học, chị gái cũng đang học lên tiến sĩ. Bản thân chị không phải lo lắng quá nhiều về chuyện tiền bạc, sao chị phải bắt mình làm việc vất vả khổ sở thế?

Vì tôi không thích. Tôi luôn quan niệm đây là tài sản của bố mẹ mình. Những gì ông bà đã dành cả đời để tiết kiệm hoàn toàn là của ông bà. Tất cả những gì tôi có, cũng thuộc về ông bà đầu tiên. Tôi không quan tâm gì khác ngoài chữ HIẾU đâu, hơi khác mọi người một chút. Tôi

như thế tôn thờ bố mẹ ấy. Cảm giác thân xác này sống để phục vụ bố mẹ thôi. Đợt mẹ tôi bị bệnh, phải sang Singapore chữa, tôi cảm thấy không thiết tha một cái gì trên đời này nữa. Tôi chỉ muốn được sống với bố mẹ như này mãi, mình không có chồng cũng được.

Nguyện vọng lớn nhất của bố mẹ dành cho chị là gì?

Bố mẹ chỉ mong tôi sớm có một người chồng, ổn định cuộc sống. Lúc nào cũng ca bài ca: “Tại sao con không cưới chồng lần nữa, đừng cảm lên. Bố mẹ sẽ nuôi em bé cho con”. Bố mẹ tôi còn hi sinh đến mức độ thế nhưng nhất quyết tôi không.

Biết đâu chị cưới chồng, bố mẹ sẽ vui hơn thì sao?

Chắc gì tôi đã vui. Hôn nhân đối với tôi giờ như một bản án tử hình. Tốt nhất là không bao giờ nên có lần thứ hai.

Chị có vẻ có cái nhìn tiêu cực về hôn nhân nhỉ?

Không phải tiêu cực đâu, tôi nhìn đúng đấy chứ. Người ta bảo hôn nhân là cuốn tiểu thuyết hai nhân vật chính chết từ chương đầu tiên. Những chương sau này chỉ toàn là kinh dị thôi.

“Di sản” lớn nhất mà bố mẹ chị để lại cho chị là gì?

Là giáo dục. Ngay từ nhỏ tôi đã được dạy dỗ rất nghiêm khắc. Bố mẹ tôi đã huấn luyện tôi như một chiến binh trong cuộc đời này để bây giờ vứt đầu tôi cũng sống được.

Bố mẹ tôi không bao giờ chấp nhận việc tôi hút thuốc và cũng không bao giờ thấy tôi hút thuốc. Tôi hy vọng bài báo này sẽ viết rất nhẹ nhàng thôi, bởi bố mẹ tôi sẽ sốc, mẹ tôi sẽ phát bệnh mất. Không bao giờ tôi cho bố mẹ đọc bài báo này luôn. Ngày mẹ nhìn thấy đôi cánh sau lưng tôi, mẹ đuổi tôi chạy vòng quanh nhà. Không thể tin nổi.

Thanh niên xăm trổ, hút thuốc, mạnh mẽ lại sợ bố mẹ đến thế cơ à?

Ở nhà tôi là một con mèo ngoan, nói gì cũng nghe. Bố mẹ họ một tiếng là cong đuôi vào, ra đường là thành con hổ luôn (cười). Nói vậy thôi, chứ tôi vẫn là người dịu dàng mà. Chuyện xăm trổ nó chả nói lên điều gì cả.



Áo: List
Quần: Just Cavalli

Áo, quần: List
Vòng cổ kim cương: Doji



“Tôi nghĩ cái quý giá nhất của con người chính là sự thức tỉnh. Trong một đêm bạn có thể mơ bao nhiêu giấc mơ, nhưng lúc nào cũng đi đến một kết thúc duy nhất là sự thức tỉnh.”

“ĐÀN ÔNG THIẾU NHẤT LÀ TRÁCH NHIỆM”

Bố mẹ chị rất nghiêm khắc với chị, còn chị có nghiêm khắc với con trai không?

Có lẽ là không nghiêm khắc lắm. Bìn sinh ra đã có thiết thời rồi, có mỗi mẹ thôi, mẹ lại hay đi công tác nữa. Ông bà yêu quý đến mức nào thì khoảng cách thế hệ cũng không có tiếng nói chung được. Tôi rất thương con, lúc nào cũng có cảm giác mình bù đắp cho con chưa đủ.

Dù một người mẹ có chu toàn đến đâu, nhưng có những thứ chỉ một người đàn ông mới dạy cho một cậu con trai được. Rồi Bìn cũng sẽ lớn, đến tuổi dậy thì, tò mò về giới tính nữa. Chị định làm thế nào?

Ừ, thế chắc phải xem thế nào rồi, không thể sống mãi như thế này. Tôi biết mọi điều trong cuộc sống hiện tại của tôi đều rất tạm bợ, ngày mai sẽ khác. Tôi luôn cảm nhận được điều ấy, thôi thì cứ sống hết mình trong hôm nay vậy. Cũng may là gì đình còn có ông ngoại, nếu chỉ có mẹ, chị hoặc em gái thì tôi hẳn rất lo lắng.

Chị muốn con trai trở thành một người đàn ông như thế nào?

Trách nhiệm, trách nhiệm, trách nhiệm và trách nhiệm. Đó là điều cần thiết nhất ở một người đàn ông.

Có trách nhiệm với bản thân, nó sẽ tự biết chăm sóc bảo vệ chính mình. Khi có trách nhiệm với gia đình, nó sẽ biết bảo vệ những người xung quanh nó, biết phải làm gì để duy trì cuộc sống. Bố mẹ tôi luôn nói: con phải chịu trách nhiệm về những gì con làm. Câu nói đó luôn vang trong đầu khiến tôi mạnh mẽ rắn rỏi như ngày hôm nay. Tôi cũng sẽ để tiếng nói ấy luôn vang trong đầu Bìn.

Chị đặt từ “trách nhiệm” lên hàng đầu có phải bởi những người đàn ông xung quanh mà chị gặp, hơi bị thiếu từ đó?

Thực tế khá buồn là như thế.

Chị rất thương phụ nữ và rất cảnh giác với đàn ông thì phải?

Chính xác. Phụ nữ luôn tự làm khổ mình mình. Đàn ông rất sướng. Kiếp sau tôi luôn ước được làm đàn ông. Đàn ông họ lạc quan và không bao giờ nhận sai. Họ tìm cách chối tội rất nhanh, bắt tại trận có khi vẫn còn chối. Cái đó phụ nữ phải học. Đàn ông họ dễ sai, tuổi thọ ngắn hơn phụ nữ, nhưng tôi tin họ có cuộc sống sung sướng và hoan lạc hơn phụ nữ rất nhiều. Họ không suy nghĩ quá nhiều về hậu quả. Đàn bà cái gì cũng nặng nề hơn. Đàn ông thiếu một cái gọi là trách nhiệm còn phụ nữ thì thừa.



Váy: List
Bông tai, nhẫn: Versace

CONCEPT & CREATIVE: CBM

PHOTOGRAPHER: LENCONCEPT

MODEL: THANH VÂN HUGO

STYLIST: MẠNH QUÂN

MAKEUP: KEZBI NGUYỄN

PRODUCER: NGỌC AN

COSTUME & ACCESSORIES: DOJİ, VERSACE, LIST, JUST CAVALLI

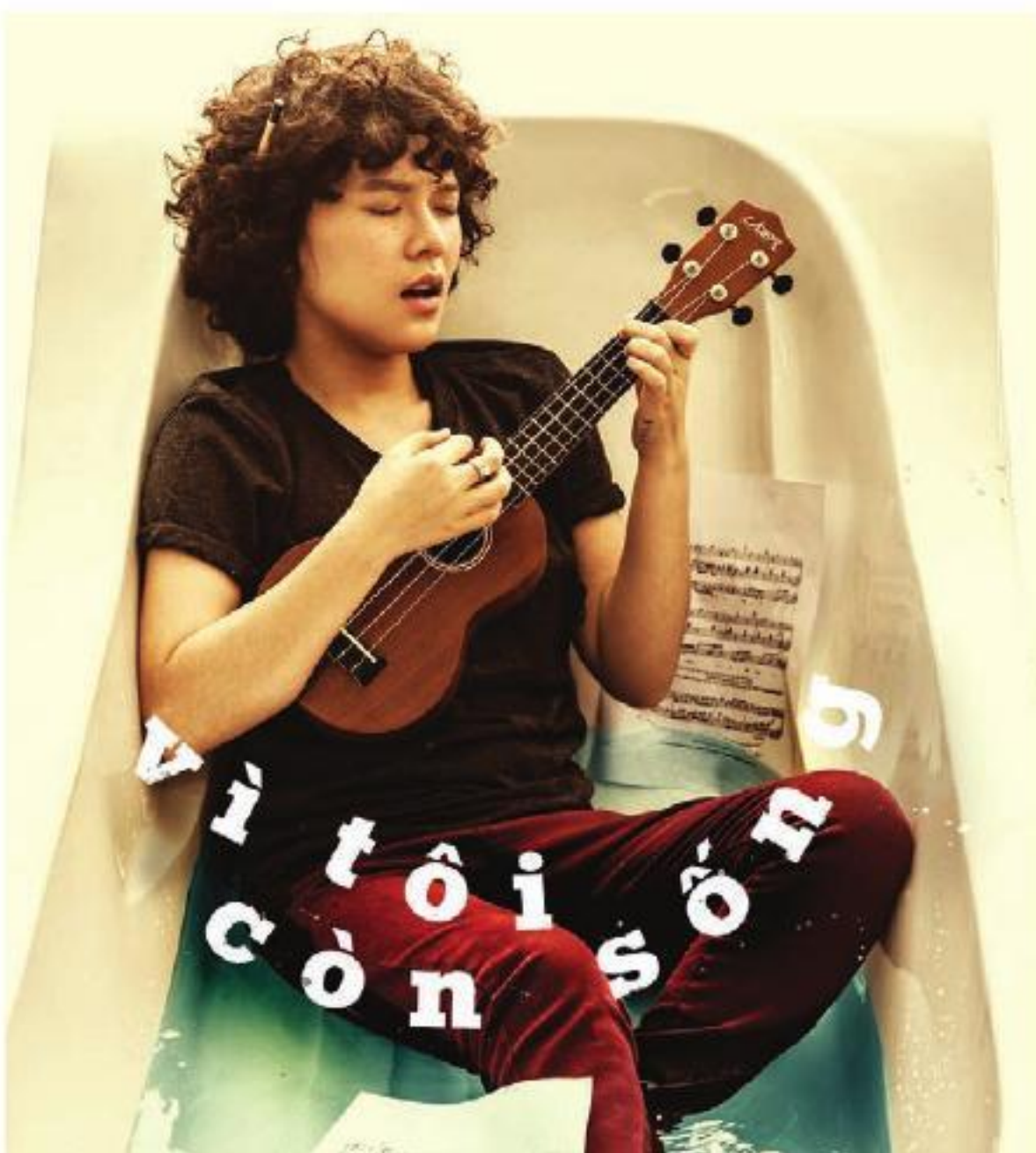
LOCATION: STUDIO 15B TRẦN THỊ

Muôn kiểu NỮ QUYỀN trong âm nhạc

Hình ảnh người phụ nữ trong âm nhạc ngày càng trở nên độc lập, tự tin, quyến rũ hơn.

Anh Trâm





NỮ QUYỀN KIỂU NHẠC VIỆT

Suốt một thời gian dài, hình ảnh phụ nữ Việt Nam xuất hiện trong các ca khúc thường với dáng vẻ tinh khôi, yếu mềm, mình hạc xương mai. Đó là “Vai em gầy guộc nhỏ, như cánh vạc về chốn xa xôi” trong nhạc Trịnh, hay “Bàn tay em là cánh sen thơm ướp trong vùng đêm mái tóc” trong sáng tác của nhạc sĩ Quốc Bảo. Phụ nữ khi tự hát về mình cũng thường trong vai kẻ yếu đuối, lụy tình, khắc khoải chờ đợi. Họ cầu xin “Người về đây với em, người yêu ơi. Thế xưa hãy trao lời cuối trong đời” hoặc một mực khẳng định “Em chỉ hạnh phúc khi được bên anh”.

Gần đây, nhạc Việt đã có thêm nhiều ca khúc thể hiện bản lĩnh, sự độc lập, tự chủ của phụ nữ. Những ca sĩ tiên phong là Hồ Ngọc Hà, Tóc Tiên, Thanh Thảo...Tuy nhiên thông điệp nữ quyền được đưa ra thường là trong những cuộc đấu khẩu, tranh cãi hơn thua với đàn ông.

Trong Big Girls Don't Cry, Tóc Tiên hát: “Big girl don't cry- Chẳng còn khờ dại, chẳng còn ngại ngẩn - Quay lưng đi sẽ có người xứng đáng hơn anh” hay “I don't want you anymore”. Hồ Ngọc Hà hóa trang thành boxing girl trong MV của ca khúc Em Không Cần Anh: “I dont need you babe - I dont want you babe - Cố níu kéo thêm được gì đừng nói thêm chi - Không một lời - Không cần người bên em nữa”. Trong Khí Phách Nữ Nhi, Thanh Thảo khuyến khích phụ nữ: “Hãy bước ra đi nếu ai còn khinh khi - Bỏ lại phía sau lưng đừng nghi ngại gì - Cuộc đời trong tay chúng ta, mình cùng ngang vai sánh với nam nhi...”

Câu nói nổi tiếng của cô đào Marilyn Monroe: “Phụ nữ tìm kiếm sự bình đẳng với đàn ông thì thật thiếu tham vọng” hẳn không áp dụng được trong những trường hợp này. Có vẻ phụ nữ Việt trong một thời gian dài đã chịu nhiều “ấm ức”, thiết thời so với đàn ông nên sự đấu tranh chỉ đang dừng lại ở việc dám dứt khoát chia tay với kẻ phản bội hay mạnh dạn bước ra khỏi một mối quan hệ tệ hại.

Đáng chú ý là những sáng tác của nhạc sĩ trẻ Tiên Tiên. Cũng là một kiểu nữ quyền nhưng không lên gân, đấu tranh hoặc đao to búa lớn gì. Những sáng tác của Tiên Tiên thể hiện hình ảnh một cô gái tự tin, yêu đời, sẵn sàng bày tỏ tình cảm với người mình yêu chứ không bị động ngồi đợi.

Trong My Everything, cô thẳng thắn bày tỏ tình cảm với người đặc biệt “Em luôn ước mình được ôm lấy anh, mỗi sớm mai. Trao anh những lời ngọt ngào thiết tha - Oh my boy”. Trong Say You Do, cô gái ban đầu còn ngập ngừng e ngại:

“Đêm về nghe lòng thương anh mất rồi, ngại vì mình con gái.. phải làm sao?! Trời ơi.. Trời ơi !!! Lỡ buông lời yêu anh, sợ anh xa lánh”. Nhưng rồi cuối cùng vẫn đủ can đảm, để mở lời: “Em yêu anh”.

Đặc biệt trong Vì Tôi Còn Sống, nữ chính thể hiện quan điểm sống tích cực, yêu đời, dám theo đuổi đam mê, sống trọn vẹn từng phút giây: “Cứ sai đi vì cuộc đời cho phép. Cứ yêu đi dù rằng mình ngu si. Ai lừa ai, ai hờn ai, ai giận ai, ai thù ai.. cho qua đi. Cứ đam mê dù nhiều người cười chê. Và cứ vui lên, vì ta không.. cô đơn.”

Nhẹ nhàng, dễ thương, tích cực, kiểu “nữ quyền” của cô gái có mái tóc xoăn dễ chiếm cảm tình của khán giả và được nhiều người yêu mến.

NỮ QUYỀN BÊN TRỜI TÂY

“Ông chúa” Beyoncé có lẽ là người phát ngôn mạnh mẽ nhất về nữ quyền trong số các ca sĩ US-UK. Cô từng khẳng định trên *Vouge* – phiên bản Anh mình là một nhà đấu tranh về nữ quyền hiện đại. “Tôi thực sự tin vào quyền bình đẳng. Tại sao bạn phải chọn mình là tuýp phụ nữ nào? Tại sao bạn phải tự nhán dán lên mình? Tôi chỉ là một người phụ nữ và tôi yêu việc mình là một phụ nữ”.

Danh sách những bài hát đậm chất nữ quyền của cô liên tục được nối dài: *Me, Myself and I*, *Irreplaceable*, *Listen*, *If I Were A Boy*, *Single Ladies (Put a Ring on It)* hay *Flawless...* Mạnh mẽ, gợi cảm, quyền lực như một nữ hoàng, kiểu nữ quyền của Beyoncé mang dáng dấp của tham vọng thống trị thế giới.

Lorde cũng là một gương mặt đáng chú ý. Cô gái đến từ New Zealand từng chỉ trích Selena Gomez vì luôn xây dựng hình tượng phụ nữ yếu đuối, ủy mị, dựa dẫm vào đàn ông. Lorde nhiều lần mạnh mẽ tuyên bố mình là nữ hoàng trong các sáng tác của mình: “Hãy ngược lên nhìn Nữ hoàng và Người sẽ gửi lời truyền gọi” hay “Ta là một nàng công chúa, được làm từ đá cẩm thạch, êm dịu hơn một cơn bão.” Lorde luôn tỏ ra bất cần và ghét cay ghét đắng thế giới hào nhoáng giả tạo xung quanh. “Bạn không thấy là cách mọi người nói chuyện mới tệ nhạt làm sao- Chơi chữ, ẩn ý này nọ, khiến tôi phát ngấy”. Nữ quyền của Lorde chính là sự giận dữ, phản kháng của một cô gái trẻ có cái tôi cao.

Katy Perry chưa bao giờ tự nhận mình là một nhà ủng hộ nữ quyền nhưng cô khẳng định “tôi thực sự tin vào quyền lực của phụ nữ”. Những ca khúc của Katy như *Roar*, *Part of Me* kể câu chuyện về những phụ nữ yếu đuối, vươn lên mạnh mẽ và bản lĩnh. Ca khúc thống trị bảng xếp hạng âm nhạc Billboard 2014, *All About That Bass* cũng được coi là một kiểu đấu tranh cho những cô gái béo. Tuy nhiên, Meghan Trainor có gây chút động chạm khi dùng từ “những con khốn gầy tong” để chỉ những cô gái mảnh mai.

Nữ quyền kiểu văn minh hơn phải kể đến Colbie Caillat với *Try*. Hàng ngày phụ nữ luôn bị bao vây bởi những thông điệp: bạn phải gầy hơn, xinh hơn, cao hơn...để trở thành một phụ nữ hạng A. Với *Try*, Colbie Caillat nhắn nhủ, có thể đơn giản, điều phụ nữ cần chỉ là chấp nhận bản thân và sống hạnh phúc với hiện tại. Bạn có thể cố gắng thay đổi nếu bạn muốn nhưng đó không phải là điều bắt buộc. Lady Gaga, Pink, Miley Cyrus cũng là những cái tên thường gắn với ủng hộ nữ quyền. Đó dường như đang là một khái niệm thời thượng và bất cứ khi nào một nữ nghệ sĩ đưa ra một ca khúc khẳng định cái tôi của bản thân, họ sẽ được cánh phóng viên hỏi thăm: Liệu họ có phải là một người ủng hộ nữ quyền không. Đứng ngoài lề tất cả, Lana Del Rey, cô gái lụy tình bậc nhất trong âm nhạc, tuyên bố: Nữ quyền là một khái niệm thật nhàm chán. Thay vì đóng đinh khái niệm “Nữ quyền” là phải gồng lên, tỏ ra mạnh mẽ, thế này, thế nọ, một cô gái nên được tự do làm điều mình thích, ngay cả khi điều đó là quyền được yếu đuối. Và Lana nói không phải là không có lí!





CEO NGUYỄN MINH PHÚC

“Tri kỷ” của những mẹ bầu

Hơn 10 năm qua, người phụ nữ dịu dàng, nữ tính, mềm mỏng này là người truyền sức mạnh cho các bà mẹ trẻ có những cuộc vượt cạn thành công. Đó chính là chị Nguyễn Minh Phúc, CEO của thương hiệu Mẹ Bé Hoàng Gia đang dẫn đầu trong dịch vụ chăm sóc mẹ bầu & sau sinh.

Tâm An



“LUÔN ĐẶT LỢI ÍCH CỦA CÁC MẸ BẦU LÊN HÀNG ĐẦU”

Ngay từ khi còn là một cô sinh viên ĐH Ngoại thương năng động, Minh Phúc đã may mắn có cơ hội được tham gia tổ chức những sự kiện chăm sóc thai kì dành cho các bà mẹ trẻ. Tích lũy kinh nghiệm trong quá trình làm thêm, xây dựng mối quan hệ với các y bác sĩ, làm quen với các mẹ trẻ, chị chợt nhận ra chưa có một dịch vụ chăm sóc nào dành riêng đối tượng này. Nhìn thấy cơ hội, Nguyễn Minh Phúc quyết định dấn thân vào lĩnh vực chăm sóc phụ nữ trong giai đoạn bầu và sau sinh.

“Sinh nở là một giai đoạn đặc biệt trong cuộc đời phụ nữ. Phụ nữ sẽ có nhiều biến đổi về tâm sinh lý và cả cơ thể. Các bà bầu dễ bị tăng cân, rạn da, căng cơ, chuột rút, phù nề, ốm nghén. Khi mang bầu, da bạn sẽ dễ bị bắt nắng hơn 20 lần, dẫn đến tình trạng sạm nám. Phụ nữ trong giai đoạn cũng nhạy cảm hơn bình thường, dễ bị ức chế tâm lý. Phụ nữ cần được chăm sóc, yêu thương để có cuộc vượt cạn, sinh nở tốt nhất” – Chị Phúc chia sẻ.

Nghĩ là làm, Minh Phúc đã bắt tay vào xây dựng thương hiệu Mẹ Bé Hoàng Gia chỉ với chưa đến 10 nhân viên. Những khách hàng đầu tiên của chị là những sản phụ được bác sĩ giới thiệu. Họ có những vấn đề về sức khỏe: như đau lưng, đau hông, mỏi mệt. Tìm đến với Mẹ Bé Hoàng Gia, những sản phụ ấy được chữa trị giúp giảm các triệu chứng đau mỏi để có thể thực hiện thiên chức với tâm thế nhẹ nhàng hơn.

Chị Minh Phúc tâm sự: *“Tôi làm công việc này với tất cả cái tâm của mình. Ngay cả bây giờ tôi cũng không đạt doanh thu, doanh số lên hàng đầu. Tất nhiên kinh doanh thì phải có lời cho hệ thống phát triển, nhưng tôi luôn đặt lợi ích khách hàng lên trên hết và làm những gì tốt nhất, phù hợp nhất cho họ”*.

THẤU HIỂU NHU CẦU CỦA MẸ BẦU VIỆT

Là một người ham học hỏi, chị Minh Phúc đã tham gia rất nhiều dự án nghiên cứu về thời kỳ mang thai của phụ nữ ở nhiều nước trên thế giới. Áp dụng cả những phương pháp truyền thống và hiện đại, tiếp thu những bài học kinh nghiệm quý báu của dân tộc và cả của những nước láng giềng, liệu trình của Mẹ bé Hoàng Gia được khai thác dựa trên nền tảng liệu pháp Massage Dưỡng sinh Nhật Bản và Bí quyết làm đẹp cung đình Huế.

Khi được hỏi, tại sao lại chọn những phương pháp này, chị Phúc giải thích, cả hai phương pháp đều phù hợp với cơ địa người Việt. Mẹ bầu Việt so với người nước ngoài thường thể trạng yếu đuối hơn: nhẹ cân hơn, thấp hơn. Massage Dưỡng sinh Nhật Bản giúp mẹ bầu giảm những triệu chứng đau mỏi, tâm lý thư giãn thoải mái. Bản thân em bé trong bụng cũng cảm nhận được từng cái vuốt ve, xoa bóp nhẹ nhàng. Em bé sẽ tăng khả năng hấp thu dưỡng chất và oxy, khi chào đời bé sẽ ngoan ngoãn, tăng cân tốt hơn. Bí quyết cung đình Huế là phương pháp giúp các bà mẹ kiêng cử được nhưng không phải kiêng quá cực đoan như trước đây. *“Nguyên tắc chăm sóc phụ nữ sau sinh là: ấm, tránh gió và sạch sẽ. Tất cả mọi thứ đều phải sạch. Cũng là tắm, gội nhưng là tắm khô, gội khô với nghệ gừng hạ thổ. Nó sẽ giúp khử mùi trên cơ thể, đẩy độc tố, làm lỗ chân lông bé*

lại, không bị phong hàn. Người mẹ thơm tho, sạch sẽ, thoải mái, tâm lý cũng dễ chịu hơn”.

Chị Phúc cũng bật mí *“Da dẻ người phụ nữ sau khi sinh nở sẽ có khả năng tái tạo nhanh gấp 10 lần. Chăm sóc đúng thời điểm, đúng cách, phụ nữ sẽ như “rán lột da” ấy. Da sẽ khỏe, bóng, hồng, còn đẹp hơn cả thời con gái”*.

Ngoài hai dịch vụ chính là Massage Dưỡng sinh Nhật Bản và Chăm sóc phụ nữ sau sinh, Mẹ bé Hoàng Gia còn cung cấp dịch vụ tắm bé, trông bé, chăm ngày chăm đêm. Tất cả đều phục vụ mục đích giúp phụ nữ thực hiện thiên chức của mình một cách nhẹ nhàng, thoải mái nhất.

GIA ĐÌNH VẪN LÀ ĐIỀU QUAN TRỌNG NHẤT

Chị Phúc tâm sự: Trong cuộc đời có hai điều quan trọng nhất: đó là gia đình và công việc. *“Thời gian nào dành cho công việc, mình phải tập trung hoàn toàn. Thời gian nào dành cho gia đình, mình phải cố gắng trọn vẹn”*. Ra ngoài xã hội, chị là một CEO trẻ, xinh đẹp, giỏi giang và bản lĩnh. Về nhà, chị Phúc lại trở thành một người mẹ - một người vợ hiền dịu đảm đang.

Một ngày của nữ CEO trẻ bắt đầu từ 6 giờ sáng. Chị dành một chút thời gian cho bản thân, đọc qua một số báo tạp chí, rồi lo cho hai bé ăn uống, học hành. 6 giờ tối về đến nhà, chị để mọi lo toan ngoài cánh cửa để có thể toàn tâm toàn ý với gia đình.

Chị Phúc quan niệm: một người phụ nữ đảm đang không thể hiện ở việc người đó tối nào cũng phải nấu cơm hay dọn dẹp nhà cửa. Thời gian ấy dùng để chơi với con, dạy con học sẽ hợp lý hơn. Với đầu óc của một nhà kinh doanh, chị Phúc luôn biết bố trí sắp xếp thời gian một cách hợp lý. Cân bằng tốt giữa gia đình và sự nghiệp luôn là điều mà người phụ nữ xinh đẹp này theo đuổi.





HENNESSY CONCERT XX LA BOHÈME

Sự kết hợp chuẩn mực và sáng tạo

Tối 10/4 vừa qua, tại Nhà hát Lớn Hà Nội, Hennessy Concert đã đánh dấu hành trình 20 năm của mình bằng vở opera kinh điển La Bohème.

Anh Trâm

Trong suốt 20 năm qua, Hennessy Concert đã miệt mài tìm cách đưa nghệ thuật đỉnh cao: âm nhạc cổ điển đến gần hơn với khán giả Việt Nam. Ở 19 lần tổ chức trước, những nghệ sĩ nổi tiếng thế giới như nghệ sĩ cello huyền thoại người Nga Mstislav Rostropovich, thần đồng âm nhạc Trung Quốc Lang Lang hay nghệ sĩ dương cầm lừng danh người Pháp Jean-Yves Thibaudet... đã lần lượt được mời sang Việt Nam biểu diễn. Năm 2016, nhân dịp kỷ niệm 20 năm, Hennessy Concert đã tổ chức chương trình hòa nhạc tham vọng nhất, quy mô nhất từ trước đến nay. Lần đầu tiên trong chuỗi sự kiện này, một vở Opera hoàn chỉnh, trọn vẹn được giới thiệu đến với khán giả. Đó chính là tác phẩm kinh điển La Bohème, được trình diễn bởi các ngôi sao Nhà hát Nhạc kịch Australia cùng dàn nhạc giao hưởng nhạc viện Sydney, dưới sự chỉ huy của nhạc trưởng Jonathan Webb.

Opera là một loại hình nghệ thuật giàu tính biểu cảm, có sức mạnh vô song và ấn tượng. Nó là sự kết hợp nhuần nhuyễn giữa âm nhạc cổ điển, nghệ thuật sân khấu, thi ca, khiêu vũ và cả nghệ thuật thị giác. La Bohème được chọn bởi nó luôn được đánh giá là một trong những vở opera có phần âm nhạc hay nhất. Câu chuyện mà La Bohème kể cũng đơn giản, có ý nghĩa phổ quát cao, chạm được trái tim của tất cả mọi người.

La Bohème lấy bối cảnh ở Paris hoa lệ, nước Pháp. Một nhóm thanh niên trẻ, có tài năng, có lý tưởng nhưng sống với tâm thế không cần biết đến tương lai, ngày tháng chôn vùi trong tình yêu và mơ mộng.

Cuối cùng, thực tế khắc nghiệt đã đánh thức họ dậy bằng những cú đánh trời giáng cay đắng, nghiệt ngã nhất. La Bohème vì thế là một bi kịch của tình yêu, tuổi trẻ, đam mê và mất mát.

Khác với La Bohème của Steven Mercurio hay của Franco Zeffirelli, vở opera lần này dưới bàn tay dàn dựng của đạo diễn Matthew Barclay và nhạc trưởng Jonathan Webb có số lượng diễn viên được tối giản một cách bất ngờ và nhiều chi tiết rườm rà đã được cắt bỏ. Điều này giúp vở opera cô đọng, tiết tấu nhanh hơn và khán giả tập trung hoàn toàn vào câu chuyện chính.

Dàn diễn viên của Nhà hát Nhạc kịch Australia đã tận dụng sức trẻ và hoàn toàn chinh phục người nghe Việt Nam, kể cả những đôi tai khó tính nhất nhờ kỹ thuật trình diễn và giọng hát tuyệt vời. Opera là loại hình nghệ thuật biểu diễn hoàn toàn không được sử dụng microphone, nhưng các ca sĩ vẫn khiến cả khán phòng kinh ngạc vì "giọng hát chay" cao vút, mạnh mẽ, tràn đầy cảm xúc khi bị ai, phần nộ lúc dào dạt yêu thương. Dàn nhạc do nhạc trưởng Jonathan Webb chỉ huy cũng rất thành công trong việc chấp cánh để giọng hát của các ca sĩ được tỏa sáng và bay cao.

La Bohème đã kết thúc ấn tượng trong tiếng vỗ tay vang dội của khán giả. Đêm diễn là sự hoà quyện hoàn hảo của một tác phẩm nghệ thuật kinh điển có tuổi đời hàng thế kỷ với những "chất liệu" công nghệ hiện đại nhờ một tư duy làm nghệ thuật vừa chuẩn mực, cổ điển nhưng vẫn đầy sáng tạo.

“OPERA: Sự kết hợp đỉnh cao của nhiều môn nghệ thuật”

Opera vẫn là một loại hình nghệ thuật biểu diễn tương đối xa lạ ở Việt Nam. Style Magazine đã có buổi phỏng vấn độc quyền với các nghệ sĩ đến từ Nhà hát Nhạc kịch Australia để hiểu hơn về môn nghệ thuật đỉnh cao này.

PV: Điều gì chị thích nhất ở vở La Bohème? Theo chị vở opera này truyền đạt thông điệp gì?

Natalie Aroyan – vai Mimì: La Bohème là một trong những vở opera có phần âm nhạc hay nhất. Tôi nghĩ chỉ riêng âm nhạc thôi cũng đủ làm xúc động mạnh mẽ mọi khán giả trên thế giới. Tất cả chúng ta đều trải qua tình yêu, mất mát và bi kịch, điều quan trọng là hành trình vượt qua nó. Trong vở opera này, bạn sẽ thấy những người trẻ tuổi, ngay cả trong những ngày nghèo đói nhất, họ vẫn tiếp tục mơ và dám sống với ước mơ đó. Chúng ta cũng có thể tin giấc mơ của mình cũng có thể thành sự thật.

PV: Ở Việt Nam, opera và musical đều được gọi chung là “nhạc kịch” nhưng thực ra đó là 2 khái niệm khác nhau. Theo các bạn, opera và musical phân biệt nhau ở điểm nào?

Warwick Fyfe - vai Alicindoro: Sự khác biệt cơ bản giữa opera và musical là opera được coi là nghệ thuật đỉnh cao, còn musical thì đại chúng hơn. Opera có giá trị vượt ngoài thời gian và không gian, mang tầm phổ quát. Musical theo một cách nào: bán được nhiều vé hơn, số lượng các buổi biểu diễn được duy trì đều đặn hơn so với opera.

PV: Với những khán giả bắt đầu làm quen với opera, họ nên bắt đầu từ đâu? Những vở opera nào họ nên xem đầu tiên?

Warwick Fyfe: The Magic Flute sẽ là một sự giới thiệu tuyệt vời, đặc biệt là cho trẻ em. Vở La Bohème này cũng vậy. Madame Butterfly của Borcini cũng là một lựa chọn tốt.

PV: Tại sao mọi người cần biết đến opera và opera cần được bảo tồn và lưu giữ?

David Parkin - vai Colline:

Opera cần được bảo tồn bởi nó là sự kết hợp tuyệt vời của nhiều hình thức nghệ thuật khác nhau và nó đòi hỏi người nghệ sĩ phải phát huy tận cùng khả năng. Thứ âm nhạc dành cho opera là thứ âm nhạc phức tạp và đẹp đẽ nhất từng được viết. Tất cả các ca sĩ opera phải hát bằng giọng thật, không một microphone hay công nghệ nào để kích giọng. Dù là nhạc trưởng, vũ công trong một số vở opera, đạo diễn hay thiết kế sân khấu... tất cả phải là chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực của họ. Opera để lại ảnh hưởng sâu rộng đến các hình thức nghệ thuật đại chúng khác như nhạc pop, hay tranh vẽ trên tường. Và nó là khởi nguồn của nhiều hình thức nghệ thuật khác nữa rồi sẽ xuất hiện trong tương lai.

PV: Có một định kiến cho rằng opera chỉ dành cho người già. Các anh chị nghĩ thế nào về ý kiến này. Ở Australia, người trẻ có thường đi xem opera không?

Lorina Gore - vai Musetta: Tôi không nghĩ opera dành riêng cho một đối tượng cụ thể nào. Ai cũng có thể thưởng thức opera ngay cả trẻ em. Trẻ em thường rất thích The Magic Flute. Opera là một hình thức nghệ thuật cổ xưa nhưng điều đó không có nghĩa là người ta không thể trân trọng và thưởng thức nó. Opera vẫn tiếp tục phát triển, vẫn tuyệt đẹp và làm xúc động người nghe.

PV: Tại sao opera thường được hát bằng tiếng Ý? Có phải bởi vì tiếng Ý là ngôn ngữ đẹp nhất trên thế giới không?

David Parkin: Opera khởi nguồn từ Ý. Rất nhiều rất nhiều nhà soạn nhạc cũng đến từ Ý. Vở La Bohème này cũng được viết bằng tiếng Ý. Chúng tôi thường hát bằng ngôn ngữ gốc bởi mối liên hệ chặt chẽ giữa âm nhạc và âm thanh của từ. Nếu bạn dịch vở opera này sang thứ tiếng khác, bạn sẽ đánh mất mối quan hệ giữa âm nhạc và ca từ, cũng đánh mất luôn cả sự trữ tình trong câu chữ.



Lorina Gore - vai Musetta



Natalie Aroyan - vai Mimì
(nữ chính - main actress)



Warwick Fyfe - vai Alicindoro



David Parkin - vai Colline

LỜI NÓI DỐI TỪ NHỮNG TẮM PANO

Chỉ khi một người phụ nữ có thể dám đối mặt và nhìn nhận những khác biệt bẩm sinh của mình là đẹp; chỉ khi một phụ nữ dám vươn ngực ngẩng cao đầu với niềm tin đó, họ mới có thể thuyết phục đám đông ngoài kia “ngắm chung” một “tín điều” về cái đẹp với họ!

Hồ Thạch Thảo



Lee Hyori, nữ hoàng nhạc Pop Hàn Quốc, biểu tượng sexy một thời của giới trẻ Châu Á, trong một phỏng vấn kể rằng: một lần cô được mời làm người mẫu quảng cáo cho một nhãn hàng thời trang. Trong bức ảnh khổ lớn đen trắng xuất thần, cô trong một bộ bikini thật gợi cảm để lộ vòng eo con kiến, đôi chân nuột nà dong đưa trên mặt bàn bếp với đôi mắt xa xăm và dáng vẻ đầy nổi loạn. Khi tấm ảnh được tung lên mạng, gần như bùng nổ lập tức những lời khen ngợi trầm trồ. Nhưng kèm theo đó không ít nhận xét phát hỏa từ bà nội trợ: “Trông cô ấy kìa, ngay cả khi ngồi cũng chẳng có chút mỡ bụng nào.”

Chính những nhận xét đó đã khiến Lee Hyori không khỏi cảm thấy tội lỗi. Bởi đó không phải vẻ đẹp thực sự của cô. Vòng 02 được là phẳng và bóp lại tới phi tự nhiên; đôi chân được kéo dài, còn khuôn mặt dưới công nghệ photoshop cũng trở nên láng mịn như làn sương sớm. Điều này thậm chí khiến Lee Hyori đưa ra bày tỏ mong muốn nhãn hàng cho phép đăng những tấm ảnh thực (chưa photoshop) lên mạng – nhưng tất nhiên điều đó là hoàn toàn bất khả thi. Và cuối cùng, khi hợp đồng quảng bá đã hết hạn, đây cũng chính là lý do cô quyết định không tiếp tục. Bởi với Lee Hyori vẻ đẹp tự nhiên của cá nhân mới là điều quan trọng. Giữa việc chấp nhận xuất hiện cùng một làn da trắng hồng như cánh hoa hàm tiếu (nhưng không phải của mình) và các khoản thù lao kếch xù chảy vào tài khoản và một làn da bánh mật (nhưng là của chính mình), Lee Hyori đã chọn về sau.

ĐẸP TỰ NHIÊN CHƯA ĐỦ?!

Cụm từ đẹp thực sự (true beauty) khiến tôi nhớ ngay đến một chiến dịch rất thành công của một nhãn hàng dầu gội đầu dành cho phụ nữ năm 2013. Trong buổi họp báo mở màn chiến dịch tại Việt Nam, thông số đầy ấn tượng được công bố: chỉ 2% phụ nữ Việt Nam tự nhận mình đẹp, còn lại đều có cảm giác không hài lòng với cơ thể của mình. Chính vì vậy, nhãn hàng đã quyết định khởi động chiến dịch quảng bá với tên gọi “Tôn vinh vẻ đẹp thực sự” nhằm hỗ trợ mang lại thêm sự tự tin về vẻ đẹp bản thân cho những người phụ nữ. Rất nhiều phụ nữ đã được lựa chọn để tôn vinh và chia sẻ. Đó có thể là một phụ nữ trung niên sống cùng các nếp nhăn nhưng có nụ cười luôn sáng rỡ và ánh mắt thật tha thiết; đó có thể là một cô nàng hơi tròn trịa nhưng sẵn sàng khoe làn da trắng hồng trong chiếc áo crop top cắt khéo; hoặc có thể đó lại là một quý cô hơi khảng khiu nhưng không ngại diện bikini sắc sảo trong kỳ nghỉ hè nơi biển đông người.

Chiến dịch này đã thành công vang dội nhờ việc can đảm thách thức các quan niệm cũ về vẻ đẹp mực thước và mở rộng đưa thước đo sắc đẹp tới một phạm trù mới. Lần đầu tiên, một nhãn hàng lừng lẫy xuất hiện cùng hình ảnh những người phụ nữ với vóc dáng tự nhiên, không chỉnh sửa. Cũng lần đầu tiên, những gì trái ngược với quan niệm về sắc đẹp truyền thống như da bánh mật, mái tóc bạc xuất hiện trên các pano quảng cáo. Còn trong MV của Colbie Caillat, khuôn mặt với lớp trang điểm chần chu được quay ngược trở về với những nét mộc tươi sáng.

Chính những đường cong được quy định sẵn trong gien, chính các nét mềm mại nữ tính không lẫn vào đâu đã khiến phụ nữ khi từ sinh ra mặc nhiên được gọi là phái đẹp. Nét tự nhiên bản thân đã là quyền rũ không thể không thừa nhận. Một phụ nữ nhìn thấy mình tự nhiên nhất, teen teen thoải mái sẽ khiến cô ấy đẹp lên 7 - 8 phần trong mắt người khác, nếu thang điểm đẹp là 10 và 2 phần nhỏ còn lại chỉ để dành cho chút điểm tô, và ngay cả sự điểm tô này cũng chỉ là nét chấm phá cuối cùng cho hoàn hảo về đẹp trời ban sẵn.

Một phụ nữ tự nhiên, nét đẹp của cô ấy đã hiển hiện ngay đó. Chỉ cần chút ít tự tin để cô tiến lên một tầm mới: thừa nhận các nét tự nhiên mình sở hữu chính là vẻ đẹp độc nhất. Colbie hát, cho dù bạn có chạy theo bất kỳ chuẩn mực nào thì “không biết họ có thích bạn không?”, nhưng quan trọng hơn là bạn có thích khuôn mặt của bạn hay không?! Bạn có yêu bản thân hiện tại của mình không? Điều tốt nhất và chúng ta biết chắc nhất chính là sự tự nhiên mà chúng ta sở hữu của chính chúng ta, khi chúng ta thực là mình nhất.

KHÍ CHẤT – NÉT ĐẸP TRỪNG CỬU

Nhìn kỹ những gương mặt đỉnh đám trong làng mẫu thời trang, nơi chóing ngợp mắt người xem qua các nét đẹp tôn chỉ định hình chuẩn mực gout thẩm mỹ của một thế hệ, không thiếu những giai nhân vượt lên trên tất cả nhờ những nét tự nhiên không lẫn vào đâu: Chantelle với làn da bạch tạng ấn tượng, Jamie nàng người mẫu đẹp rạng rỡ dù đang chung sống với hội chứng Down, Kate Moss kiêu hãnh với gò má cao, thân hình gầy gò đến ngỡ ngàng, Denise Bidott khoe sự khoẻ mạnh thách thức các chuẩn mực ba vòng hạn hẹp, là hình mẫu đại diện cho những cô nàng trên 55 kg. Họ, những con người đứng ngoài làn ranh của chuẩn đẹp phổ thông, điều gì khiến họ được chính đám đông ngày đêm chạy theo chuẩn mực đẹp không tưởng tung hô và tôn vinh? Tôi tin rằng chính vì họ đã tự nhìn nhận những khác biệt bẩm sinh là đẹp, họ ưỡn ngực ngẩng cao đầu với niềm tin đó, niềm tin mạnh mẽ toả ra từ nội tại của những người phụ nữ đặc biệt ấy khiến đám đông kia cùng ngắm dần một tín hiệu. Đó cũng là lúc mắt ta được mở ra, nhìn thấy những nét đẹp từ những điều vốn dĩ ta bài xích, tìm ra sự quyến rũ trong những điều ta vốn sẽ quay lưng ngay khi dợm thấy.

Quay trở lại với Lee Hyori, khi đứng trên đỉnh cao sự nghiệp, hào quang chói lòa, thật dễ hiểu khi cô trở thành một chuẩn mực đẹp đầy sống động cho lượng fan hâm mộ khổng lồ. Nhưng giờ đây, khi từ bỏ phù phiếm, lui về hòn đảo cùng chồng và những chú cún cưng, tung tăng trong bộ đồ vải thô rộng thùng thình, ngày ngày tưới tẩm làm vườn, hăm hở học làm gốm hoặc tham gia những dự án từ thiện cho cộng đồng, đám đông kia càng phát cuồng vì cô hơn bao giờ hết. Mỗi lần cô xuất hiện là từ khoá “Lee Hyori” lại vọt lên vị trí đầu bảng trên thanh công cụ tìm kiếm. Không phải trang phục mà chính thần thái ấy, không phải lớp trang điểm mà chính khí chất toát ra từ đôi mắt sáng ấy, hạnh phúc tràn trong chiếc miệng cười ấy đã khiến Lee Hyori, trong hình dáng thật nhất, mộc mạc nhất trở thành biểu tượng sắc đẹp mới đầy ngưỡng mộ và xứng đáng khát khao.

Liệu đó có phải là dấu hiệu thật đáng mừng cho thế hệ chúng ta, khi chúng ta đang bước qua cơn mê dài về một thế giới ảo tưởng nơi đầy rẫy kiểu sắc đẹp được gọt giũa phi lý, và không sớm thì muộn chúng ta sẽ học cách tôn vinh và tìm kiếm những nét đẹp thật sự đang khắp quanh đây?!



1 - SỐNG VUI SỐNG KHỎE CÙNG

GOLDEN LYPRES®

Nhân ngày Giải phóng miền Nam 30/04 và Quốc tế Lao Động 01/05, Nhân hàng **GOLDEN LYPRES®** triển khai chương trình Chăm sóc khách hàng đặc biệt trong thời gian từ 20/04 đến 20/05. Các khách hàng thân thiết sẽ được nhân viên tư vấn trực tiếp về nội dung của chương trình. Có sức khỏe thì mới có hạnh phúc trọn vẹn, **GOLDEN LYPRES®** luôn mong muốn là sản phẩm chất lượng cao song hành cùng Quý khách hàng tận hưởng cuộc sống. Chương trình được triển khai như lời động viên và ủng hộ Quý khách hàng trong năm 2016 – SỨC KHỎE – HẠNH PHÚC – THÀNH CÔNG. **GOLDEN LYPRES®**, đồng hành và lưu giữ những giá trị vàng cho sức khỏe! Để biết thêm thông tin chương trình xin vui lòng liên hệ: Cửa hàng **GOLDEN LYPRES®** tại Sheraton Saigon Hotel & Towers. Địa chỉ: 80 Đông Du, P.Bến Nghé, Q.1, TPHCM
SĐT: 08.3827 6446 Hotline: 0919 408 118
Email: pvservice@hsbiotech.com

2 - LUMIA 650

Microsoft chính thức ra mắt Lumia 650 tại Việt Nam với giá bán lẻ từ 3.990.000 VNĐ. Lumia 650 mang đến sức mạnh của Windows 10 với thiết kế đẹp mắt, cấu hình mạnh mẽ và khả năng bảo vệ chống lại các mối đe dọa an ninh hiện đại. Lumia 650 là chiếc điện thoại Lumia mỏng nhất từ trước tới nay. Màn hình 5 inch sắc nét mang đến hình ảnh tươi sáng, ngay cả trực tiếp dưới ánh sáng mặt trời. Lu-

mia 650 cũng có tính năng hỗ trợ bộ nhớ lên tới 200GB1 linh hoạt cho người dùng.

3 - SONY

Ngày 20/4, Sony Electronics Việt Nam chính thức giới thiệu dòng TV BRAVIA 4K HDR hoàn toàn mới. Với Sony BRAVIA 4K HDR, độ tương phản tối ưu hơn, sắc màu rực rỡ hơn và hình ảnh chi tiết sắc nét, nhờ vào các công nghệ độc quyền của Sony X-tended Dynamic Range™ PRO, TRILUMINOS™ Display, 4K X-Reality™ PRO. Bên cạnh đó, TV BRAVIA 4K HDR còn sở hữu công nghệ đèn nền mới Slim Backlight Drive™ của Sony, cho phép điều hướng ánh sáng thông minh chính xác đến từng khu vực hiển thị trên toàn bộ màn hình, giúp người dùng tận hưởng trọn vẹn thế giới hình ảnh với độ tương phản vượt bậc và chất lượng hình ảnh đỉnh cao, với các lựa chọn kích thước từ 55" đến 75".

4 - THE HAMPTONS HỒ TRÀM

Tập đoàn Tanzanite International vừa chính thức khai trương khu nhà mẫu thuộc dự án The Hamptons Hồ Tràm tại 65A Xuân Thủy, Phường Thảo Điền, Quận 2, Thành phố Hồ Chí Minh. Đặc biệt, chủ đầu tư sẽ áp dụng mức giá bán ưu đãi nhất dành cho khách hàng đặt mua căn hộ nghỉ dưỡng 100% mặt tiền biển trong đợt mở bán đầu tiên. Tọa lạc tại khuôn viên rộng lớn khu Thảo Điền - quận 2, khu nhà mẫu dự án The Hamptons Hồ Tràm được thiết kế theo tiêu chuẩn resort cao cấp đối với loại phòng Executive Suite một phòng ngủ rộng 61m2, nhằm giúp khách hàng trải nghiệm thực tế về không gian sống trong nhà và hòa mình vào biển cả.



5 - PULLMAN HANOI

Pullman Hanoi biết rằng công việc căng thẳng liên tục sẽ khiến cho bạn làm việc không hiệu quả. Đó là lý do Pullman luôn có một không gian dành riêng cho việc luyện tập thể lực và phục hồi năng lượng để bạn luôn trong trạng thái tốt nhất: Fit and Spa Lounge. Mùa hè sắp đến, Pullman Hanoi mang đến ưu đãi đặc biệt cho những người yêu thích thể thao: Giảm 10%* phí hội viên khi đăng ký từ 02 người trở lên (áp dụng cho thẻ hội viên 6 tháng và 1 năm), thành viên Accor Plus sẽ được chiết khấu thêm 15%. Giảm 20% các trị liệu spa (áp dụng cho thẻ hội viên 6 tháng và 1 năm). Điều khoản & điều kiện: Không áp dụng đồng thời với các chương trình khuyến mãi khác.

6- HENNESSY CONCERT XX LA BOHÈME VÀ SỰ HOÀ QUYÊN HOÀN HẢO

Chương trình Hennessy Concert lần thứ 20 diễn ra vào tối ngày 10/4 tại Nhà hát Lớn Hà Nội đã đánh dấu một hành trình đầy tự hào với sự thành công vang dội của tác phẩm kinh điển La Bohème, được trình diễn bởi các ngôi sao Nhà hát Nhạc kịch Australia (Opera Australia) cùng dàn nhạc giao hưởng nhạc viện Sydney, dưới sự chỉ huy của nhạc trưởng Jonathan Webb. Lần đầu tiên trong sân khấu nhạc kịch tại Việt Nam, kỹ thuật mapping 3D được sử dụng. Đó vẫn là một tác phẩm opera đỉnh cao với những trường đoạn mà giọng hát của ca sĩ quyến rũ kỳ lạ người nghe. Dàn diễn viên của Nhà hát Nhạc kịch Australia đã tận dụng sức trẻ và hoàn toàn chinh phục người nghe Việt Nam nhờ kỹ thuật trình diễn và cảm xúc tuyệt vời khi cất giọng. Sự tinh tế đó cũng được thể hiện qua phần trình diễn của các nhạc công trong dàn nhạc do nhạc trưởng Jonathan Webb chỉ huy.

7- FAGOR

Là cơ hội đặc biệt dành cho người tiêu dùng, đặc biệt là những bà nội trợ, những tín đồ nhà bếp, chương trình END – SEASON ưu đãi đặc biệt của Fagor – Thương hiệu gia dụng số 1 Tây Ban Nha sẽ bắt đầu từ ngày 23/3/2016 đến 02/05/2016. Đến với sự kiện lần này, bạn sẽ tìm thấy những thiết bị nhà bếp chất lượng cao của một thương hiệu uy tín với hơn 60 năm lịch sử, giúp việc nấu nướng của bạn là những giờ phút thực sự thoải mái, thú vị và tiện nghi. Hơn 1000

thiết bị trong END – SEASON đều được Fagor tuyển chọn và kiểm nghiệm kỹ càng về chất lượng và hình thức mẫu mã, chắc sẽ là những trợ thủ đắc lực giúp công việc làm bếp của bạn nhẹ nhàng và thoải mái hơn.

8- KHÁCH SẠN NIKKO HANOI

Nhà hàng Nhật Bản - Benkay – Khách sạn Nikko Hà Nội hàng tháng đều mang đến một thực đơn Kaiseki mới. Thực đơn tháng 4 gồm 10 món, với điểm nhấn là bánh mochi anh đào, thịt bò áp chảo và cá đuôi vàng nướng. Tháng 3 và 4 là thời gian hoa anh đào nở rộ rõ nhất tại Nhật, vì thế mà trong thực đơn tháng 4 không thể thiếu bánh gạo mochi bọc nhân đậu đỏ truyền thống ăn kèm với lá anh đào muối. Vị mặn của lá anh đào càng làm cho vị ngọt của bánh mochi thêm ngọt ngào và đọng lại lâu hơn. Món súp với tôm nõn và thạch tạo hình hoa anh đào khiến cho thực khách như được thưởng thức cả mùa xuân. Bạch tuộc nhỏ, mực nhỏ và ốc nhỏ được trình bày tinh tế cũng là một nhân tố kích thích vị giác trong thực đơn tháng 4 này.

9- THE BODY SHOP

Nhằm mang đến cơ hội sử dụng các sản phẩm chăm sóc cơ thể từ đầu đến chân chất lượng và hoàn toàn thiên nhiên, The Body Shop công bố chính sách giá mới thấp hơn lên đến 40% so với hiện tại, trên một danh sách hơn 150 sản phẩm dưỡng da mặt, tắm, dưỡng

thể chăm sóc tay, spa và nhiều hơn nữa. Dòng sản phẩm thân thuộc nhất – sữa tắm dung tích 250ml của các dòng cổ điển như Olive, Moringa, Shea, vv. nay có giá chỉ từ 165,000đ. Dòng sản phẩm đình đám đi liền với nghi thức thư giãn sang trọng - Spa Of The World nay gần gũi hơn với giá được điều chỉnh giảm đến 37%. Với chính sách giá mới được áp dụng toàn quốc từ ngày 19/04/2016, The Body Shop muốn tạo sự khác biệt khi tạo nên sức cạnh tranh cho thị trường làm đẹp trong nước bằng mức giá bán lẻ vô cùng hợp lý.

10- NESCAFE DOLCE GUSTO

Nestlé vừa mang về Việt Nam một chiếc máy thật sự sang trọng, tiện lợi và sử dụng thật dễ dàng – với phong cách tận hưởng café SẠCH thật sành điệu. Máy thật tiện lợi khi được sử dụng tại văn phòng, nhà riêng, canteen mini, phòng họp – hội nghị và làm quà biếu cho các đối tác, khách hàng, người thân. Chỉ 01 máy Drop hoặc Mini Me có thể pha được 6 loại thức uống ngon mê ly, nóng hoặc lạnh trong vòng 1 phút 30 giây : (Cap-puccio, Café Grande, Café sữa Au Lait, Choc-ocino, Green tea Latte, Espresso).



ĐỊA CHỈ MUA SẮM

FASHION

ACCESSORIZE

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

ALDO

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

Axara

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

BALLY

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

BANANA REPUBLIC

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

BỐN MÙA BOUTIQUE

- 30 Hàng Cán, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

BRUNELLO CUCINELLI

- 63 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

BURBERRY

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

CARTIER

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

CHANEL

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

CHARLES & KEITH

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

CHLOÉ

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

CHOPARD

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

CHRISTIAN LOUBOUTIN

- 143 Đồng Khởi, Q1, Tp. HCM

CHULA

- 43 Nhật Chiêu, Tây Hồ, Hà Nội.

DEVON LONDON

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

EMPORIO ARMANI

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

FCUK

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

GIVENCHY

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

HA LINH THU

- Showroom: 6 Tráng Tiên, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Vincom Center, 191 Bà Triệu, Hà Nội.

HA TRUONG SHOWROOM

- 37 Xuân Diệu, Tây Hồ, Hà Nội.

I HATE FASHION

- 38 Phan Bội Châu, Hoàn Kiếm, Hà Nội

JIMMY CHOO

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

JUST CAVALLI

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

KAREN MILLEN

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

KENZO

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

KELLY BUI

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

KIN BY CONG TRI

- 198 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM

LANCÔME

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

LA PERLA

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

LÂM GIA KHANG

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

LOUIS VUITTON

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

LÝ GIÁM TIẾN

- 286/31 Trần Hưng Đạo, Q1, Tp. HCM

MAGONN DESIGN

- 9 Âu Triệu, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- 19 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

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

MILANO LUALA

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

MOSCHINO

- 3 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

NAF NAF

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

OMEGA

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

RALPH LAUREN

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

RUNWAY

- 13 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

SALVATORE FERRAGAMO

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

SERGIO ROSSI

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

SWAROVSKI

- 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

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

TOPSHOP/TOPMAN

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

VALENTINO

- 59 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

BOBBI BROWN

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

BOURJOIS

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

CHANEL

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

CLARINS

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

CLINIQUE

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

CRABTREE & EVELYN

- Hệ thống Parkson & Vincom, Tp. HCM

DIOR

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

ELIZABETH ARDEN

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

ESTÉE LAUDER

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

GUERLAIN

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

LANCÔME

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

LANEIGE

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

LA MER

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

L'OCCITANE

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

ORLANE

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

MENARD

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

SHISEIDO

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

SHU UEMURA

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

THE BODY SHOP

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

M.A.C

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

VICHY

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

YVES ROCHER

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

GOLDEN LYPRES

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

BEAUTY ĐẠ CHỈ MUA SẴM



Knot là một trong những thiết kế tiêu biểu và được yêu thích nhất của Bottega Veneta. Khi Tomas Maier trở thành Giám đốc Sáng tạo vào năm 2001, ông đã nhanh chóng nhận ra sự đặc biệt của chiếc clutch bo tròn và xinh xắn này. Maier đã thiết kế kiểu khóa đóng mới dưới hình một nút thắt da nhỏ, và đặt tên Knot (nghĩa là “nút thắt”). Kể từ đó, các phiên bản của Knot luôn được đưa vào mọi bộ sưu tập của Bottega Veneta.

Kiểu dáng hoàn hảo và mục đích sử dụng rõ ràng đã khiến Knot trở thành một nguồn cảm hứng cho Maier và những nghệ nhân của Bottega Veneta thăng hoa. Rất nhiều biến tấu hiện đại từ tinh tế tới vui mắt đã ra đời, trong đó phải kể đến chiếc Origami Knot, với những

đường nếp gấp da bóng tinh tế; kỹ thuật trổ hoa trên da của Jardin Knot, hay những viên pha lê cổ trên chiếc Vintage Jewel Knot. Không thể không nhắc đến chiếc Memory Knot được làm từ da Nappa bo viền trong đường gờ kim loại ôm gọn thân ví; chiếc Enameled Knot thể hiện sự tương phản giữa đường may mềm mại bằng da Nappa với vỏ kim loại cứng cáp; chiếc Metal Lace Knot là sự kết hợp đầy phá cách giữa kim loại và ren; và còn rất nhiều phiên bản được làm trên bạc, satin và da cá sấu. Bên cạnh đó, chiếc clutch này cũng rất nổi tiếng với nhiều phiên bản số lượng có hạn, từ 100 đến chỉ 25 chiếc, phụ thuộc vào độ cầu kỳ của chế tác, và nguồn nguyên liệu quý hiếm để tạo ra chúng.



Nhân dịp kỷ niệm 1 năm thương hiệu ra đời năm 1966 tới Việt Nam, 123 chiếc Knot clutch đặc biệt nhất, được sưu tầm trong suốt chiều dài lịch sử của Bottega Veneta sẽ được trưng bày trong triển lãm với tên gọi “The Knot: A Retrospective”. Triển lãm mở cửa cho công chúng ở cửa hàng Bottega Veneta tại Khách sạn Sofitel Metropole, Hà Nội vào 22-24 tháng 4, và Union Square, Thành phố Hồ Chí Minh vào 6-8 tháng 5.

CỬA HÀNG BOTTEGA VENETA TẠI HÀ NỘI
KHÁCH SẠN SOFITEL LEGEND METROPOLE
15 NGÔ QUYỀN
TEL: 043 8238866

TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
L1, UNION SQUARE
171 ĐỒNG KHƠI
TEL: 083 8275479

ROTARY
Les Originales
SWISS MADE 1895 - WATERPROOF

120 years of Swiss watchmaking

1895

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

1940

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

2009

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

2013

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

2014

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

2015

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

Jura Limited Edition

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

Giá: 22,700,000đ và tặng kèm hộp xoay đồng hồ (watch winder) trị giá 5,000,000đ

**SWISS
MADE**

**BẢO HÀNH
TRỌN ĐỜI**

**KHÁNG NƯỚC
BƠI LẠN CẢ NGÀY**

**MẮT KÍNH
SAPPHIRE**

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

SHOPS: Sài Gòn • **Maximark** 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (38328991) • **Vincom Tháo Điện** 159 Xô Lê Hà Nội, Q.2 (37442889) • **Vincom Gò Vấp** 190 Quang Trung, Q. GV (38945689) • **Vincom Thủ Đức** 216 Võ Văn Ngân, Q. TPĐ (37223433) • **Big C Quận 7** 99 Nguyễn Thị Thập, Q.7 (0932171735) • **Hải Triều** 188A Trần Quang Khải, Q.1 (01253246810) **Hà Nội** • **Lotte Center**, 54 Liễu Giai, Q. BĐ (32676555) • **Big C Thăng Long** 222 Trần Duy Hưng, Q. CG (37833960) • **Vincom Royal City** 72A Nguyễn Trãi, Q. TX (62620560) • **Minh Tường** 101 Hàng Bông, Quận HK (38288579) **Vinh** • **Big C Vinh 2** Quang Trung (3596226) **Đà Nẵng** • **Big C Vinh Trung Plaza** 225-227 Hùng Vương (3666066) • **Indochina Riverside Mall**, Tầng trệt, 74 Bạch Đằng (3815268) **Nha Trang** • **Nha Trang Center** 20 Trần Phú (6516666) **Biên Hòa** • **Big C Tân Hiệp** (0926789789) • **SERVICE CENTERS:** • **Sun Wah Tower** 115 Nguyễn Huệ, Q.1 (38219279) • **Maximark** 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (38328991)

Thời khắc cho sự thử thách mới.

HUỖNH HIỂU MINH.

HUỖNH HIỂU MINH LÀ MỘT DIỄN VIÊN VÀ CA SĨ TRUNG HOA. ANH ẤY CŨNG LÀ ĐẠI SỨ CỦA UNICEF VÀ TRUNG TÂM NGHIÊN CỨU BẢO VỆ GẤU TRÚC PANDA Ở TRUNG QUỐC NƠI ANH NHẬN NUÔI CẤP PANDA SINH ĐÔI TÊN LÀ PING PING VÀ AN AN, LÀ NHỮNG CHÚ GẤU PANDA ĐẦU TIÊN ĐƯỢC SINH RA SAU TRẬN ĐỘNG ĐẤT Ở TỬ XUYỀN.

HUỖNH HIỂU MINH ĐANG ĐEO CHIẾC ĐỒNG HỒ TISSOT CHEMIN DES TOURELLES VỚI BỘ MÁY TỰ ĐỘNG COSC POWERMATIC 80 DỰ TRỮ NĂNG LƯỢNG LÊN ĐẾN 80 GIỜ.



CONTRÔLE OFFICIEL SUISSE DES CHRONOMÈTRES
Régistré avec l'Association du COSC



T+TISSOT THIS IS YOUR TIME