

# STYLE

PHONG CÁCH CỦA BẠN

PHAM  
HƯƠNG

ĂN SỐ CHƯA  
LỜI GIẢI?!

*Stylist*

KẺ ĐÁNH  
THỨC  
VỀ ĐẸP  
TIỀM ẨN

BẠN CÓ  
DÁM LÀ  
CHÍNH MÌNH?

*The*

COOL  
CHIC

*In Rihanna.  
We Trust*



NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN



# SNOW BIRD

A film by Sean Baker  
[kenzo.com/snowbird](http://kenzo.com/snowbird)



KENZO PARIS



# KHÁM PHÁ MẪU XE BÁN TẢI BÁN CHẠY HÀNG ĐẦU VIỆT NAM

Luôn thể hiện đúng giá trị cốt lõi của Ford Ranger với khả năng vận hành ưu việt cùng tính năng thông minh chính là bí quyết khiến chiếc xe luôn dẫn đầu ở mỗi cuộc đua.



## FORD RANGER



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

\* Dựa trên số liệu báo cáo của VAMA 2015

• **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội, Tel: 04.37505055 • **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội, Tel: 04.36811888 • **HANOI FORD:** 94 Ngõ Thị Nhâm, Hà Nội, Tel: 04.39712439 • **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội, Tel: 04.33662566 • **HATHANH FORD MYDINH:** 02 Tôn Thất Thuyết, Nam Từ Liêm, Hà Nội, Tel: 04.37957518 • **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội, Tel: 04.35621920 • **THANHXUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội, Tel: 04.35525525 • **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng, Tel: 0313.668990 • **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hạ Long, Tel: 033.3628699 • **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh, Tel: 038.3515292 • **DANANG FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng, Tel: 0511.3646555 • **DANANG FORD BINHDINH:** 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định, Tel: 056.3546555 • **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Ma Thuột, Tel: 0500.3954999 • **BINH DUONG FORD:** Lô C13, Nguyễn Huệ, Khu Liên Hợp, TP. Thủ Dầu Một, Tel: 0650.3801381 • **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP. HCM, Tel: 08.38157979 • **CITY FORD:** Số 216-218, Quốc Lộ 13, Phường Hiệp Bình Chánh, Q. Thủ Đức, TP. HCM, Tel: 08.37262626 • **CITY FORD VUNGTAU:** Số 40A, Đường 30/04 Phường 9, TP. Vũng Tàu, Tel: 0643.594778 • **PHUMY FORD:** Lô B1, Đường C2, KCN Cát Lái 2, Quận 2, TP. HCM, Tel: 08.37425454 • **SAIGON FORD:** 61A Cao Thắng, Quận 3, TP. HCM, Tel: 08.38181458 • **SAIGON FORD PHO QUANG:** 104 Phố Quang, Tân Bình, TP. HCM, Tel: 08.38442947 • **SAIGON FORD TRAN HUNG DAO:** 6A, Trần Hưng Đạo, Phường Phạm Ngũ Lão, Quận 1, TP. HCM, Tel: 08.39153244 • **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP. HCM, Tel: 08.38776732 • **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa, Tel: 061.3857130 • **CANTHO FORD:** Lô 11C - Võ Nguyên Giáp, Cái Răng, TP. Cần Thơ, Tel: 0710.3730720

☎ **ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888**





**Punctually Unpredictable**



MILUXE BOUTIQUE:

- S215 TRANG TIEN PLAZA HOAN KIEM DISTRICT, HANOI
- GROUND FLOOR- SHERATON SAI GON HOTEL & TOWERS, 88 ĐÔNG KHÔI DISTRICT 1, HO CHI MINH CITY



# FENDI

TIMEPIECES



## CRAZY CARATS

A twist of the crown magically reveals  
different gemstones, your different moods.

[FENDI.COM/TIMEPIECES](https://www.fendi.com/timepieces)



# The Cool Chic



PHOTO : MILOR TRẦN  
MAKE UP : QUÂN NGUYỄN  
HAIR : PU LÊ  
STYLIST : MÌ GỎI  
MODEL : HH PHẠM HƯƠNG  
FASHION: KATE BY CHÂU PHẠM,  
COAT, KAREN MILLEN, BCBG

Với Style, một cuộc sống hoàn mỹ không chỉ đơn thuần dừng lại ở có một công việc ổn định, được ăn ngon, được mặc đẹp mà cuộc sống phải gồm cả những trải nghiệm đột phá không ngừng nghỉ từ thời trang tới phong cách sống. Và để làm được điều đó, bạn phải hiểu rõ được nhu cầu và khả năng của bản thân. Những chuyến phiêu lưu khám phá thế giới, và quan trọng hơn cả là khám phá bản thân mình, tất cả những điều này mới tạo nên một quý cô hiện đại, cá tính, thông minh, và năng động, có quan điểm sống trẻ và tư tưởng cởi mở. Với Style, đó mới là định nghĩa một The Cool Chic đúng chuẩn. Đây chính là lý do tại sao ý tưởng về sự mới mẻ đã thành kim chỉ nam cho mỗi số báo. Bởi chúng tôi luôn muốn mọi người nghĩ đến Style như một cuốn "kinh thánh" của những người trendy, của những kẻ edgy. Tất cả những điều này đã mang lại cho chúng tôi những nguồn cảm hứng bất tận. Bởi đối với chúng tôi cuộc sống này là không ngừng trải nghiệm. Xin chân thành cảm ơn tất cả những độc giả, những cộng tác viên của chúng tôi đã mang tới cho Style Team nguồn động lực để sáng tạo, để tiếp tục những hành trình mới.

Style Team

## WHAT I LOVE NOW



Saint Laurent



Stella McCartney



Balmain



Oscar De La Renta





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](http://nxbthanhvien.vn)  
EMAIL: [info@nxbthanhvien.vn](mailto:info@nxbthanhvien.vn)  
TP. HỒ CHÍ MINH: 27B Nguyễn Đình Chiểu, phường Đa Kao, Quận 1 - ĐT: (08) 39305243

## **CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN**

**GIÁM ĐỐC - TỔNG BIÊN TẬP:** NGUYỄN XUÂN TRƯỜNG  
**BIÊN TẬP :** ĐOÀN PHAN THẮNG

## **CHÂU BÁCH MEDIA**

HÀ NỘI: Tầng 4, 216 Bà Triệu Hà Nội  
ĐT: 04.3773 8005 FAX: 04.3773 8006  
HCM : 68 Hoàng Diệu P12, q4  
ĐT: 08 3825 3567 - FAX: 08 3825 3559

## **PHỤ TRÁCH NỘI DUNG**

ANDREA NGUYỄN  
TRÍ TUỆ

## **THAM GIA BIÊN SOẠN**

**FASHION:** 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](mailto:camnhungstyle@gmail.com)

## **THIẾT KẾ MỸ THUẬT**

CẨM NHUNG  
TRẦN ĐĂNG

## **NHIẾP ẢNH GIA**

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

## **STYLIST**

HOÀNG KU - LUSIA LAN ANH - MỸ GÓI

## **QUẢNG CÁO**

HOTLINE : HÀ NỘI: 0914585839 - TP.HCM: 097 371 9999  
EMAIL: [chaubachmedia@gmail.com](mailto:chaubachmedia@gmail.com)

## **LIÊN HỆ ĐẶT BÁO DÀI HẠN**

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

## **Nhà xuất bản THANH NIÊN**

SỐ XÁC NHẬN ĐĂNG KÝ XUẤT BẢN TẬP 7/2016: 231-2016/CXBIPH/64-04/TN theo QĐXB số 494/ QĐ-NXBTN  
ISBN : 978-604-64-3597-6 In tại nhà in Bản Đồ - NARENCA - 85 Nguyễn Chí Thanh - Hà Nội  
In xong và nộp lưu chiểu tháng 7 năm 2016  
ISBN: 978-604-64-3597-6  
**GIÁ: 39.500 VNĐ**





Oscar de la Renta





Cố nhiếp ảnh gia vĩ đại Bill Cunningham cùng với nhà thiết kế Stella McCartney và ngôi sao âm nhạc Rihanna cùng selfie!

## I INSPIRATION

- 20.** BLACK – WHITE COLLECT
- 22.** THE EDITOR'S PICKS
- 32.** ON TREND  
– SPRING/SUMMER 2016
- 48.** STYLIST: KỂ ĐÁNH THỨC  
VỀ ĐẸP TIỀM ẨN



## A ALLURE

- 70.** BEAUTY BUZZ
- 82.** HƯƠNG CỦA KIM CƯƠNG
- 86.** TẬP SQUAT THỂ NÀO CHO ĐÚNG  
VÀ HIỆU QUẢ?
- 88.** “ĐẸP LÊN” CÓ GÌ LÀ XẤU?



## H HI TECH

- 96.** 5 GADGET CỦA THÁNG
- 98.** SMARTPHONE CHỤP ẢNH  
SELFIE SIÊU CHẤT
- 100.** CARS: NHỎ MÀ CÓ VỒ!





LAPERLA.COM



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

# LAPERLA





Một tác phẩm của Alessandro Dal Buoni

## E EXPERIENCES

**102.** TỚI SYDNEY MÙA HÈ ĐỂ  
TẬN HƯỞNG MÙA ĐÔNG

**109.** CĂN HỘ QUYẾN RŨ CHO  
NHỮNG CÔ NÀNG ĐỘC THÂN

**114.** DETOX MÙA HÈ



## F FEATURES

**123.** PHẠM HƯƠNG:  
CÂU ĐỐ CHƯA LỜI GIẢI

**132.** TRANG TRANG TRẦN: “THỜI TRANG  
KHÔNG ĐƯỢC PHÉP NHÀM CHÁN”



## S STYLE TALK

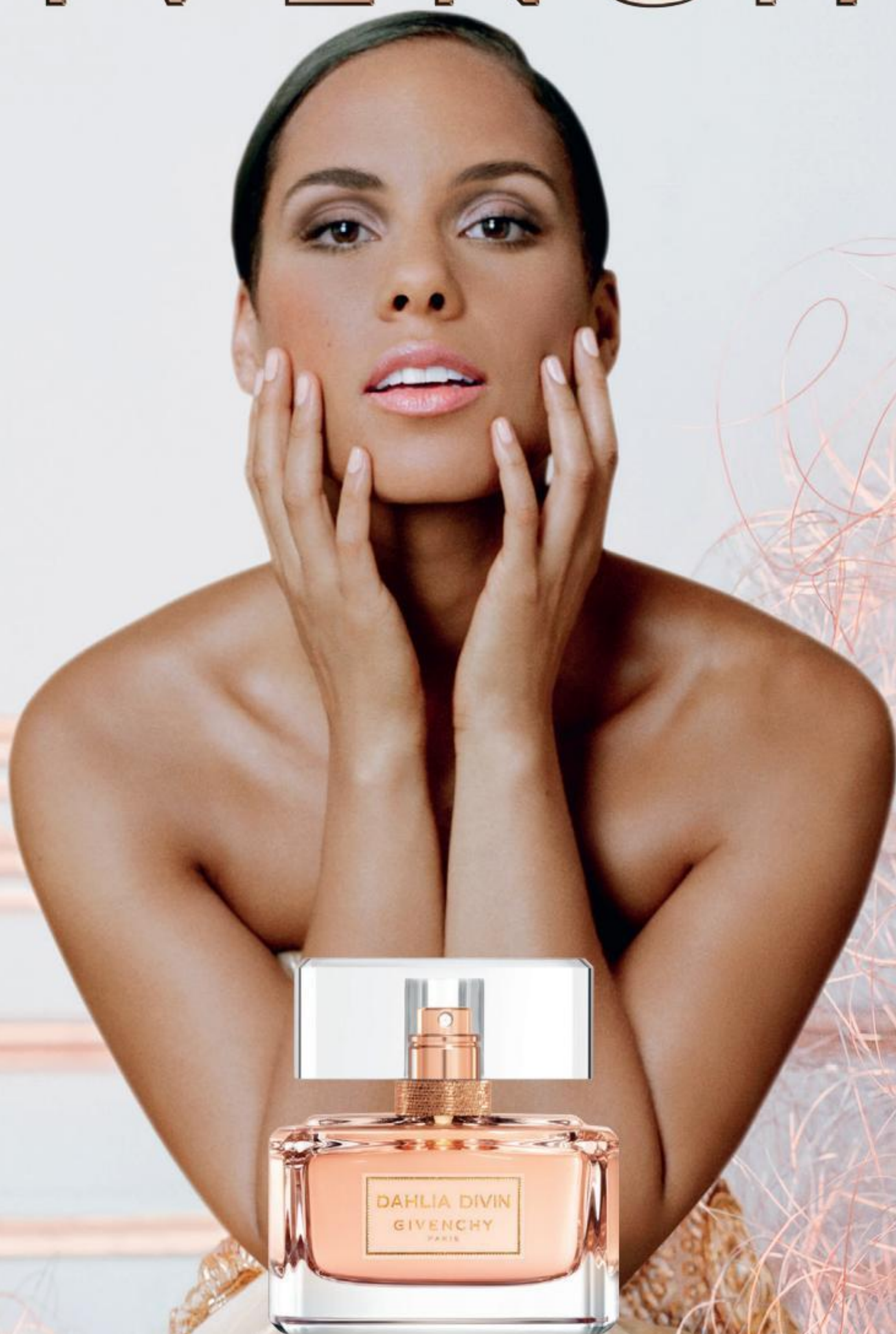
**128.** VÌ ĐÓ LÀ RIHANNA!

**134.** ANH MUỐN EM SỐNG SAO?





# GIVENCHY



www.givenchybeauty.com

## DAHLIA DIVIN

HƯƠNG THƠM MỚI

*Eau de toilette*

ALICIA KEYS

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | DIAMOND PLAZA | PARKSON SAIGONTOURIST | PARKSON HÙNG VƯƠNG |  
HÀ NỘI | 1 BÀ TRIỆU | VINCOM ROYAL CITY | VINCOM CITY TOWERS | PARKSON VIETTOWER | LOTTE CENTER | HÀI 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.





# BẠN CÓ DÁM LÀ CHÍNH MÌNH?

Có lẽ sau cùng, ý tưởng thú vị và tuyệt vời nhất là “được làm chính bản thân mình”, chứ không phải chạy theo một ai đó, cố gắng tỏ ra thật giống với một ai đó. Bạn đã từng thử điều này chưa?

Lê Thảo





Bộ hình được chụp bởi nhiếp ảnh gia Cass Bird, stylist Karen Kaiser, chuyên gia tạo kiểu tóc Ilker Akyol, chuyên gia trang điểm Romy Soleimani và trang phục của những thương hiệu hàng đầu thế giới.

**K**hoảng những năm 1994 - 1995, giữa lúc công ty Wolverine – đơn vị sản xuất nhân hiệu giày Hush-Puppies - của Mỹ có nguy cơ đóng cửa thì bằng một cách nào đó không ai biết những đôi giày này lại quay ngược trở lại thành một trào lưu hot nhất của toàn bộ ngành thời trang. Từ Isaac Mazrahi tới Anna Sui, tất cả đều đột nhiên quay sang lựa chọn những mẫu giày này cho các show diễn của mình. Tới cuối năm 1995, từ vị thế của một người lo tìm cách để đơn phá sản, chủ tịch của Wolverine đã bước lên bục cao nhận giải thưởng cùng Calvin Klein và Donna Karan. Thậm chí ngay chính “khố chủ” nhận giải thưởng cũng phải thừa nhận rằng đã không có bất kỳ chiến lược marketing nào, không đại sứ thương hiệu nào giúp đỡ ông. Thành công giống như thể món quà của thượng đế!

Thực tế thần tích này đã diễn ra nhờ những đứa trẻ ở East Village và Soho. Sở thích đi giày Hush - Puppies của các thanh thiếu niên này đã được các nhà thiết kế nhận biết. Và trong khi họ dùng những đôi giày này để làm bánh đà cho các mục tiêu khác, những đôi giày đã chạm vào một điểm tình cờ nào đó để trở thành trào lưu – dù không ai chủ tâm làm thế.

Toàn bộ những dòng trên là tóm tắt về một ví dụ được lựa chọn làm dẫn chứng cho một cuốn sách kinh tế. Cuốn sách có một phần chú giải dưới tit sách khá thú vị: “Điểm Bùng Phát - Làm thế nào

để những điều nhỏ bé tạo nên sự khác biệt lớn lao.” Thực tế là từ ví dụ trên của cuốn sách, chúng ta có thể thấy rõ một điều: “Even the dog has its own day.” Vậy nên, không lạ gì chuyện có một ngày nào đó, bỗng nhiên, một xu thế nào đó bỗng trở thành “cool”, bỗng đứng thành “chic”. Vậy nên, đừng chán chừ mà không thử thách sự sáng tạo của bạn trong việc tạo ra một thứ gì đó, bởi biết đâu lựa chọn của bạn lại trở thành một xu thế trong tương lai. Liệu bạn còn nhớ những chiếc balo bạc màu với phụ kiện là những khoá móc, những vòng vèo xanh đỏ của Chanel 02 năm trước. Chưa từng ai dám nói rằng đó sẽ là xu hướng nhưng tới một ngày Karl Lagerfeld “nói điều đó”!

Trong mọi lĩnh vực, ngành nghề và địa hạt, dường như điều chúng ta luôn cần là một tinh thần quả cảm, một thái độ sống bất phá và dám thử nghiệm để khám phá ra những điều mới mẻ, hay ho và từ đó truyền cảm hứng cho hàng vạn cô gái, chàng trai ở cùng độ tuổi. Từ ngôi làng Primo Piazza ở Khao Yai chỉ cách Bangkok, Thái Lan 3 tiếng đi xe máy tới những nhà làm vang ít người biết đến ở Bordeaux, từ xu hướng normcore tới những việc lựa chọn các màu mắt hay những “lọ son môi” Juicy Shaker của Lancôme, tất cả đều là những cái tên rất cool và chic đều đã được khám phá bởi những contributor cũng cool chic không kém của Style chúng tôi. Chúng tôi rất biết ơn những đóng góp của những contributor này bởi chính nhờ họ; những cảm hứng từ họ; thái độ sống của họ mà chúng tôi có thêm “ngọn lửa” truyền dẫn tới từng trang, từng bức hình của ấn phẩm này.

Chúng tôi cũng luôn tin rằng, sống trong bất kỳ cô gái, chàng trai nào ngoài kia đều là những ngọn lửa bùng cháy; là những khao khát được phần nào đó chứng minh mình; là mong muốn được là chính bản thân. Họ giống như những hạch tâm của thế hệ. Họ là những bạn đọc của Style, họ có kiến thức, họ am hiểu. Với họ - những cô nàng của Style, hoàn toàn không có khái niệm chạy theo xu thế, thay vào đó họ luôn đón nhận mọi thứ với một thái độ sống tích cực. Hơn ai hết, họ là những người biết nhận ra thế mạnh của mình và biến những thế mạnh đó trở thành những nét cá tính nổi bật. Thậm chí với họ, ngay cả những quan niệm về cái đẹp thông thường cũng bị thay đổi bởi họ là những người có thể biến các khuyết điểm của mình trở thành những thứ rất “ngầu”, rất “cool”. Càng không thể phủ nhận việc họ là những người có thể nhìn ra những điểm thú vị trong những điều tưởng chừng rất đơn giản – chứ không cần phải cứ đi học nhảy dù mới là “cool”. (Dù rằng, bản thân tôi vẫn phải thừa nhận học nhảy dù là điều thực thú vị.)

Rất nhiều trong số những bạn đọc của Style đồng thời là những người bạn thân của tôi. Họ là những người làm việc trong những lĩnh vực khác nhau và điều khiến chúng tôi kết nối với nhau là một niềm đam mê trong các lĩnh vực. Một cậu bạn là một nhân vật có tiếng trong cuộc thi Master Chef Việt Nam. Một cô bạn khác là Hot Beauty Vlogger. Một người khác là nhà sáng lập của một trung tâm thể hình với chứng chỉ quốc tế. Một người khác lại là một Dj “số dách”, người nọ lại là copywriter được săn đón. Tất cả chúng tôi khi gặp nhau chia sẻ cho nhau những câu chuyện và đều thấy người đối diện thật “cool chic” với những gì họ cống hiến, với những thứ mà họ mang đến. Và tôi tin đó cũng là điều họ cảm thấy tự hào – tự hào bởi thật “cool chic” khi được là chính mình!





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  
NGUYỄN TUYẾT ANH

SALE & MARKETING MANAGER  
TRANG NGUYỄN

DIGITAL DEVELOPMENT  
VIỆT ANH HOÀNG

EVENT PRODUCER  
NGỌC AN

DESIGNER  
CẨM NHUNG - TRẦN ĐĂNG

**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**



LÀM TỪ  
THÉP THÁP EIFFEL

KIẾN TRÚC  
NỔI TIẾNG THẾ GIỚI  
NAY TRỞ THÀNH  
ĐỒNG HỒ...



SAINT HONORÉ

SWISS TIMEPIECES

SAINTHONORE.COM



# BE STYLE, BE YOU

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



Model: HH Phạm Hương



nashi  
ARGAN

## Nashi Argan Luxury Đẳng Cấp Giới Thượng Lưu



Bộ sản phẩm chăm sóc tóc **Nashi Argan Luxury** với thành phần bao gồm những hợp chất chiết xuất thiên nhiên là tinh dầu Argan và hạt lanh, giúp nuôi dưỡng và 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 Luxury** bao gồm: Dầu gội/xả dưỡng phục hồi Argan 200ml, Xả dưỡng phục hồi làm bóng tóc Argan 150ml, Tinh dầu nuôi dưỡng phục hồi tóc Argan 30ml, Dầu hấp dưỡng phục hồi tóc 20ml

**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](http://www.thienanco.vn) - Thien An-Đẹp TV - Nashi Argan Vietnam



Quét mã để nhận quà tặng



The Row



Francesco Russo



Mẫu sandal được thiết kế để trông giống như một lá cây nhiệt đới nằm trên đôi sandal gót nhọn mỏng manh với lớp đệm để nhẹ thoải mái.

Kenneth Jay Lane



# Black-white

## COLLECT

Màu đen, trắng là hai màu thời thượng không bao giờ lỗi mốt. Hãy cùng chúng tôi điểm danh những item hot nhất mang hai màu sắc này!

Stella McCartney



Saint Laurent



Lấy cảm hứng từ giày Oxford cổ điển, Stella McCartney đã thiết kế một phiên bản hiện đại, đôi giày da đen này được làm bởi da mềm với các chi tiết ngôi sao ấn tượng. Gót giày sử dụng đế gỗ và xốp răng cưa.

Alaïa



Victoria Beckham





Burberry Brit



Moschino



Francesco Russo



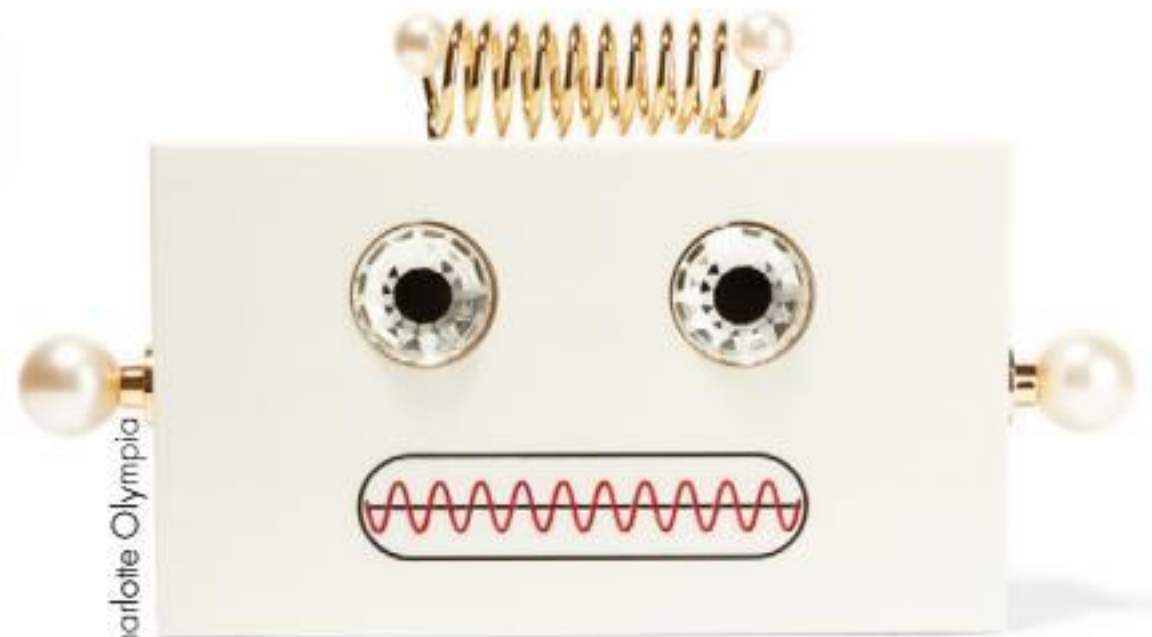
La Perla



Burberry Brit



Charlotte Olympia



Kenneth Jay Lane

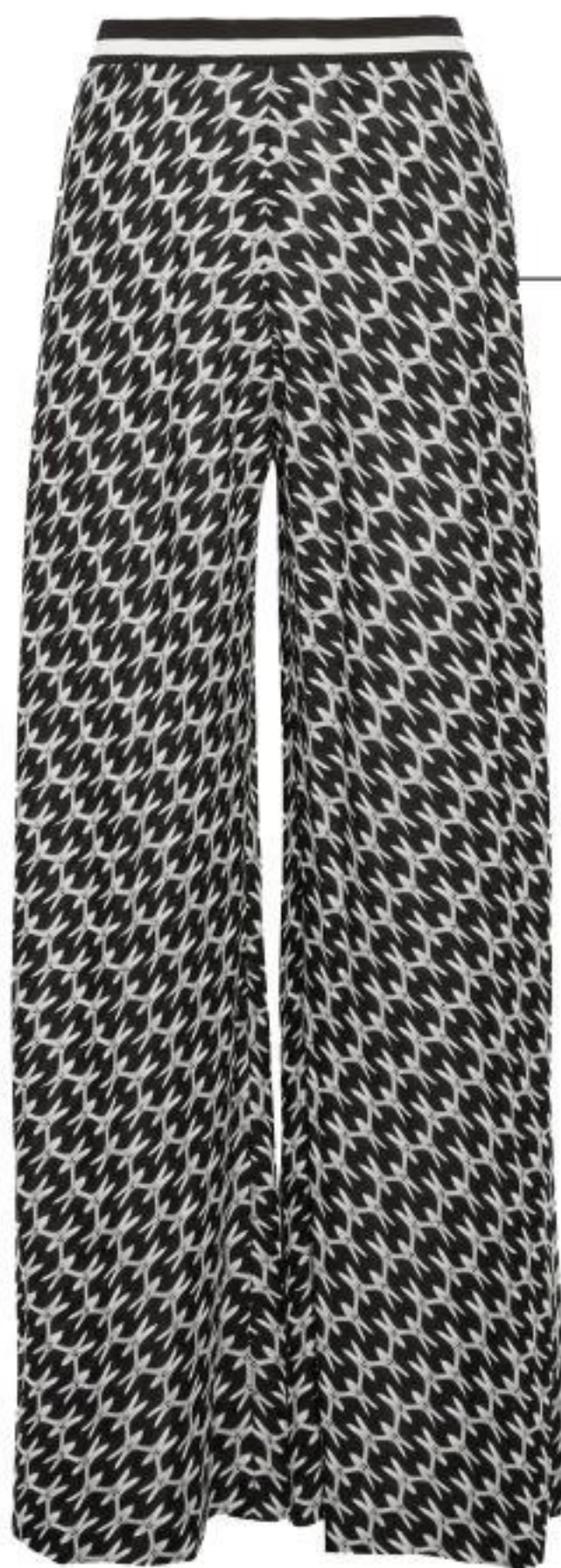


Kenneth Jay Lane đã tuyên bố choker sẽ là món phụ kiện phải có trong mùa này. Kết hợp giữa móc sợi mạ bạc với bốn hàng ngọc trai nhân tạo, sản phẩm sẽ giúp cho bạn nổi bật khi diện một chiếc áo hoặc váy khoét sâu.



# *The EDITOR'S* PICKS

Bạn đã sẵn sàng nâng cấp tủ đồ của mình với những “vũ khí tối thượng” của các fashionista? Style xin đưa ra những gợi ý hoàn hảo nhất!



## 1

### MISSONI

Quần Missoni được thiết kế với dáng cạp cao, ống rộng tạo cảm giác chân dài và thẳng với dáng người của bạn.



## 2

### MANU ATELIER

Ba lô MANU Atelier màu đỏ được làm thủ công từ da lộn với kỹ thuật truyền thống lâu đời. Phong cách này có thể sử dụng tiện lợi cho các chuyến du lịch.



## 3

### DOLCE & GABBANA

Với kiểu dáng thiết kế cổ điển, được làm từ chất liệu da mềm và lụa satin đen bóng. Điểm nhấn của đôi sandal là phần gót chân được nạm pha lê sang trọng.



## 4

### ALEXANDER WANG

Hoạ tiết mã vạch ấn tượng của Alexander Wang được cách điệu từ logo của hãng. Với chất liệu cotton mềm mại, áo có thiết kế mang phong cách thể thao hiện đại.



## 5

### MIU MIU

Sự pha trộn giữa cá tính và cổ điển tạo ra một phong cách vui nhộn. Được thiết kế từ những phần da đẹp nhất, phần đế gót được bao phủ bởi lớp lông cừu màu đỏ mềm mại.





**ETRO**

Choker đang là xu hướng của mùa. Thiết kế này được làm từ dải satin màu đen với các điểm nhấn là các hạt pha lê đen nhỏ bắt mắt.

6



7

**MOSSCHINO**

Mẫu áo khoác thể hiện đúng tinh thần của Moschino khi tạo ra một kết hợp hài hoà giữa chất liệu satin đỏ may trần với thiết kế nhiều túi.

8

**RICK OWENS**

Được làm từ chất liệu da mềm, với lớp lót lông cừu trắng, chiếc áo Metro Biker Jacket này của Rick Owens sẽ là lựa chọn của mùa Thu Đông.

9

**MM6 MAISON MARGIELA**

Mẫu giày cao cổ MM6 Maison Margiela này là kết quả của sự kết hợp giữa phong cách nổi loạn và sự lãng mạn. Đế giày được tráng bạc cao cấp, phần trên là chất liệu nhung co giãn mềm.



10

**GUCCI**

Mẫu kính mát phong cách Retro của Gucci này có thiết kế mắt vuông, được trang trí bởi những hoạ tiết hoa khắc laser tinh tế.

11

**ADIDAS ORIGINALS**

Sử dụng chất liệu cao su tổng hợp với lớp phủ bằng da và lưới, thiết kế này giúp cho bạn cảm giác thật tiện dụng và thoải mái.



12

**I.D SARRIERI**

Bodysuit này được thiết kế khéo léo giữa ren và satin để tạo ra một thiết kế mềm mại, quyến rũ mà không kém phần thanh lịch.



13

**OPENING CEREMONY**

Bomber jacket được làm từ len pha trộn với da ở tay áo, điểm nhấn là các miếng vá giả, trong đó có logo của nhãn và một lá cờ Mỹ.





# My STYLE

Một phong cách lịch lãm, hay một phong cách trẻ trung đều không quan trọng, quan trọng bạn có tự tin hay đã thấy phù hợp với một set đồ mình lựa chọn trong cuộc họp với đối tác tháng 07 này không?



## BOTTEGA VENETA

Chiếc túi được làm bằng chất liệu da bê và thực hiện bởi các nghệ nhân có tay nghề cao từ hãng. Túi có điểm nhấn nan đan đặc trưng của Bottega, thêm quai đeo chéo bạn có thể xách tay hoặc đeo trên vai.



## BALENCIAGA

Quần jean màu đen của Balenciaga được sản xuất tại Ý, sử dụng chất denim tạo cảm giác cho người mặc sự nam tính và linh hoạt trong khi sử dụng.



## BREMONT

Dòng đồng hồ đến từ Thụy Sĩ này có chức năng lên dây cót tự động và mức dự trữ năng lượng lên tới 42 giờ. Đồng hồ được chế tác với các chất liệu như sapphire, thép không gỉ và 25 chân kính hồng ngọc.



## DOLCE&GABBANA

Với chi tiết thêu phức tạp hình ảnh vương miện và chú ong, chiếc sơ mi trắng của Dolce & Gabbana toát lên một sự tinh tế phong cách và không kém phần nam tính cho người mặc.



## VALENTINO

Giày đế thấp pha da màu trắng và màu olive của Valentino cho độ tương phản tuyệt vời về màu sắc, cực kỳ tiện lợi và đẹp mắt về kiểu dáng.



\*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





2

**EBEL**

Thương hiệu đồng hồ Ebel này còn được biết tới với cái tên "kiến trúc sư của thời gian".



3

**MOBIADO**

Điện thoại Mobiado có màu nâu ấn tượng với bốn góc máy bịt vàng vô cùng ấn tượng và mạnh mẽ.

4

**MONTBLANC**

Mang phong cách sang trọng của Châu Âu, mẫu bút bi đặc biệt này của Montblanc được mạ vàng hồng. Và với một thiết kế thanh lịch, nó là sự lựa chọn hoàn hảo cho các doanh nhân tinh tế.



5

**TOM FORD**

Được chế tác từ titan màu đen với kiểu dáng đẹp độc đáo, cây kính này nhẹ và kết hợp với cặp mắt màu xám khói hợp mốt.

I

**BERLUTI**

Berluti là một thương hiệu đồ da nổi danh tại Ý và nổi tiếng bởi các thiết kế thanh lịch.



# WISH LIST FOR HIM

STYLE XIN GIỚI THIỆU VỚI BẠN NHỮNG MÓN ĐỒ COOL CHIC NHẤT DÀNH CHO ĐÀN ÔNG. CHẮC CHẮN ĐÂY SẼ LÀ NHỮNG MÓN ĐỒ MANG TỚI CHO NHỮNG NGƯỜI ĐÀN ÔNG VẺ ĐẸP NAM TÍNH!

8

**PAUL SMITH**

Mẫu túi này được chế tác từ da sần với chi tiết kẻ sọc màu sắc hiện đại. Túi có kiểu dáng thanh lịch phù hợp cho việc đựng tài liệu và tiện lợi cho những chuyến công tác.



7

**GIVENCHY**

Cả vật được làm từ lụa màu xanh tím than kết hợp với họa tiết ba ngôi sao 05 cánh xanh da trời tạo ra sự tinh tế cho



6

**GRENSON**

Đôi giày được thiết kế với hai tông màu da nâu và đen truyền thống. Lớp lót được xử lý rất mềm mịn và ôm sát vào lòng bàn chân.



"cuộc sống là net 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



# Gloss'n' Matte

Sự kết hợp của những item bóng sáng và bóng mờ chắc chắn sẽ mang tới cho bạn một phong cách nổi loạn và thú vị!



1. FENDI 2. RICK OWENS 3. WESTWARD LEANING 4. GUCCI  
5. MOSCHINO 6. JIMMY CHOO 7. MARNI



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

**SHOPS:** **Sài Gòn** • Maximark 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (38328991) • Vincom Thảo Điền 159 Xa Lộ Hà Nội, Q.2 (37442889) • Vincom Gò Vấp 190 Quang Trung, Q.GV (38945689) • Vincom Thủ Đức 216 Võ Văn Ngân, Q.TĐ (37223433) • Big C Quận 7 99 Nguyễn Thị Thập, Q.7 (0932171735) • Hải Triều 188A Trần Quang Khải, Q.1 (01253246810) • Cititime Plaza 10 Phạm Ngọc Thạch, Q.3 (0918088661) **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 Tuệ 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) **Cần Thơ** • Vincom Xuân Khánh 209 Ba Mươi Tháng Tư, Q.NK (3769898) – **SERVICE CENTERS:** • Sun Wah Tower 115 Nguyễn Huệ, Q.1 (38219279) • Maximark 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (38328991)





1



5



3



6



## When Suit Rebels

Cho những buổi chiều dạo phố ngọt ngào, hãy kết hợp một chiếc suit màu huyết dụ với những lựa chọn mà Style giới thiệu ở đây. Tin chắc rằng, bạn sẽ là tâm điểm của mọi ánh nhìn!

4

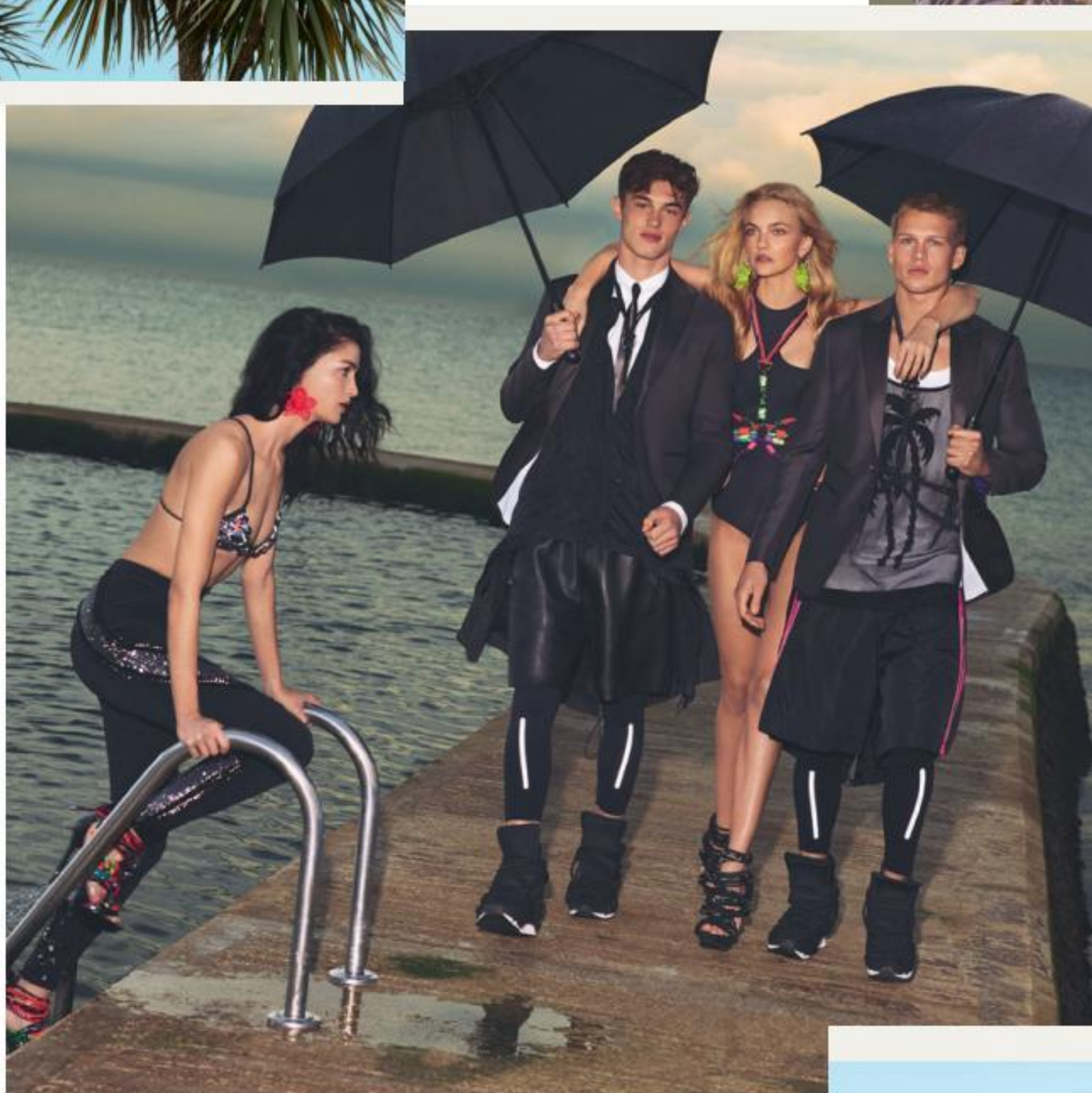


7

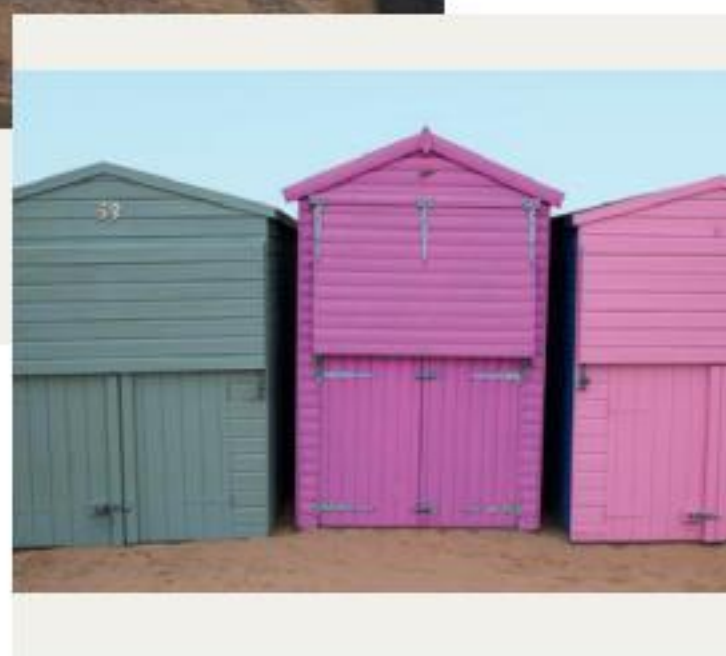


1. DIOR 2. HAIDER ACKERMANN 3. MAJE 4. ALAIA 5. CAROLINA BUCCI  
6. SAINT LAURENT 7. TOM FORD





**DSQUARED2**







# STRIPY, STRIPY... STRIPE

Những đường kẻ cổ điển luôn là họa tiết chủ đạo của thời trang ứng dụng. Nếu như nhà mốt Giorgio Armani, Prada sử dụng màu sắc sặc sỡ tạo nên không khí mùa hè cho những đường kẻ thì những nhà mốt ứng dụng như Carven, Ralph Lauren lại tận dụng tối đa sự thanh mảnh của những họa tiết này với sự kết hợp của những gam màu tối thời thượng và sáng cổ điển.





# RAINBOW COLORS

Hoà tiết sắc sỡ nhiều màu sắc nổi trội có lẽ là một trong những xu hướng không thể thiếu của mỗi mùa hè. Cho tháng cuối cùng của mùa này, các tín đồ thời trang có dịp được thoải sức rực rỡ với những gam màu 7 sắc cầu vồng. Từ những nhà mốt danh tiếng như Prada, Chloé... đến những hãng thời trang ứng dụng như Ralph Lauren đồng loạt tung ra những mẫu váy màu sắc sỡ.





# PLAYFUL EMBELLISHMENTS

Lăm le soán ngôi xu hướng Minimalism của mùa một Xuân - Hè 2016 là trào lưu Embellishment. Embellishment hấp dẫn các tín đồ thời trang với sự lấp lánh của kim tuyến, những mảng sequin oversized hay chi tiết trang trí đầy màu sắc. Đây là một thách thức thú vị cho những người yêu thời trang. Bởi cần rất nhiều sự khéo léo khi phối đồ để bộ trang phục chỉ ở mức “cực kì ấn tượng” chứ không nhảy sang địa hạt “làm quá”. Còn gì thu hút và nổi bật hơn là cô nàng tràn sức sống và tươi mới trong những bộ cánh được phối cao tay nhường này. Bí kíp phối? Chỉ chọn một món đồ duy nhất làm điểm nhấn!





# TRIBAL TOUR

Tribal - cảm hứng của các bộ lạc mang hơi thở những chuyến phiêu lưu xa xôi và hoang dã - vẫn tiếp tục tới với giới mộ điệu trong mùa mốt Xuân – Hè 2016 này. Những mảng trang trí bằng sợi lông, sợi rua, thêu hoạ tiết và hình hoạ chính là điểm nhấn của trào lưu này. Các nhà thiết kế tài năng đã thổi vào thiết kế của mình những mảng đối lập ấn tượng: vẻ hào nhoáng nơi đô hội Âu Châu và nét phóng khoáng của hoang mạc Phi Châu, cứng cáp và mềm mại, nhân tạo và tự nhiên, cũ kỹ và mới mẻ. Sàn diễn runway hoá thành nơi giao thoa giữa các nền văn hoá. Trào lưu này hứa hẹn sẽ làm mưa làm gió cho các trang phục streetstyle trong thời gian sắp tới.



## MAGICAL STRIPE



Agi &amp; Sam



Haider Ackermann



Haider Ackermann



Givenchy



Tiger of Sweden



Bottega Veneta



Agi &amp; Sam

Không chỉ là họa tiết chủ đạo cho dòng thời trang nữ, những đường kẻ sọc còn đang là cách các chàng trai thể hiện cá tính mạnh mẽ nhưng không kém phần lịch lãm của mình. (Hãy nhìn cách các chuyên gia tài chính của Phố Wall lựa chọn những bộ suit với các đường kẻ sọc và kẻ caro.) Có thể nói, với thời trang nam giới, mùa này các nhà mốt đã thỏa sức sáng tạo cùng những đường kẻ trong các bộ sưu tập. Từ những đường kẻ đơn sắc như Givenchy, đến những đường kẻ nổi loạn theo kiểu rất “Comme des Garçons Homme Plus”, đây chính là mùa của những đường kẻ và điều bạn cần làm lúc này là lựa chọn cho mình một bộ suit kẻ, hoặc những thiết kế kẻ – khi vẫn còn kịp.





Valentino



Canali



Valentino



Dior Homme



Belstaff



Neil Barrett



Balmain

MILITARY INSPIRED

Có thể nói cảm hứng quân đội là một trong những cảm hứng chủ đạo của các nhà mốt nam giới mùa này. Thực tế đây là một trong những lựa chọn an toàn của các nhà thời trang. Thậm chí ngay cả trong mùa mốt sau, mùa mốt Thu – Đông 2016 bạn cũng sẽ vẫn thấy sự quay trở lại đầy chiến lược của xu hướng này. Với những hoạ tiết tôn lên vóc dáng khoẻ mạnh cho các chàng trai, những thiết kế của các nhà mốt đình đám như Balmain, Valentino, Belstaff... đã biến các sản phẩm thành những cuộc diễu binh, tập trận đích thực. Có chăng những thứ thiếu chỉ là tiếng kèn trumpet!





# BEYOND THE BLACK

PHOTO : MILOR TRẦN  
MAKE UP : QUÂN NGUYỄN  
HAIR : PU LÊ  
STYLIST : MÌ GÓI  
MODEL : HH PHẠM HƯƠNG  
FASHION: KATE BY CHÂU PHẠM,  
COAT, KAREN MILLEN, BCBG







































# Stylist

## Kẻ đánh thức VẺ ĐẸP TIỀM ẨN

Một stylist giỏi là một stylist hiểu rõ “thân chủ” của mình để đưa ra những lựa chọn hoàn hảo nhất. Còn một “thân chủ” thông minh là một “thân chủ” lựa chọn được một stylist tốt nhưng không hoàn toàn phó mặc hình ảnh của mình cho họ!

Lê Thảo





**S**tyling (hay tạo kiểu, tạo phong thái) là ngành công nghiệp và là nghệ thuật lựa chọn trang phục cho người khác (hoặc thậm chí là cho chính bản thân bạn). Dù khách hàng của bạn là những nam hay nữ diễn viên, ngôi sao truyền hình, người mẫu hoặc bất kỳ ai có đủ khả năng chi tiền để mua dịch vụ (từ những chuyên gia trong lĩnh vực này), không ai có thể phủ nhận tầm quan trọng của các stylist. Một ví dụ điển hình? Trước khi trở thành nhà thiết kế thời trang với thương hiệu riêng, Rachel Zoe là một stylist. Và cô quyền lực tới mức có thể tới bất kỳ cửa tiệm nào ở New York lựa chọn những món đồ phù hợp cho những khách hàng là các ngôi sao của mình để mang về.

### QUYỀN LỰC CỦA KẺ ĐỨNG TRONG BÓNG TỐI

Có thể nói, trên thế giới hay ở bất kỳ ngành công nghiệp showbiz của quốc gia nào, stylist luôn đóng một vai trò quan trọng. Sự thành công của những ngôi sao như Lady Gaga, Beyonce, tất cả

đều có sự đóng góp thâm lặng của những stylist hạng sao như Marni Senofonte (stylist của Beyonce); hay Mel Ottenberg (stylist của Rihanna) hay Anna Trevelyan (người đã chọn cho Rihanna chiếc đầm của Tommy Hilfiger trong bản *Work*); hoặc Virgil Abloh (nhà thiết kế của Off-White) hay Ian Connor (đều là stylist của Kanye West), hay Brandon Maxwell (stylist của Lady Gaga).

Không khó để hiểu tại sao các stylist hạng sao lại có một tầm quan trọng tới vậy trong ngành công nghiệp showbiz này. Bạn sẽ không khó để bắt gặp những bức ảnh Kanye West được chụp khi ở cạnh Virgil Abloh và 02 người có lối vận trang giống nhau như 02 anh em. Hay cái tên Marni Senofonte thì dù tới 06/02/2016 mọi người mới bắt đầu biết nhưng thực tế thì cô đã là stylist riêng của Beyonce từ năm 2007. Cô cũng là người lựa chọn cho Beyonce những thiết kế mới nhất của Gucci, Alessandra Rich, Zimmermann, DylanLex và rất nhiều cái tên khác dù rằng những thiết kế này phải chờ tới 06 tháng sau mới được mang tới các store. Cô còn là người lựa chọn cho Beyonce chiếc áo jacket phong cách quân đội với khuy tán dát vàng. Đây là lời gợi nhắc và tôn vinh của cô với ông hoàng nhạc Pop, Michael Jackson.





## ĐUỐI ÁNH HÀO QUANG CỦA NHỮNG NGÔI SAO

Phải nói rằng quyền lực vô hạn này của các stylist một phần tới từ chính các ngôi sao mà họ vận trang phục. Các ngôi sao đặt niềm tin vào họ, cho phép họ lựa chọn trang phục của các hãng để các ngôi sao xuất hiện cùng. Với một số ngôi sao, đây chỉ là cơ hội đẹp hơn. Còn với các hãng đây là cơ hội được xưng tụng và biết đến bởi hàng triệu triệu người. Một điều nhảy “khoe khéo” của Drake với hơn 800 triệu lượt view trên Youtube đủ để biến Moncler thành một thương hiệu mà mọi người đều biết tới. Khi lựa chọn việc để cho các stylist phối đồ, các ngôi sao đã đặt trọn niềm tin của họ vào khả năng, sự sáng tạo, sự kỹ tính cũng như kiến thức thời trang của các stylist. Các thương hiệu thời trang hiểu điều này, họ đều muốn được các stylist lựa chọn làm thương hiệu để ngôi sao đồng hành. Và đây chính là lý do khiến một số hãng đã chọn cách “lobby” các stylist để “những người ở trong bóng tối” này chọn đồ cho các sao.

Tất nhiên, cũng không thể phủ nhận việc có những stylist thực sự thành công và có tầm ảnh hưởng tới mức họ được các hãng mời hợp tác trực tiếp. Một cái tên điển hình trong số này là Lotta Volkova. Cô là người được các hãng như Vetements lựa chọn để hợp tác, Balenciaga. Tờ FT thậm chí khẳng định, quyền lực của Volkova “không phải tới từ những celeb mà cô hợp tác, mà tới từ chính những show diễn mà cô tham gia.” Trong những trường hợp này, chính Volkova là một ngôi sao thực sự. Cô toả sáng và không kém cạnh bất kỳ người mẫu hoặc ngôi sao âm nhạc nào.





## SAO VÀ STYLIST: SỰ KẾT HỢP KHÔNG THỂ TÁCH RỜI

Nhưng những cái tên như Lotta Volkova vẫn chưa phải là đa số. Ngành công nghiệp này vẫn cần phải dựa vào ánh hào quang của những người nổi tiếng và các ngôi sao. Một tờ tạp chí chuyên về tài chính và kinh doanh của Mỹ đã khẳng định một trong những người được lợi nhất qua bản Hotline Bling của Drake trên Youtube là hãng Moncler. Chiếc áo phao đồ với giá \$1.150 mà Drake mặc đã nhanh chóng trở thành hiện tượng khi chỉ sau có 24 tiếng, doanh số của hãng đã tăng gấp đôi. Hay khi Rihanna “tweet” một bức ảnh cô chụp với một chiếc tai nghe của Dolce & Gabbana với giá trên \$9.000, ngay ngày hôm sau, hãng đã bán hết sạch hàng. Hay khi Chris Gelnas vận trang phục cho một người mẫu trên America Vogue, doanh số của hãng cũng đã tăng đột biến. Và nguyên nhân thì có lẽ tới từ việc người mẫu đó là Kendall Jenner. Chiếc váy này về sau thậm chí được nhà thiết kế đặt tên là Kendall.

Cũng không thể phủ nhận vai trò của chính những ngôi sao trong mối quan hệ hợp tác giữa sao và stylist. Theo Brandon Maxwell thì Lady Gaga “biết chính xác thứ mà cô ấy muốn” và việc của anh là đáp ứng mong muốn đó. Hay mặc dù nhận sự hỗ trợ của một ekip nhưng đừng quên rằng Kanye West cũng là người có gout ăn mặc rất riêng. Anh hiểu rất rõ vị trí của mình trên thị trường. Việc của anh là tìm được những người đồng quan điểm, hiểu anh và giúp anh hoàn thiện hình ảnh của mình. Một sự kết hợp hoàn hảo luôn mang lại những kết quả hoàn hảo. Còn một kết hợp sai lầm sẽ dẫn tới một thảm họa.

Mọi người vẫn nói tới những trường hợp như mặc sai Dress Code, hoặc mặc đồ đẹp nhưng không phù hợp với cá tính của mình. Điều này hoàn toàn có thể diễn ra bởi nếu một stylist không có một kiến thức vững về thời trang họ sẽ không thể giúp cho một ngôi sao có được trang phục đúng chủ đề. Chẳng hạn một chiếc đầm phong cách New Look sẽ thật phù hợp với chủ đề là những năm 1940 hoặc Postwar nhưng nó sẽ không phù hợp lắm cho chủ đề Digital Age. Hay tương tự một chiếc slip dress là lựa chọn hoàn hảo cho chủ đề 1990s nhưng nếu lựa chọn trang phục cho 1960s, thứ bạn cần lại là một chiếc váy mini skirt của Mary Quant. Vậy nên, một ngôi sao chỉ nên nhờ tới sự hỗ trợ của một stylist đủ chuyên nghiệp và thực sự có kiến thức.

Tệ hơn nữa là các “cố sự” xuất phát từ việc lựa chọn đồ của stylist. Và không phải cứ stylist hạng sao là luôn có thể đảm bảo công việc của mình thật hoàn hảo. Điển hình của trường hợp này là việc chiếc áo choàng Armani do stylist Akerlund (người từng làm việc với Beyonce và những cái tên nổi tiếng khác) lựa chọn cho Madonna đã khiến biểu tượng này bị ngã khi đang biểu diễn trong chính lễ trao giải Brit Awards 2015. Theo Madonna việc cô bị ngã là do chiếc áo đã bị buộc quá chặt.

Vậy nên mới nói stylist là người đánh thức vẻ đẹp tiềm ẩn của các ngôi sao nhưng không phải vì vậy mà bạn có thể hoàn toàn phó mặc danh tiếng và hình ảnh của mình cho một ai đó. Bạn sẽ vẫn cần có những lưu tâm đặc biệt tới những lựa chọn của các chuyên viên stylist. Chỉ khi đó hình ảnh của một ngôi sao mới được đảm bảo và mới có thể tới được với công chúng theo hướng phù hợp và an toàn nhất.







## ► VERTU

Vertu, nhà thiết kế và sản xuất điện thoại di động cao cấp và sang trọng hàng đầu thế giới, chính thức đưa ra thị trường ba phiên bản Bespoke độc đáo dành riêng cho thị trường Việt Nam. Các mẫu được chế tác dựa trên thiết kế đặc trưng của Signature S với những chi tiết mang đậm tính biểu tượng của Vertu. Các thiết kế độc quyền dành riêng cho thị trường Việt Nam gồm các màu Black Ceramic, Red Gold Clous De Paris, và sự kết hợp của thép không gỉ và vàng đỏ. Phần nắp gôm và gối đệm của thiết bị được chính các nghệ nhân chế tác công phu như là một điều vô cùng đặc biệt mà Vertu dành riêng cho bộ sưu tập này tại Việt Nam, đi theo từng thiết bị là một bao da đen sang trọng. Thời điểm ra mắt các sản phẩm mới bắt đầu từ tháng 6/2016.



## ► SUPREMYA BALM

Tháng 7 từng bừng nhận ưu đãi khủng từ Sisley - thương hiệu mỹ phẩm cao cấp hàng đầu thế giới, các Sisley fans đừng bỏ lỡ cơ hội tuyệt vời này nhé. Từ ngày 01 đến 30 tháng 7, khi mua bộ set Supremya Balm có giá 14.100.000đ, quý khách sẽ được tặng 1 sản phẩm làm sạch full size trị giá 2.603.333đ. Hãy đến ngay cửa hàng Sisley gần nhất để tận hưởng niềm vui và các ưu đãi vô cùng hấp dẫn dành riêng cho các quý cô Sisley trong tháng 7 này nhé.

## ► KORLOFF NOIR

Ngày 1/7/2016, trong khuôn khổ sự kiện đặc biệt hợp tác cùng Rolls-Royce dành riêng cho một số lượng rất ít khách hàng "siêu VIP" của cả hai thương hiệu, hãng Korloff đã quyết định mang viên kim cương đen huyền thoại Korloff Noir tới Việt Nam. Được biết đây là lần đầu tiên và cũng có thể là duy nhất viên kim cương đen với trọng lượng lên tới 88 cara này có mặt tại Việt Nam bởi Korloff Noir là linh hồn, là biểu tượng và là lá bùa may mắn của gia đình Paillasseur và tập đoàn Korloff. Tại Việt Nam, Công ty CPTM Sản xuất & Dịch vụ Mặt Trời Vàng (Golden Sun) là đơn vị phân phối tất cả các sản phẩm mang thương hiệu Korloff. Boutique duy nhất của Korloff nằm tại tầng 2, Tràng Tiền Plaza, Hà Nội.







## ► ROLLS-ROYCE MOTOR CARS

Rolls-Royce Motor Cars vừa cho ra mắt dự án có tên The Future of Luxury với thế giới, cùng với chiếc xe Rolls-Royce VISION NEXT 100 (mã dự án 103EX) là mẫu xe mô phỏng đầu tiên trong bộ sưu tập “Vision Vehicle” của hãng. Rolls-Royce VISION NEXT 100 thể hiện những “hoài bão” trong tương lai đối với một chiếc xe siêu sang thực thụ, có khả năng xuất hiện từ năm 2040 trở đi. Đây sẽ là một trải nghiệm hoàn toàn cá nhân hoá theo đúng chất Rolls-Royce, bên dưới một thiết kế xứng đáng tôn vinh đẳng cấp cho những chủ nhân tương lai này.



## ► BMW SERIES 3 PHIÊN BẢN 100 NĂM

Nhân dịp kỷ niệm 100 năm thành lập tập đoàn BMW, công ty Euro Auto mang đến khách hàng mẫu xe BMW Series 3 phiên bản 100 năm (dành riêng cho khách hàng Việt Nam) được trang bị tổng hợp đầy đủ các tiện nghi và an toàn, thể hiện sự ưu việt của dòng sedan hạng sang vốn được giới doanh nhân trẻ yêu thích nhất. Các trang thiết bị gồm có Hệ thống dẫn đường chuyên nghiệp Business Navigation System (lần đầu tại Việt Nam); Chức năng hiển thị thông tin trên kính chắn gió (Head-up display); Mâm hợp kim 17-inch nan chữ V; Màn che nắng cho cửa sổ sau hai bên. Giá bán (bao gồm VAT) phiên bản tiêu chuẩn: 1.468 triệu VNĐ; phiên bản 100 năm: 1.658 triệu VNĐ.



## ► PORSCHE

Ngày 28/06/2016, Porsche đã tổ chức lễ ra mắt thế giới cho dòng xe Panamera hoàn toàn mới tại Berlin với màn trình diễn ngoạn mục của ánh sáng, âm nhạc và vũ đạo. Hơn 300 đại diện giới truyền thông quốc tế – cũng như các khách mời bao gồm các chính trị gia, doanh nhân, ngôi sao thể thao và các nhà hoạt động xã hội – lần đầu tiên được chiêm ngưỡng thế hệ thứ hai của dòng xe Gran Turismo, mẫu xe được thiết kế lại một cách toàn diện. Porsche Panamera mới hòa hợp hai đặc điểm tương phản hơn bao giờ hết: thế hệ mới vừa cung cấp hiệu suất vượt trội của một mẫu xe thể thao vừa kết hợp với sự thoải mái của một chiếc saloon sang trọng.

## ► JAGUAR LAND ROVER VIỆT NAM

Từ 10/07/2016 đến 31/07/2016, UK Auto thực hiện chương trình ưu đãi bảo dưỡng và thay thế phụ tùng chính hãng dành cho các dòng xe Jaguar và Land Rover trên phạm vi toàn quốc. Chương trình ưu đãi được áp dụng dành cho khách hàng hiện đang sở hữu dòng xe Jaguar hoặc Land Rover sẽ được hưởng mức chiết khấu từ 10% đến 20% đối với một số các linh kiện phụ tùng chính hãng; đồng thời được miễn phí hoàn toàn chi phí công thay thế, lắp đặt cho những linh kiện phụ tùng đó.





# Graceful Moves

MODEL: SANDY DOAN  
MAKEUP: NICOLE NGUYEN  
STYLIST: NHUNG KIKO  
PHOTOGRAPHER: JAMES DINH  
FASHION: 21SIXFASHION

























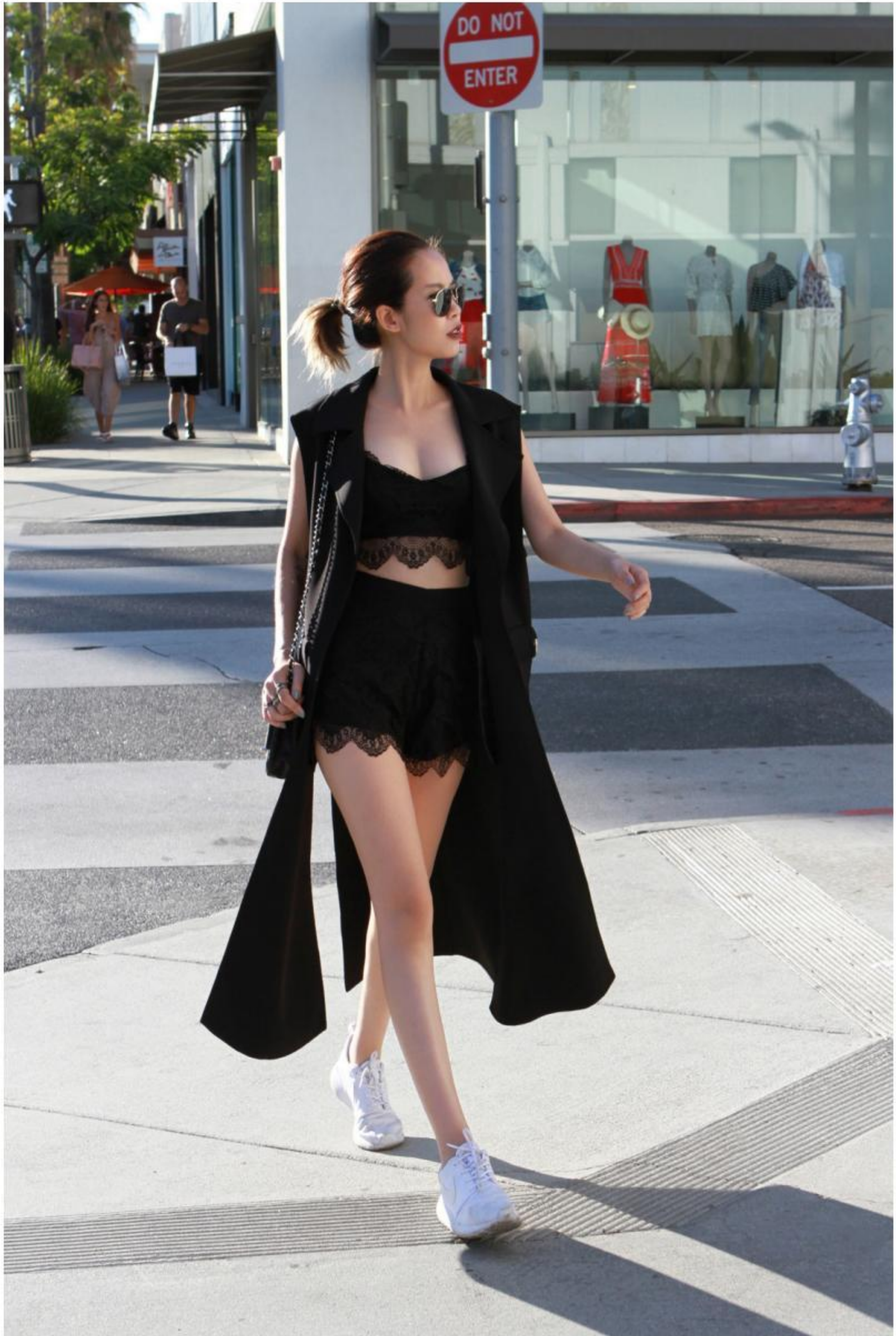














## ► THE FACE VIỆT RA MẮT 3 BỘ HÌNH THỜI TRANG

Lan Khuê ra mắt bộ ảnh mang tên “West & Wild”, với sự kết hợp của nhiếp ảnh gia Trí Nghĩa và stylist Hensi Le. Cô và các “ngựa chiến” đều diện lên mình những chiếc áo bra thể thao hay bodysuit ôm sát đường cong đồng thời khoe đôi chân thon dài. Làn da nâu cùng mái tóc ướt càng làm tăng thêm sức quyến rũ cho từng thành viên.

Đội của Hồ Ngọc Hà lại lại hướng tới sắc thái tình khôi và mong manh của thời trang. Tất cả các thành viên của đội đều khoác lên mình trang phục mang tông trắng dịu dàng, gợi cảm. Bộ ảnh thời trang của đội Phạm Hương chỉ xoay quanh hai màu sắc trắng và đen, tạo cảm giác sang trọng, đài các và quyến rũ.



## ► GIÁM KHẢO NEXT TOP MODEL XUẤT HIỆN ĐẦY ẮN TƯỢNG TRONG BỘ ẢNH MỚI

Các giám khảo người mẫu Thanh Hằng, nhiếp ảnh gia Samuel Hoàng, nhà thiết kế Lý Quý Khánh và Giám đốc Sáng tạo Hà Đỗ vừa thực hiện bộ hình chính thức cho Vietnam's Next Top Model mùa 7 theo phong cách punk rock. Với cách trang điểm môi màu tím đậm đang hot hiện nay và cách tạo kiểu tóc đánh rối phồng xen kẽ những light tóc màu sắc, cùng những chiếc khuyên và piercing được đính trên gương mặt mỗi giám khảo để tăng tính punk rock của bộ hình, có thể nói đây là những tạo hình ấn tượng nhất mà người hâm mộ “Vietnam's Next Top Model” từng thấy ở bộ tứ quyền lực của chương trình.

## ► MÂU THỦY XUẤT HIỆN TRÊN BÌA TẠP CHÍ THỜI TRANG MACAU

Quán quân Vietnam's Next Top Model mùa thứ tư vừa xuất hiện trên bìa tạp chí Essential tại thị trường thời trang Macau. Cô diện bộ váy vàng đồng xẻ ngực chữ V, trang điểm nhấn vào cặp chân mày “sâu róm”. Ngoài xuất hiện trên bìa, Mâu Thủy còn được lên 10 trang báo bên trong với những trang phục đắt giá. Buổi chụp hình được thực hiện tại Nha Trang thông qua công ty quản lý của cô tại Việt Nam. Hiện Mâu Thủy đang làm việc tại công ty quản lý Wilhermina ở Mỹ.





## ► MINH TRIỆU LÀM VEDDETE BST SEXY KILLERS CỦA NTK ĐỖ LONG

Trong bộ sưu tập Sexy Killers (Những sát thủ gợi cảm) của stylist Đỗ Long ra mắt tối 16/6, Minh Triệu được chọn là vedette kết màn. Cô bước ra sàn catwalk với bộ đầm xuyên thấu, phần khung đính đá và pha lê. Đỗ Long chia sẻ anh mất nhiều tháng cùng số tiền vài trăm triệu để chuẩn bị cho 25 thiết kế được trình diễn trong Đêm hội chân dài. Anh cũng mời dàn người mẫu Next Top như Hằng Nguyễn, Thu Hiền, Phan Linh, Đỗ Hà, Cao Thiên Trang, Nguyễn Thị Hợp... trình diễn. Đây là cột mốc đánh dấu sự chuyển đổi của anh từ vị trí stylist sang nhà thiết kế cho làng mốt Việt.



## ► JESSICA MINH ANH CATWALK TRÊN DU THUYỀN Ở SÔNG SEINE

Với chủ đề các sản phẩm thời trang trên mặt nước, show J Summer Fashion Show 2016 của người mẫu gốc Việt giới thiệu 7 bộ sưu tập cao cấp của các nhà mốt thế giới. Những kỳ quan về kiến trúc như tháp Eiffel, nhà thờ Đức Bà và 37 cây cầu đã trở thành phòng nền tự nhiên cho sàn catwalk độc đáo này. J Summer 2016 đánh dấu show diễn thành công thứ 14 của Jessica Minh Anh kể từ khi cô tổ chức sản phẩm thời trang tại cầu Tháp London. Minh Anh thu hút sự chú ý của làng mốt thế giới với những sân khấu được dàn dựng công phu. Hiện cô bắt đầu lên kế hoạch cho show diễn tiếp theo tại Mỹ.

## ► TRANG KHIẾU TRÚNG SHOW Ở ITALY

Sau khi xuất hiện trong buổi giới thiệu bộ sưu tập của Roberto Cavalli, Trang Khiếu tiếp tục diễn cho Marcelo Burlon County of Milan vào ngày 20/6 tại Milan Men's Fashion Week Xuân Hè 2017 (hay Milano Moda Uomo Xuân Hè 2017). Cô cho biết show diễn của Marcelo Burlon County of Milan có hơn 50 người mẫu với gần 70 mẫu thiết kế. Bên cạnh đó, Trang Khiếu còn xuất hiện trong buổi trình diễn của hãng Mason's. Đây là thương hiệu của Italy thành lập từ năm 1970. Sau đó, cô catwalk trong một số show tại các đại học chuyên ngành thời trang như Polimoda International Institute of Fashion Design and Marketing ở Florence và Istituto Secoli tại Milan.







## ► ALEXA CHUNG RA MẮT THƯƠNG HIỆU RIÊNG?

Chúng ta đã biết “nàng thơ” của làng thời trang thế giới này qua rất nhiều hợp tác với những cái tên như M&S, AG Jeans, Madewell và thậm chí là hợp tác với Mulberry cho ra mắt mẫu túi Alexa vào năm 2009. Được biết, cô gái vàng của làng thời trang này sẽ ra mắt thương hiệu riêng, có tên Alexachung. Và được biết thương hiệu này đã ra mắt vào tháng 05/2016 vừa rồi. Alexa Chung chia sẻ, đối tượng cô hướng tới là những người phụ nữ năng động, có cuộc sống sôi động, những người sẽ đi lại nhiều. Do đó, cô sẽ không đưa ra một mức giá cho sản phẩm của mình là “crazy high” “cao tới phát khùng”. Hiện nay, bạn có thể mua những thiết kế của người phụ nữ quyền lực của làng thời trang này ở các trung tâm mua sắm như MyTheresa, Galeries LaFayette, Selfridges hoặc mua trực tuyến tại Matchesfashion.com.



## ► BREXIT VÀ ẢNH HƯỞNG THỜI TRANG

Việc Anh rút khỏi châu Âu là một tin buồn đối với các nhà thiết kế thời trang của đất nước này. Các đại diện của ngành công nghiệp đóng góp khoảng 28 tỷ bảng, thuê mướn lên tới 880.000 người (trong các lĩnh vực từ sản xuất tới bán lẻ) cho biết đã có gần 500 nhà thiết kế (tương đương với khoảng 90%) khi được phỏng vấn đã trả lời rằng họ bỏ phiếu để nước Anh ở lại. Ngay chính nhà thiết kế Paul Smith cũng xác nhận là ông “đã rất ngạc nhiên trước kết quả trưng cầu dân ý”. Hiệp sỹ của làng thời trang Anh khẳng định: “Không cần hỏi cũng biết tôi là một người trung thành với châu Âu. Từ năm 1976 tới nay, tôi luôn trình diễn các bộ sưu tập của mình ở Paris, mua vải từ Ý hoặc từ nơi nào đó ở châu Âu.” Tuy nhiên, điều đáng nói là chính nhờ sự suy yếu của đồng bảng mà những lo lắng của Burberry đã phần nào được giảm bớt trong thời gian ngắn. Tuy nhiên, xét trên đường dài, việc rút chân khỏi châu Âu sẽ là gánh nặng cho thời trang Anh.



## ► JESSICA ALBA HỢP TÁC VỚI DL1961

Ngôi sao của Fantastic Four mới đây đã chia sẻ cảm hứng của cô cho dòng sản phẩm đồ jeans mới với thương hiệu DL1961. Cô cho biết: “Cảm hứng của tôi luôn là Cindy Crawford”. Với hợp tác của cô với DL1961, cô sẽ ra mắt 18 thiết kế đồ jeans cho mọi người phụ nữ. Được biết, để đáp ứng yêu cầu thiết kế của mình sẽ có thể làm hài lòng “mọi phụ nữ” cô đã nhờ tới những người bạn thân và hỏi xin ý kiến của họ về những thiết kế này. Các thiết kế này theo chính Alba khẳng định thì nó sẽ giúp mỗi người phụ nữ có được sự thoải mái nhất dù rằng một số mẫu là những chiếc quần skinny.





## ► FENDI COUTURE FALL - WINTER 2016

Tham dự tuần lễ thời trang Haute Couture Fall – Winter 2016, thương hiệu thời trang tới từ đất nước hình chiếc ủng đã để lại những dấu ấn khá đặc biệt. Cụ thể, thương hiệu này đã thuê riêng những chiếc chuyên cơ để chở khách từ Paris tới Rome để xem show. Show diễn của Fendi được tổ chức với backdrop là đài phun nước Trevi. Trước khi diễn show một ngày, ngài Karl Lagerfeld đã thực hiện những bức ảnh chụp nàng muse của mình, Kendall Jenner trong những thiết kế Couture tại chính nơi này. Được biết, bên cạnh Kendall Jenner, tham gia trình diễn show còn có một danh sách dài những cái tên là các ngôi sao của làng thời trang như Bella Hadid, Ruth Bell, Mica Arganaraz, Yasmin Wijnaldum, and Molly Bair.

## ► HAUTE COUTURE VÀ COKE?

Ý tưởng không tồi này là của thương hiệu Viktor & Rolf trong show diễn Couture Fall-Winter 2016 vừa qua. Có thể nói sự kết hợp của một thương hiệu thời trang Couture với giá mỗi sản phẩm lên tới hàng chục ngàn đô và những biểu tượng của đại chúng như Coke là điều rất ít người nghĩ tới. Tuy nhiên đây cũng là điều chúng ta từng thấy với các tác phẩm nghệ thuật hội họa Pop Art khi mỗi sản phẩm/tác phẩm có giá tới trăm ngàn đô. Sự kết hợp này xét trên một góc độ nào đó cũng giống như điều chúng ta từng thấy ở sự kết hợp của Jeff Koons với thương hiệu champagne Dom Pérignon hay Takashi Murakami với Louis Vuitton. Điểm thú vị của sự kết hợp này là việc làm mờ các đường biên giới giữa nghệ thuật và những giá trị thương mại.



## ► PIERRE CARDIN COUTURE COLLECTION



Pierre Cardin, cây đại thụ của làng thời trang này đã thêm một lần nữa không làm phụ lòng những người yêu mến thời trang khi giới thiệu bộ sưu tập Couture mới nhất của mình, bộ sưu tập Haute Couture cho mùa mốt Fall – Winter 2016 khi đã ở độ tuổi 94. Như vậy, ở độ tuổi này, ông là nhà thiết kế lớn tuổi nhất vẫn ra show – xét trên bất kỳ show diễn nào từ Couture tới Ready to Wear hay Resort. Nếu so với độ tuổi của ông, ngài Karl Lagerfeld vẫn còn rất trẻ và sẽ vẫn có thể cống hiến nhiều cho ngành công nghiệp.



# ALLURE GAME

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



Chiara Scelsi trong show diễn của Chanel SS 2016



# BUỘC TÓC KIỂU VALENTINO

Bên cạnh váy áo, kiểu tóc luôn là thứ giới mộ điệu hào hứng ngóng chờ trong mỗi show trình diễn của Valentino. Với bộ sưu tập Haute Couture mới nhất của mình, nhà mốt lừng danh đã chứng tỏ đẳng cấp tạo xu hướng với cách buộc tóc lấy cảm hứng từ thời Roman. Những cô gái Valentino trông mới vui tươi, thanh nhã, và độc đáo cùng mái tóc được chải mượt, rẽ ngôi giữa, buộc túm gáy. Tiêu điểm chính là viên tóc được buộc lại bằng những sợi vàng mảnh, khuôn mặt cô gái vì thế thêm đầy nét thoát tục kiêu sa. Theo dự đoán của các chuyên gia thời trang, các cô dâu chắc chắn không bỏ qua kiểu tóc này cho ngày trọng đại của mình!



## TINH DẦU HOA TANSY: cứu tinh cho làn da

Được mệnh danh là siêu sao mới nổi trong làng mỹ phẩm thiên nhiên, tinh dầu của loài hoa đến từ miền Bắc Phi này thực sự là thứ bạn tìm kiếm nếu trót đang khổ sở vì làn da quá nhạy cảm, hoặc quá khô ráp trong ngày hè này. Tinh dầu hoa tansy được rĩ tai trong giới làm đẹp là bảo chứng giúp tăng độ ẩm cực kì cho da, làn cân bằng các sắc tố da, và làm dịu nhẹ tình trạng da bị kích ứng. Vì thế, các nhãn mỹ phẩm thiên nhiên đua nhau sáng tạo các công thức chứa loại tinh dầu này cho kem mắt, kem mặt, kem tẩy da chết, kem dưỡng thể. Style xin gợi ý cùng bạn một vài sản phẩm đang hot dùng tinh dầu hoa tansy nhé:

Kem dưỡng ẩm cho da mặt của The Blue Cocoon; Kem dưỡng ẩm cho cả mặt và môi của Kahina; Mặt nạ Laurel Facial Mask in Gentle.

## CHĂM LO GÓT NGỌC

Sau những ngày hè say mê chân trần tung tăng trên cát nóng, chắc các nàng đang hối hả tìm cách lấy lại sự mịn mượt cho làn da chân của mình. Style sẽ gợi ý vài sản phẩm chăm da chân đang nổi nhé. Kem Kenzoki Fantasma có chiết xuất từ quả bơ cupuacu là liệu thuốc tuyệt vời cho làn da chân thô ráp. Chai Captain Blankenship chứa tinh dầu cúc vạn thọ và dầu hạt ca cao lại cực kì hiệu nghiệm để phục hồi những ngón chân mệt mỏi của bạn. Hoặc hãy để kem tinh dầu long não của Santa Maria Novella, kem tinh dầu lavender trộn wax tổ ong của Susanne Kaufmann, hay kem dầu dừa và dầu alovera của Burt's Bees mang lại sự mịn màng và thư giãn cho đôi chân của bạn.





Có vẻ như cuối cùng thì Học thuyết Sơn môi đã sai – tất nhiên, chẳng phải bởi chứng minh của bất kỳ tiến sỹ kinh tế nào. Đó chỉ là bởi trong mùa hè, một đôi môi đánh kỹ không phải lúc nào cũng là một lựa chọn thông minh. Vogue thậm chí tuyên bố: “Một đôi môi đánh đậm trong mùa hè là một tội ác.” Lý do rất đơn giản bởi trong mùa hè những công thức cream (kem bôi) truyền thống trong son thường đòi hỏi sự chú ý nhiều hơn và đó là chưa kể tới xu hướng tan chảy trong điều kiện nhiệt độ cao. Lời khuyên của chuyên gia trang điểm Daniel Martin là hãy chuyển qua những cây chì kẻ đường viền môi có hiệu ứng matte. Theo Daniel Martin, công thức của các cây chì kẻ viền môi khô hơn nên có độ bền lâu hơn so với những cây son.



Một sáng tạo vô cùng thú vị của nghệ sỹ trang điểm Lloyd Simmonds – người đồng thời cũng là Giám đốc Sáng tạo cho line hàng YSL Beauté. Được biết bộ sưu tập mascara này gồm 09 màu sắc khác nhau mang tinh thần “bright, brash, futuristic” – “rực rỡ, nổi loạn và vị lai” với cảm hứng tới từ những ngôi sao âm nhạc K-Pop, các cô gái trong các lễ hội và văn hoá của những người trẻ. Mỗi màu có thể dùng riêng hoặc kết hợp với các màu khác để mang lại những hiệu ứng bất ngờ. Ngoài ra, những cây mascara này được sản xuất dựa trên một công nghệ hoá lỏng cần tới 04 năm để phát triển. Sản phẩm đã bắt đầu xuất hiện trên thị trường từ tháng 05 vừa rồi.





 **DEBORAH**  
MILANO

**DD**  
**DAILY**  
**DREAM**  
**KEM NỀN**  
MỚI !

**KEM NỀN BẠN KHAO KHÁT,  
SỰ HOÀN HẢO BẠN MONG MUỐN.**

KEM NỀN ĐA NĂNG, GIÀU DƯỠNG CHẤT, CÔNG THỨC CẢI TIẾN CHO  
GƯƠNG MẶT BẠN SỐNG ĐỘNG CẢ NGÀY. LÀN DA MỀM MƯỢT VÀ TỎA  
SÁNG VÀO BUỔI TỐI. GIÚP CẢI TẠO BỀ MẶT DA.  
5 MÀU PHÙ HỢP VỚI CÁC TÔNG DA, SPF 15.

Hệ thống Parkson | Diamond | Maximark 3-2 | Lotte Q7 | Hệ thống AEON | Robins |  
Hệ thống Vinco | Garden Shopping Center | Indochina | Lotte HN | Nha Trang Center



Chịu trách nhiệm đưa sản phẩm ra thị trường: Công ty TNHH Một Thành Viên Mỹ Phẩm Quốc Tế Việt Y  
Địa chỉ: 214/19/26 Nguyễn Văn Nguyễn, P. Tân Định, Q1, TP.HCM  
Số giấy xác nhận nội dung quảng cáo Sở Y Tế TP.HCM: 1636/2016/XNQC - YTHCM

Deborah Milano     [deborahmilano.vn](http://deborahmilano.vn)

VỀ ĐẸP Ý ĐẦY ĐAM MÊ



## NUỐC BÔNG CHO TÓC MÂY

Bạn có biết bản chất cấu tạo của tóc là xốp, dễ thấm thấu? Tức là, độ lưu hương trên tóc sẽ luôn cao hơn trên da. Vì thế, những cô nàng sành điệu nhất thậm chí đã bỏ hẳn bước dùng nước hoa cơ thể và quay sang nước hoa chuyên cho tóc. Lựa chọn này của các cô nàng cũng một phần bởi các hãng mỹ phẩm đã tích hợp đưa thêm thành phần dưỡng ẩm, dưỡng chất chống tia UV và khả năng giữ màu cho tóc vào các chai hair fragrance của mình. Nghe cool chưa! Vậy, bạn còn chần chờ gì mà không làm người dẫn đầu xu hướng với những mùi hương cực chất cho mái tóc.

Để Style đưa ra gợi ý cho bạn nhé!

### *Victor & Rolf Flowerbomb Hair Mist*

Nổi chàng ngạo đầy chính là hương thơm sẽ biến nàng trở thành tâm điểm ở bất kỳ đâu nàng tới. Note hương hoa nhài, hoắc hương, hoa lan Nam Phi và hồng đậm đà, hòa quyện khiến sợi tóc bóng bẩy của nàng thêm phần thương nhớ.

### *Sachajuan Protective Hair Perfume*

Đúng như tên gọi, bên cạnh việc ủ tóc trong hương thơm ngọt ngào của các loại hoa trái như quả vải, đào, và hoa hồng, Sachajuan Protective Hair Perfume còn sở hữu khả năng thần thánh giúp phục hồi tóc hư tổn với dầu keratin và dầu tơ tằm được gia giảm tinh tế trong dung dịch nước hoa của mình.

### *Burberry Brit Rhythm Hair Mist*

Hương oải hương, hương hoa cam, và hương tiêu hồng được phối trộn khéo léo là bí mật của loại nước hoa. Cảm giác thu thái gần như lập tức đến ôm ấp lấy nàng sau lần xịt đầu tiên.

### *Frederic Malle Carnal Flower*

Nóng bỏng khiêu khích một cách kín đáo tinh khôi, Frederic Malle Carnal Flower là cách nàng nhẹ nhàng nhắn nhủ với người đối diện những thông điệp về mình. Tin rằng thông điệp về sự dịu dàng, nữ tính của nàng sẽ tới được với người cần đến khi nước hoa là một sự kết hợp vô cùng nhuần nhị của hương nhài tây và hương hoa huệ.

### *Balmain Silk Perfume*

Hãy tự dành tặng cho mình một chai nước hoa tóc của nhà mốt Pháp Balmain lung danh. Mái tóc nàng không chỉ thơm hương tinh khiết, mà còn bóng bẩy nhờ tinh dầu argan và protein chiết xuất từ tơ tằm được đưa vào khéo léo trong chai nước hoa này.



## CHANEL MAKEUP CREATION STUDIO Ra mắt bộ sưu tập Eyes Collection 2016

Với các mascara đa chiều, bộ tạo dáng lông mày, phấn và kem màu cho mắt, bộ sưu tập Eyes Collection 2016 của Chanel có vẻ như đáp ứng hoàn hảo tất cả những gì mà “500 chị em” sẽ cần.

Trong đó mascara Dimensions de Chanel được sinh ra để dành riêng cho những người phụ nữ luôn kiếm tìm sự hoàn hảo đến từng chi tiết cho đôi mắt. Khi chải lên, hàng mi sẽ vươn dài, cong vút tinh tế với độ dày cân đối.

Thành phần chứa các chất kỵ nước cho phép mascara không bị ẩm ướt, đảm bảo khả năng giữ màu tối đa cho đôi mắt hoàn hảo suốt ngày dài. Đáng yêu hơn nữa khi công thức chứa chiết xuất lupin giàu axit peptit, vi chất dinh dưỡng và vitamin không chỉ nuôi dưỡng mà còn tạo điều kiện để tăng cường vẻ đẹp cho làn mi.

La Palette Sourcils de Chanel với bộ đôi phấn mắt Naturel và Brun sẽ cho hàng lông mày tinh tế. Mỗi hộp phấn gồm 2 màu cơ bản được thiết kế hoàn chỉnh gồm một nhíp nhỏ giúp tạo dáng lông mày, cọ chải và một cọ kẻ mắt để tô điểm.



# artèxo

## VŨ ĐIỆU MƯA!

THIÊN NHIÊN, NGUỒN DINH DƯỠNG LỚN NHẤT CHO VẠN VẬT, TRUYỀN NHỰA SỐNG CHO CỎ CÂY. 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 LÀ NGUỒN CUNG CẤP DƯỠNG CHẤT LỚN NHẤT CHO CÂY CỐI.

NẾU THIÊN NHIÊN ĐƯỢC MƯA ĐÁNH THỨC THÌ MÁI TÓC ĐƯỢC PHỤC HỒI ĐỘ ẨM VÀ SINH LỰC ĐÁNG KINH NGẠC NHỜ RAIN DANCE.

RAIN DANCE, BẢN GIAO HƯƠNG ÊM ÁI CHIẾT XUẤT TỪ NHIÊN QUÝ HIẾM: TINH DẦU TSUBAKI, ARGAN, CAMELLIA, PROTEIN TƠ TẦM GIÚP MÁI TÓC KHỎE, BÓNG SÁNG VÀ MỀM MẠI.

HÃY CHỨNG KIẾN MÁI TÓC MÌNH: THỰC SỰ TƯƠI MỚI VÀ HOÀN HẢO!

# RAIN DANCE



Made in Italy





## YÊU LẮY ĐÔI MÔI

### Dưỡng ẩm và kem nền

Thoa một lớp son dưỡng lên môi, ít nhất 15 phút trước khi đánh son màu. Có thể dùng kem che khuyết điểm hoặc BB nếu môi bị thâm. Nên thêm một chút kẻ chì viền môi cho đôi môi sắc nét, gọn gàng hơn.

### Tẩy tế bào chết 1-2 lần/tuần cho môi:

Cách đơn giản nhất là trong lúc đánh răng, hãy dùng bàn chải và lớp bọt nhẹ nhàng lấy đi lớp tế bào chết. Một cách dễ dàng khác là trộn hỗn hợp đường nâu và mật ong, thoa đều lên môi và rửa sạch lại vào sáng hôm sau.

### Dưỡng ẩm và cải thiện màu môi

Nước cốt chanh có tác dụng tẩy màu thâm và làm hồng môi, còn mật ong vào chanh sẽ giúp môi mềm mịn và sáng màu. Trộn hỗn hợp này với nhau và đắp lên môi thực hiện hàng ngày trong 10 ngày, bạn sẽ thấy kết quả rõ.

## LỊCH SỬ NHIỀU BIẾN ĐỘNG

Từ 4500 năm trước, son môi đầu tiên trên thế giới đã xuất hiện tại Mesopotamia (nay là Iraq) dưới dạng những viên đá quý đã được nghiền nhỏ và trang trí trên môi của những người phụ nữ. Vào năm 2000 TCN - 100 SCN, người Ai Cập cổ đã nghiền những con bọ cánh cứng để làm nguyên liệu cho son, đôi khi họ còn chiết xuất ngọc trai hay vẩy cá để tạo nên hiệu ứng bắt sáng cho đôi môi. Nữ hoàng Cleopatra nổi tiếng rất ưa chuộng loại son này. Son môi cũng từng được coi là biểu tượng của sự quyến rũ và giàu có trong xã hội Ai Cập. Tuy nhiên, vào thời kì trung cổ, son môi được coi là biểu tượng của quỷ Satan, bị cấm sử dụng bởi đạo Thiên Chúa giáo. Bất cứ ai thoa son thì đều bị coi là phù thủy và bị trừng phạt.





napla®



bijouroi  
BIJOUROI

BIJOUROI mang trong mình tinh dầu hổ phách tự nhiên, giúp mái tóc chắc khỏe rạng ngời!

CÔNG TY TNHH XUẤT NHẬP KHẨU & THƯƠNG MẠI AN PHƯƠNG

36B Lý Nam Đế, Hoàn Kiếm, Hà Nội

0973 872 219

napla.vn

napla@anphuong.com.vn



# Lễ ra mắt chính thức thương hiệu TRICOL/BIOSKY tại VIỆT NAM

Khoảnh khắc giao thoa giữa sắc màu và nghệ thuật

Với sự chuẩn bị kỹ lưỡng từ đội ngũ marketing của công ty TNHH TM&DV Mỹ Phẩm Thiên An và sự sát sao, đóng góp ý kiến từ ban lãnh đạo, lễ ra mắt thương hiệu Tricol/Biosky sau hơn 02 tháng chuẩn bị đã diễn ra thành công rực rỡ.



Chuyên gia chụp hình lưu niệm



Đón khách

Thiên An đã để lại trong lòng giới mộ điệu những ấn tượng sâu sắc về một buổi lễ ra mắt sản phẩm đẳng cấp và vô cùng thời thượng. Bên cạnh đó, với những chuyên gia tóc của Việt Nam thì đây cũng là một buổi chia sẻ và tiếp thu những kiến thức hoàn toàn mới và quý giá về ngành tạo kiểu tóc. Đặc biệt hơn cả vẫn là những phần chia sẻ kiến thức của các chuyên gia tới từ nước Ý với những kiểu đầu và cách tạo kiểu cho tóc vô cùng mới mẻ. Có thể nói với buổi lễ này, những mẫu tóc Fantasy, Ombré, Pastel và những phần trình diễn rất phiêu của các chuyên gia đã biến buổi lễ trở thành một ngày hội của tóc và sự sáng tạo.





Khách mời tham dự sự kiện



Chuyên gia trình diễn



Mẫu diễn



Mẫu tóc trong Hairshow



Chuyên gia giao lưu với khách mời



Ban tổ chức

Được đầu tư kỹ lưỡng nên buổi lễ đã lấy lòng được mọi người ngay từ khi ký tên check in tham dự buổi lễ. Đón tiếp những vị khách là những cô gái trong những bộ trang phục nhiệt đới với chủ đề Samba. Nhà tổ chức cũng khéo léo khi lựa chọn cho các cô phụ kiện là những vòng hoa rực rỡ và có lẽ thứ duy nhất có thể so kè với các phụ kiện này là những mái tóc được thực hiện với các sản phẩm Tricol/Biosky ra mắt trong chính ngày hôm đó.

Được biết chuỗi sự kiện tiếp nối diễn ra trong suốt 1 tuần và ở cả 2 miền Bắc – Nam, bắt đầu từ ngày 04/07/2016. Sự kiện này có sự tham gia của các chuyên gia kỹ thuật cũng như giám đốc thương hiệu tới từ Italia như Mr. Gianni Fuschi (Giám đốc sáng tạo), Gino Di Febo (Giám đốc toàn cầu thương hiệu Tricol), Roberto Di Febo (Giám đốc sản xuất)... Tất cả đã đến Việt Nam để thực hiện việc chuẩn bị cho Hairshow Tropical Color. Mọi bước đều được thực hiện tỉ mỉ và cẩn thận từ hình thành ý tưởng, chọn mẫu, xử lý tóc nền...

Với sự kiện này, Thiên An xin gửi lời cảm ơn tới tất cả các nhà tạo mẫu tóc (NTMT) đã dành thời gian tới đón mừng Tricol/Biosky về với Việt Nam, đặc biệt là sự hiện diện của NTMT Kim Phúc, NTMT Thúy Hằng, NTMT Calvin Tú... Hãy cùng Style ngắm nhìn lại những khoảnh khắc ấn tượng nhất của Hairshow Tropical Color.



Bảng phấn mắt và má Shiseido



Gel kẻ mắt bobbie brown



# Water proof makeup



Always On Matte Liquid Lipstick - Smashbox



Kem nền Make Up For Ever Ultra HD Ever Ultra HD



Bút che khuyết điểm Clio Kill Cover



Mascara Benefit They're Real

**BEYOND mascara**

**they're Real!**

benefit

beyond mascara  
au delà du mascara  
85 g Net wt. 0.3 oz.

**94%** saw dramatic length & volume\*

**90%** saw base-to-tip curl\*

**94%** saw visible lift\*

**100%** saw long-wearing results\*

\*Results observed in a consumer panel survey



STUDIO  
MAC  
FIX

Phấn phủ mac fix studio

BIENFAIT UV SPF 50+ Super Fluid Facial Sunscreen - Lancôme



JULY/ AUG 16 **STYLE**

### - BIENFAIT UV SPF 50+ Super Fluid Facial Sunscreen - Lancôme:

Dòng kem chống nắng cao cấp từ Lancôme với đặc tính thẩm thấu qua da cực nhanh chóng với cấu trúc Oily Free không lo da bị bóng nhờn và được sản xuất thích hợp cho mọi loại da kể cả da nhạy cảm.

### - Bảg phấn mắt và má Shiseido:

Với 6 tông màu rực rỡ, phù hợp với không gian mùa hè, sản phẩm này sẽ là lựa chọn hoàn hảo cho bạn dùng khi đi bơi. Tin rằng đây sẽ là bí mật giúp cho đôi mắt bạn sáng tự nhiên. Giá: 1.500.000

### Mascara Benefit They're Real:

Một sản phẩm thần thánh mà bất kỳ cô nàng yêu makeup nào cũng không thể thiếu trong túi của mình. Được giới chuyên môn đánh giá cao, sản phẩm sở hữu khả năng làm dày và dài mi cực tốt, mi tươi và không bị vón cục. Đặc biệt hơn cả là khả năng chống thấm của sản phẩm cực tốt giúp bạn khỏi phải lo mình sẽ biến thành chú gấu trúc khi đi bơi. Giá: 610.000

### - Gel kẻ mắt Bobbi Brown:

Không thể không nhắc đến gel kẻ mắt của Bobbi Brown trong danh sách những món đồ của các cô nàng yêu thích những buổi pool party. Với độ bám cao, sản phẩm này chỉ có thể tẩy rửa với tẩy trang chuyên dụng. Giá: 700.000

### - Phấn phủ Mac Fix Studio:

Không chỉ là lựa chọn hàng đầu của các chuyên gia trang điểm, phấn nền Mac còn được mọi người chọn để trang điểm hàng ngày bởi độ che phủ cao và dễ sử dụng. Sản phẩm sở hữu độ mịn cao, bắt sáng tốt, làm đều màu da, giấu đi những khuyết điểm "khó nhìn". Giá: 700.000

### - Kem nền Make Up For Ever Ultra HD:

Chất kem siêu mịn, giúp che phủ hoàn hảo các khuyết điểm trên da mà vẫn tự nhiên. Giá: 1.150.000

### - Kem lót Guerlain Lor:

Sản phẩm dạng lỏng, có tác dụng giúp che phủ lỗ chân lông, mang tới cho làn da sự mịn màng và bổ sung độ ẩm cần thiết. Giá: 1.570.000

### - Always On Matte Liquid Lipstick - Smash-

box: Sắc đỏ cam ấn tượng, rực rỡ và nóng bỏng, độ căng mượt khi bạn chạm vào môi, khả năng giữ màu khoảng 3 - 4 tiếng và chống nước khá tốt. Giá: 790.000

### - Xịt khoáng NYX:

giúp cho làn da giữ được lớp makeup lâu trôi, lỗ chân lông được thông thoáng và duy trì độ ẩm cho da. Giá 250.000đ

### - Bút che khuyết điểm clio:

Cây bút che khuyết điểm tiện lợi này của Clio sẽ giúp bạn che đi những khuyết điểm trên khuôn mặt như quầng thâm mắt, vết thâm, vết mụn đỏ... với chất kem mịn và độ dày vừa phải. Giá: 460.000

Mùa hè, mùa rực rỡ, mùa dành cho những bữa tiệc và những cô nàng cá tính thích tiệc tùng. Trong số này, STYLE xin giới thiệu những sản phẩm làm đẹp dành cho những buổi pool party sôi động!



Xịt khoáng NYX



Kem lót Guerlain l'Or







Phấn má eff 4 màu:



Son MAC Hot Chocolate



Bộ 3 bước làm sạch, 1 hành tây, dưỡng ẩm Clinique



# EDM Party

Những bữa tiệc âm nhạc EDM luôn là lễ hội của các cô nàng nổi loạn, cá tính và thích dịch chuyển. Trong những bữa tiệc lung linh màu sắc ấy, không thể thiếu các sản phẩm trang điểm thần thánh đồng hành.



Phấn mắt 4 màu Chanel

Phấn phủ bột Chanel



Mascara Lancôme







Kem nền Dior



Phấn tạo khối Hoola Benefit



Bút kẻ mắt nước NYX

- **Phấn phủ bột Chanel:** Với những hạt phấn siêu mịn có khả năng thấm dầu, độ che phủ cao và dễ dàng che đi khuyết điểm, sản phẩm này là câu thần chú giúp bạn có một lớp nền sáng đẹp, kiểm soát tốt lượng dầu thừa trên da: Giá: 1.200.000

- **Phấn mắt 4 màu Chanel:** Một trong những bí quyết để bạn nhanh chóng có được một đôi mắt sâu, quyến rũ và phá cách. Với 4 tông màu nâu rêu, cùng độ hòa quyện màu sắc thật tinh tế, ngay cả khi bạn không giỏi trang điểm thì bạn cũng có thể tự tạo cho mình một đôi mắt đầy sexy và nóng bỏng. Giá: 1.690.000

- **Bút kẻ mắt nước NYX:** Kẻ mắt dạ NYX The Curve với thiết kế mới lạ sẽ giúp bạn thao tác dễ dàng và vĩnh biệt nỗi lo bị lem hoặc nguệch ngoạc. Màu lên sắc nét và đậm sẽ làm đôi mắt của bạn thêm phần sắc sảo. Đặc biệt với khả năng chống thấm và độ bám lâu, sản phẩm này được giới makeup đánh giá rất cao.

Giá: 550.000

- **Set cọ Real Techniques:** Trong những chuyến khám lễ hội EDM vòng quanh thế giới, bạn cần mang theo những thứ thật gọn nhẹ và tiện dụng. Bộ cọ 4 cây Real Techniques sẽ đáp ứng nhu cầu của bạn. Bộ sản phẩm gồm cọ đánh phấn, cọ nền, đánh mắt và cọ má. Giá: 500K

- **Son MAC Hot Chocolate:** Với độ bám màu tốt (từ 4-5 tiếng), màu nâu đậm pha chút ánh tím, tạo nên một tông màu không thể đụng hàng, trông bạn sẽ thật cá tính và mạnh mẽ.

Giá: 520.000

- **Mascara Lancome:** Đầu chải cọ với thiết kế mới lạ, uốn cong gấp khúc, giúp cho việc thao tác chuốt mi được dễ dàng, nhanh chóng. Ngay từ lần chải đầu tiên bạn cũng có thể cảm thấy hàng mi dày và dài rõ rệt. Hiệu ứng làm tươi mi, nhẹ như không chuốt thực sự thuyết phục được ngay cả những cô nàng khó chiều nhất. Giá: 760.000

- **Bộ 3 bước làm sạch, thanh tẩy, dưỡng ẩm**

**Clinique:** Không cần phải suy nghĩ nên dưỡng da bằng sản phẩm nào, đây chính là sản phẩm mà các nàng tìm kiếm. Với 3 bước nhanh gọn, làn da của bạn sẽ được Clinique nâng niu, bảo vệ khỏi các tác nhân gây hại từ môi trường, cung cấp độ ẩm tối ưu cho da, giúp ngăn chặn tình trạng lão hóa.

Giá: 580.000 – 580.000 – 760.000

- **Kem nền Dior:** Sản phẩm được thiết kế như một chai tinh dầu, đẹp mắt. Chất kem mỏng và mịn, độ che phủ tốt, có độ lâu trôi suốt cả ngày. Đặc biệt hơn cả là sản phẩm không gây bí da, giúp giảm tải tình trạng da dầu và nổi mụn. Giá: 1.610.000

- **Phấn má ELF 4 màu:** Sản phẩm nhiều màu sắc, từ lì đến nhũ, không chỉ được đánh giá cao vì giá thành và sự tiện dụng mà còn bởi độ bám màu và độ mượt khó tin của nó. Với phấn má của Elf bạn có thể tạo nên nhiều màu sắc, nhiều kiểu phối cho đôi má ửng sắc và căng mọng đẹp ngất ngây. Giá: 300.000

- **Phấn tạo khối Hoola Benefit:** Một sản phẩm rất được các beauty vlog yêu thích và gợi ý. Tất cả những gì bạn cần là đánh vào hai bên gò má để tạo cảm giác thon gọn, sexy và đánh hai bên sống mũi giúp mũi cao hơn. Giá: 770.000





# Hương của KIM CƯƠNG

Marilyn Monroe đã từng nói “Kim cương là người bạn thân nhất của phụ nữ”. Và một người “bạn thân” khác cũng được các nàng sủng ái không kém, chính là những chai nước hoa nồng nàn hương thơm thể hiện cho khí chất riêng của mỗi người. Nắm bắt được nhu cầu ấy, các nhãn hàng trang sức nổi tiếng trên thế giới đã cho ra đời những dòng nước hoa của riêng mình. Tôi gọi đó là mùi hương của kim cương.



## TRANG SỨC VÀ NƯỚC HOA: BỘ ĐÔI KHÔNG THỂ TÁCH RỜI

Nếu như trang sức là những phụ kiện hữu hình làm tôn thêm vẻ đẹp, sự quyến rũ, hấp dẫn của người phụ nữ, thì mùi hương được coi như thứ vũ khí vô hình khiến các nàng trở nên khó cưỡng hơn bao giờ hết. Thiếu đi một trong hai thứ, có vẻ như phụ nữ chưa thể đẹp hoàn hảo. Một bộ trang sức có thể là điểm nhấn cho cả bộ trang phục. Nhưng mùi hương mới là thứ nói lên con người của nàng. Cô ấy là người thế nào? Là bánh bèo dịu dàng hay gái men mạnh mẽ? Là người ưa xê dịch hay tôn thờ chủ nghĩa độc thân? Là người quảng giao dễ gần hay một người nội tâm khép kín? Không có gì nói về nàng rõ hơn là một mùi hương cùng với những món đồ trang sức nàng đeo. Chính vì thế, các nhãn hàng trang sức đã có một bước đi hết sức thông minh và hợp ý người dùng: Cho ra đời những dòng nước hoa riêng mang tên thương hiệu của chính mình.

Một chai nước hoa của một hãng mỹ phẩm chắc chắn sẽ không thể cho nàng cảm giác xa hoa, sang chảnh và lộng lẫy từ tận trong suy nghĩ như nước hoa của các nhãn hàng trang sức. Bởi nó không chỉ đơn thuần là một mùi thơm, mà còn là sự hưng phấn khi được chạm tay vào một phần của những gì sang trọng, sành điệu và quý tộc nhất. Phần lớn nước hoa của những nhãn hàng này đều có thiết kế rất giống những món đồ trang sức. Lấy cảm hứng từ những viên kim cương long lanh, từ vàng, bạch kim, đá rubi, sapphire... mỗi chai nước hoa được coi là hiện thân của những món đồ trang sức sang chảnh và đắt đỏ nhất thế giới. Chính vì thế mà sức hút của những chai nước hoa này lại càng trở nên khó cưỡng hơn bao giờ hết.

## NƯỚC HOA - MỎ VÀNG CHO NHỮNG NHÃN HÀNG TRANG SỨC

Những nhãn hàng trang sức hàng đầu thế giới như Cartier, BVL-Gari, Harry Winston luôn nổi tiếng về thiết kế tinh xảo, bắt mắt, sang chảnh và cũng vì thế mà giá luôn ở mức "siêu tưởng". Những món đồ trang sức ấy chắc chắn chỉ dành cho những người ở tầng lớp thượng lưu, những doanh nhân thành công hay con cháu vương giả. Nhưng một chai nước hoa của các nhãn hàng trang sức thì có giá luôn ở mức chấp nhận được, thậm chí là rẻ hơn so với những hãng mỹ phẩm, nước hoa có tiếng khác như Dior, Chanel, Lancôme... Sở hữu một lọ nước hoa từ nhãn hàng trang sức cũng như là được chạm tay vào những món đồ lung linh kia rồi. Vậy cũng đủ khiến người dùng thỏa mãn. Vậy là nước hoa của các nhãn hàng này bán chạy như tôm tươi. Không chỉ có một, hai dòng nước hoa chủ đạo, các nhãn hàng trang sức còn phát triển ra từ vài đến vài chục dòng nước hoa khác nhau để phục vụ nhu cầu của khách hàng. Sự sang chảnh của nhãn hàng, cùng với mức giá hợp lý, khiến nước hoa đã đóng góp một phần doanh thu không nhỏ cho các nhãn hàng trang sức.

Thêm vào đó, việc bày bán nước hoa và đồ trang sức ở store hay boutique riêng của mình cũng sẽ khiến các nhãn hàng nâng được doanh số bán hàng lên đáng kể. Bởi mỗi bộ trang sức đều sẽ có một mùi hương đi kèm phù hợp nhất với nó. Chắc chắn nếu đã mê mẩn chiếc nhẫn kim cương ấy, bạn sẽ chẳng thể bỏ qua mùi hương được nhân viên bán hàng quảng cáo là "Khiến viên kim cương ấy lấp lánh hơn gấp nghìn lần trong mắt người đối diện!".

Chính vì những lý do ấy mà phát triển dòng nước hoa của riêng mình được xem như bước đi khôn ngoan và thành công của các nhãn hàng trang sức nổi tiếng. Sự phát triển của ngành công nghiệp thời trang và nhu cầu làm đẹp cũng như khẳng định giá trị của bản thân khiến nước hoa và đồ trang sức vẫn là những con gà biết đẻ trứng vàng cho các nhãn hàng này.







## ĐIỂM DANH NHỮNG NHÃN HÀNG TRANG SỨC CÓ DÒNG NƯỚC HOA RIÊNG NỔI TIẾNG THẾ GIỚI

### 1. Chopard

Có trụ sở ở Geneva, Thụy Sĩ, Chopard là một trong những công ty sản xuất đồ trang sức và đồng hồ sang trọng có lịch sử lâu đời bậc nhất. Được ra đời từ năm 1860, đồ trang sức và đồng hồ đeo tay của Chopard luôn là niềm mơ ước của bất kỳ ai. Năm 1992, Chopard bắt tay với L'Oréal cho ra đời dòng nước hoa nữ đầu tiên và thành công tuyệt đối: Casmir. Sau đó hai năm, hãng tiếp tục cho ra đời dòng nước hoa nam đầu tiên là Heaven và cũng gây được tiếng vang lớn. Hiện nay Chopard có 37 dòng nước hoa khác nhau, được sản xuất với sự hợp tác của rất nhiều tên tuổi nổi tiếng như Nathalie Lorson, Thierry Wasser, Michel Almairac, Mark Buxton, Olivier Polge, Bruno Jovanovic...

### 2. Cartier

Được thành lập vào năm 1847 bởi Louis-Francois Cartier, trang sức của Cartier có khả năng hút hồn bất cứ quý cô nào, kể cả những người khó tính nhất. Dòng nước hoa đầu tiên của hãng được ra đời vào năm 1981 và từ đó đến nay đã phát triển thành hơn 86 dòng nước hoa. Cartier cũng sản xuất nước hoa với sự cộng tác của các tên tuổi như Mathilde Laurent, Alberto Morillas, Jean-Claude Ellena, Christine Nagel, Jean-Jacques Diener, Nathalie Feisthauer, Jacques Cavallier...

### 3. Van Cleef & Arpels

Van Cleef & Arpels là một hãng sản xuất trang sức và đồng hồ có tiếng của Pháp. Được thành lập từ năm 1986 bởi Charles Arpels và anh rể của mình là Alfred Van Cleef. Cặp bài trùng này đã gây được tiếng vang lớn khi sử dụng những loại đá quý hiếm để khiến món đồ trang sức của mình trở nên độc đáo và sang chảnh hơn bao giờ hết. Bước đi đầu tiên sang ngành công nghiệp nước hoa của Van Cleef & Arpels là vào năm 1978, khi hãng này cho ra đời dòng nước hoa First với mùi hương hoa đặc trưng cổ điển. Những mùi hương đáng chú ý khác phải kể đến là Tsar (1989), Feeerie (2008)... Hiện Van Cleef & Arpels có 54 dòng nước hoa khác nhau.





#### 1. *Bvlgari*

Bvlgari (Bulgari) là một nhãn hàng sản xuất đồ trang sức của Ý. Ra đời vào năm 1884, Bvlgari có lịch sử phát triển rất lâu đời. Người sáng lập - Sotirio Voulgaris đã bắt đầu ngành thương mại kim hoàn từ năm 1877 và bắt đầu thành lập công ty 7 năm sau đó. Ngoài trang sức, BVL còn nổi tiếng với các loại đồng hồ, quần áo, túi xách và chuỗi khách sạn 5 sao của mình. Hãng ra mắt dòng nước hoa đầu tiên của mình vào năm 1992, mang tên Eau Parfumée au Thé Vert, một mùi hương trà xanh dễ chịu mát lành. Hiện nay BVL đã cho ra mắt khoảng 67 dòng nước hoa khác nhau với sự hợp tác sản xuất của Annick Menardo, Alberto Morillas, Jacques Cavallier, Sophia Grojsman, Beatrice Piquet, Carlos Benaim, Sophie Labbe, Olivier Polge, Daniela (Roche) Andrier, Nathalie Lorson và Jean-Claude Ellena...

#### 5. *Harry Winston*

Harry Winston là một nhà chế tác đồ trang sức nổi tiếng tại Mỹ. Cha của ông vốn kinh doanh đồ trang sức nhỏ lẻ nên từ bé, Winston đã có cái nhìn rất sắc bén và tinh tế với những món đồ tinh xảo này. Ông bắt đầu kinh doanh đồ trang sức vào năm 1920 và mở cửa hàng đầu tiên của mình tại Mỹ. Sau khi qua đời, Harry Winston đã trao quyền quản lý công ty cho hai con trai của mình. Dù không mấy phát triển mạnh về mảng nước hoa nhưng Harry Winston cũng đã cho ra đời dòng nước hoa mang chính tên mình. Với thiết kế mô phỏng viên kim cương, dòng nước hoa này được xem là hiện thân của niềm đam mê mãnh liệt nhất của Harry Winston: Những viên đá lấp lánh vô giá.

#### 6. *Buccellati*

Buccellati Holding Italia là một nhãn hàng trang sức và đồng hồ được hợp nhất bởi hai công ty của hai cha con nhà Buccellati trước đó là Mario Buccellati và Gianmaria Buccellati. Nước hoa của Buccellati luôn nổi tiếng về thiết kế chai tinh xảo và mỗi mùi hương đều được pha chế bằng tay khiến người dùng luôn có cảm giác thật đặc biệt.





# TẬP SQUAT THẾ NÀO cho đúng và hiệu quả?

Squat là một trong những bài tập hiệu quả nhất để có thể cải thiện và làm săn chắc vòng 3, cơ tứ đầu đùi, cơ đùi sau. Squat rất dễ tập luyện, không tốn quá nhiều không gian và có thể thực hiện bất cứ lúc nào.

Chúng ta có thể tăng độ khó và hiệu quả của các bài tập squat bằng cách kết hợp với tạ, và kết hợp thực hiện cùng các động tác khác để tác động thêm các nhóm cơ khác nhau. Từ một động tác Squat, chúng ta có thể cải biên thành những bài tập rất đa dạng: Squat tiêu chuẩn, sumo squat, squat chụm chân, squat bật nhảy, squat kết hợp cơ liên sườn (squat đá chân), squat với bóng.

Tuy nhiên, trong quá trình tập không phải ai cũng biết nên làm các động tác squat vừa phải để tối đa hóa hiệu quả và ngăn ngừa chấn thương. Do vậy, chuyên mục làm đẹp trong số này, các HLV của Jade Fitness sẽ hướng dẫn các bạn tư thế tập Squat tiêu chuẩn sao cho đúng.



## 1. KHỞI ĐỘNG

Trước khi vào bài tập squat chúng ta nên khởi động, các bài tập bao gồm các động tác thể dục tay không và thực hiện kéo giãn cơ bắp:

**Động tác 1:** Xoay cổ chân: hai chân đứng rộng bằng vai, chống hông, một chân trụ, một chân còn lại xoay các khớp cổ chân; lần lượt đổi bên

**Động tác 2:** Xoay khớp gối không chụm chân: hai chân đứng rộng bằng vai, trùng gối, hai tay đặt lên đầu gối, mắt nhìn thẳng và xoay hai khớp gối ở 2 chân ngược chiều nhau

**Động tác 3:** Xoay khớp gối chụm chân: hai chân chụm lại, trùng gối, hai tay đặt lên đầu gối và xoay theo chiều kim đồng hồ, sau đó đổi chiều xoay

**Động tác 4:** Xoay hông: hai chân đứng rộng bằng vai, hai tay chống hông, xoay hông theo chiều kim đồng hồ, sau đó đổi chiều xoay. Các động tác khởi động thực hiện 4 lần 8 nhịp.



## 2. HƯỚNG DẪN TẬP SQUAT TIÊU CHUẨN

- Luôn giữ thẳng lưng, mặt hướng về phía trước, mắt nhìn hướng lên trên một góc 15 độ và ưỡn ngực
- Hai chân rộng bằng vai, tay khoanh hoặc mở rộng ra phía trước
- Hạ gối và từ từ ngồi xuống tạo một góc 45 độ giống như đang ngồi vào một chiếc ghế tưởng tượng, nhớ nhìn thẳng về phía trước. Mông đưa ra sau, bụng hóp lại, giữ cơ thể trong 2 giây trước khi trở về vị trí ban đầu, xuống hít vào, lên thở ra.



## 3. HƯỚNG DẪN TẬP SQUAT CHỤM CHÂN

- Động tác tương tự như squat tiêu chuẩn nhưng đứng chụm chân



## 4. HƯỚNG DẪN TẬP SUMO SQUAT

- Tư thế giống với Squat cơ bản tuy nhiên hai chân mở rộng hơn và ngồi sâu hơn
- Tư thế chuẩn bị: Luôn giữ thẳng lưng, mặt hướng về phía trước, mắt nhìn hướng lên trên một góc 15 độ và ưỡn ngực
- Hai chân đứng rộng hơn vai, mũi chân hướng ra ngoài, tay nằm trước ngực
- Ngồi xuống, mắt nhìn thẳng về phía trước. Mông đưa ra sau, bụng hóp lại, hai chân mở rộng sang hai bên giữ 2 giây và trở về vị trí bắt đầu



## 5. HƯỚNG DẪN TẬP SQUAT BẬT NHẢY

- Tư thế chuẩn bị: Hai chân mở rộng bằng vai, hạ gối ngồi xuống, mắt nhìn thẳng về phía trước. Mông đưa ra sau, bụng hóp lại, tay khoanh trước ngực



## KHUYẾN CÁO KHI TẬP SQUAT:

- Những người có vấn đề chấn thương khớp gối, cột sống, lưng, đĩa đệm, dây chằng vùng lưng gối thì không nên tập squat
- Vai, lưng và mông phải tạo thành một đường thẳng, không nên gù lưng
- Thực hiện squat 3 lần, mỗi lần 10-12 nhịp; khi đã quen với bài tập có thể tăng số nhịp tập và tăng trọng lượng tạ ở mỗi lần để tăng độ khó
- Trong quá trình tập, nếu xảy ra tình trạng thở gấp đứt nhịp, chóng mặt, buồn nôn, đau nhói bất thường thì dừng tập và báo với HLV để được điều chỉnh kịp thời.

## 6. SQUAT VỚI BÓNG

- Đặt cố định trái bóng vào giữa lưng và bức tường, điều chỉnh bóng nằm ở phần lưng dưới của cơ thể, hai chân mở rộng bằng vai, tay nằm trước ngực hoặc chống hông

- \* Lưu ý: ưỡn ngực, nâng mông để đỡ bóng, không tì quá mạnh vào bóng, nhìn thẳng về phía trước
- Bụng hóp lại, hạ gối và hạ thấp cơ thể đồng thời lăn bóng đi theo phần lưng. Hít vào, di chuyển cơ thể về trạng thái đang ngồi xổm, hai tay và hai bắp chân song song với mặt đất. Giữ nguyên tư thế trong vài nhịp thở.







# “ĐẸP LÊN” có gì là xấu?

Từ công việc, tình yêu, tới những mối quan hệ xã giao, ưu thế về ngoại hình luôn là điểm cộng giúp bạn thành công. Bởi thế mà nhu cầu phẫu thuật thẩm mỹ (PTTM) trong xã hội ngày nay đã không còn xa lạ với nhiều người nữa, nhưng đồng thời nó cũng gây nên những luồng dư luận, ý kiến trái chiều nhau. Liệu nó có đáng bị lên án, chịu nhiều tai tiếng xấu như phần đông xã hội đang nhìn vào?



## Câu trả lời thực sự là không. Bởi:

### PTTM GIÚP NÂNG CAO SỰ TỰ TIN:

Nhiều người cảm thấy tự ti, mặc cảm với ngoại hình của họ. Do đó mà nhiều người trong số họ không dám cởi mở với xã hội, dần dần tự thu mình lại, dẫn đến cảm giác sợ hãi tồn tại và việc không dám dẫn thân làm những điều mình muốn và mình yêu thích. Nếu như PTTM giúp họ tự tin, sống thật được với mong muốn, khát khao của họ, giúp họ vươn tới ước mơ, và đạt được những thành công trong cuộc sống và công việc thì nó cũng không đáng bị lên án như vậy.

### PTTM GIÚP CHO VIỆC CẢI THIỆN SỨC KHỎE

Nhiều người có thể mang những nguy cơ có hại cho sức khỏe và bệnh tật do tính năng vật lý không bình thường. Việc điều chỉnh các tính năng này thông qua phẫu thuật có thể giúp cho các cá nhân có sức khỏe và lối sống lành mạnh hơn, hạnh phúc hơn. Ví dụ điển hình cho việc này là phẫu thuật giảm mỡ giúp những người thừa cân giảm mỡ; giảm kích cỡ cho những người có bộ ngực ngoại cỡ sẽ giúp giảm nguy cơ đáng kể các bệnh liên quan đến béo phì, tiểu đường hay áp lực quá lớn của ngực lên vai và lưng, từ đó tránh các bệnh về cột sống.

### PTTM GIÚP TÁI TẠO LẠI CƠ THỂ:

Tái tạo lại cơ thể được coi là một trong những lý do chính cho việc lựa chọn phẫu thuật thẩm mỹ. Đây là hình thức phẫu thuật nhằm đưa các bộ phận cơ thể trở lại đúng với tính năng nhất định và tình trạng ban đầu của nó. Các ca PTTM này có thể được thực hiện sau khi một tai nạn hoặc sau một số phẫu thuật khác như tạo bộ ngực sau khi cắt bỏ ngực do ung thư tuyến vú.

### PTTM LÀ LỰA CHỌN CỦA CÁ NHÂN:

Việc bạn muốn làm gì với cơ thể của mình, chỉnh sửa ra sao là quyền lựa chọn và tự chịu trách nhiệm của mỗi người. Cơ thể của bạn không thuộc quyền sở hữu của người khác. Đa phần mọi người có thể chấp nhận việc người khác trang điểm, nhuộm tóc hay xăm mình nhưng lại khó chấp nhận việc họ thực hiện phẫu thuật thẩm mỹ? Nói không xa trước đây, nhiều người coi việc xăm mình là một điều gì đó rất ghê gớm. Xã hội thường quy kết họ như những kẻ dị biệt, kì quái, và cả “dân anh chị”, nhưng giờ đây quan điểm của mọi người về xăm mình đã tích cực hơn rất nhiều, và họ cũng tôn trọng việc xăm mình là quyền tự do lựa chọn của cá nhân. Hơn nữa, việc trang điểm, nhuộm tóc hay xăm mình liệu có khác mục đích thay đổi diện mạo bên ngoài của bản thân, cũng là một mục đích của PTTM? Một cách logic, xã hội chúng ta cũng nên có cái nhìn bao dung tương tự với việc PTTM như với trang điểm, nhuộm tóc hay xăm mình.



### MỌI NGƯỜI ĐỀU CÓ QUYỀN LÀM ĐẸP:

Thật khó tin nếu nói rằng ai đó không yêu cái đẹp. Có một mâu thuẫn thật kì lạ xảy ra là mọi người yêu cái đẹp, nhưng rất nhiều người trong đó lại gay gắt, phản đối thậm chí miệt thị những người PTTM chỉ vì họ muốn mình đẹp lên, và không phủ nhận có thể muốn nhận được thêm sự yêu mến, cảm tình và tôn trọng từ người khác. Mong ước của những người PTTM như vậy liệu có sai trái và đáng lên án



## CHÚNG TA KHÔNG CÓ QUYỀN VÀ KHÔNG NÊN PHÁN XÉT NGƯỜI KHÁC:

Xã hội thường suy nghĩ và đánh giá những người PTTM phù phiếm, chuộng vẻ đẹp bên ngoài hơn là vẻ đẹp bên trong. Nhưng mỗi người đều có hoàn cảnh riêng, lí do riêng khi thực hiện việc riêng cá nhân, kể cả việc PTTM. Liệu bạn có biết rằng lí do thực sự đằng sau việc một người đi PTTM là gì? Họ có những mặc cảm nhất định về ngoại hình vì họ trải qua tai nạn hoặc ca mổ, và hệ quả là những vết sẹo vẫn hiện rõ trên cơ thể họ... Hay ngay cả những người không có mặc cảm thì họ có những lí do khác. Ví dụ PTTM giúp họ có được một ngoại hình để họ có thể diễn tả được chính xác hơn đúng khí chất, tính chất trong con người họ hoặc công việc của họ. Có thể dễ dàng nhận thấy điều này ở những nghệ sĩ.

Để minh họa một cách cụ thể hơn, chúng ta có thể nhìn vào chân dung của một số ngôi sao sau:

### Kylie Jenner

Là em gái của Kim Kardashian, Kylie cũng là một ngôi sao tuổi teen đang lên nhưng danh tiếng của cô không phải "dựa hơi" vào Kim. Cô gái này đang sở hữu dòng son mang tên chính mình, và lúc nào cũng trong tình trạng cháy hàng, cũng như dòng son thương hiệu thời trang nổi tiếng không kém cùng cô chị Kendall. Bất cứ ai cũng có thể dễ dàng nhận ra sự thay đổi về các nét trên khuôn mặt, đặc biệt là việc bơm môi đã giúp Kylie tạo nên dấu ấn phong cách cá nhân riêng, góp phần thúc đẩy hình ảnh và doanh thu từ dòng son của cô.



### Angela Jolie

Sau khi được chẩn đoán bị nguy cơ ung thư vú rất cao, Angela Jolie đã rất dũng cảm chấp nhận phẫu thuật cắt bỏ ngực để phòng ngừa căn bệnh quái ác này. Sau đó cô cũng đã tiến hành PTTM để tái tạo bộ ngực mới nhân tạo cho mình. Dù đã mất đi một phần cơ thể tự nhiên vốn đã nổi tiếng của mình, Angela vì thế cảm thấy "kém phụ nữ" đi. Và trong suốt thời gian trước và sau khi thực hiện phẫu thuật, cô vẫn tiếp tục các hoạt động từ thiện của mình. Việc làm này của cô càng khiến mọi người thêm yêu mến.



### Megan Fox

Cô đào của loạt phim "Transformers" mang vẻ đẹp nóng bỏng và đầy khiêu khích. Tuy nhiên, trước khi nổi danh với loạt phim điện ảnh này, ngoại hình của cô trông khá giản dị và bình thường. Chỉ tới khi thực hiện PTTM bơm môi, làm thẳng sống mũi và thu gọn cánh mũi thì vẻ đẹp của cô mới trở nên bùng nổ hơn bao giờ hết. Danh hiệu "Người phụ nữ hấp dẫn nhất" dành cho cô cũng duy trì suốt một thời gian dài.





*Park Min Young*

Có thể coi nữ diễn viên chính của bộ phim "City hunter" là một trong những tác phẩm PTM thành công nhất không chỉ của Hàn Quốc mà của cả châu Á. Từ một cô gái mắt một mí, khuôn mặt vuông bè, má phúng phính, mũi thấp nay cô lột xác trở thành một trong những mỹ nhân đẹp nhất của Hàn Quốc. Ngoại hình mới đem về cho cô không biết bao nhiêu hợp đồng phim và quảng cáo đáng giá, và cả tình yêu với anh chàng diễn trai Lee Min Ho. Có lẽ vì thế mà người ta đặt cho cô biệt danh "Nữ hoàng dao kéo" cô lẽ cũng không quá.

*Blake Lively*

"Nàng thơ của nước Mỹ" đẹp tưởng chừng gần như hoàn hảo và thu hút từ khuôn mặt tới cơ thể, nhưng cô vẫn quyết định thực hiện thẩm mỹ thu gọn cánh mũi để vẻ đẹp của mình hoàn thiện hơn nữa. Vẻ đẹp của cô vì thế càng tăng lên bởi sự hài hòa, cân đối trong tổng thể khuôn mặt.

**CA SĨ THỦY TIÊN**

Ca sĩ Thủy Tiên của Việt Nam có một sự bứt phá lớn về ngoại hình cũng như sự nghiệp khi cô thực hiện PTM thay đổi rất nhiều trên khuôn mặt. Từ một cô gái có phần hơi "quê mùa", Thủy Tiên lột xác trở thành người phụ nữ đầy quyến rũ. Dù chưa từng một lần khẳng định mình PTM nhưng Thủy Tiên có phát ngôn rằng "Thà đẹp giả tạo còn hơn là xấu tự nhiên" cũng như nhìn vào sự thay đổi của cô, bất cứ ai cũng có thể nhận ra sự thay đổi đó được.

*Angela Babe*

Cùng với Park Min Young, vẻ đẹp mong manh, đẹp tựa thiên thần của Angela Baby cũng khiến mọi người phải ngưỡng mộ và mong ước. Trong những loạt ảnh cũ bị tiết lộ, Angela năm xưa kém xinh với hàm răng vò, khung xương mặt to. Tuy nhiên với sự hỗ trợ của công nghệ thẩm mỹ hiện đại, Angela đã đẩy lùi những nhược điểm đó và làm bật nên được vẻ đẹp của cả đôi mắt to tròn sáng trên khuôn mặt.

**KẾT**

Nói tóm lại thì việc PTM là quyền tự do lựa chọn và tự chịu trách nhiệm của mỗi người. Nó không có gì đáng lên án khi mà PTM có thể giúp con người cảm thấy tự tin hơn trong công việc hay cuộc sống riêng. Vấn đề cần lưu ý chỉ là bản thân bạn cần nghiên cứu kỹ càng trước khi quyết định thực hiện việc PTM cho bản thân mình.



# LET'S HAVE A LIFE

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



Burano, Venice, Ý



LA VELA CRUISES  
BY PARADISE HOTELS & CRUISES

# MÙA HÈ HẠ LONG SÔI ĐỘNG CÙNG DU THUYỀN LA VELA

Giá từ  
**4,500,000 VND**  
cho 2 người



- Giá áp dụng cho khách Việt Nam và khách nước ngoài làm việc tại Việt Nam
- Khởi hành hàng ngày
- Áp dụng cho lịch trình khởi hành từ ngày 1/5 đến 30/9/2016

#### VĂN PHÒNG HÀ NỘI

Phòng 201, tầng 2, Tháp Hà Nội - tòa Văn phòng, 49 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội

T: +84 4 3939 2929 | F: +84 4 3936 8338 | Hotline: +84 904 075 746

E: [info@lavelacruisehalong.com](mailto:info@lavelacruisehalong.com) | W: [www.lavelacruisehalong.com](http://www.lavelacruisehalong.com)



# Design for life.

## Impress me.

Miele's food and wine preservation appliances join an impressive wave of state-of-the-art products. Miele innovation and quality are inherently built into each MasterCool product – creating truly unique solutions to easily and safely maintain food and wine without sacrificing freshness, texture or body.

Above all. Miele cares for you.

**RITAVÕ**®

HCM: 5A Đường số 3, Khu Phố 4, Phường An Phú, Quận 2 - Tel: (848) 3744 4399 / 846 - 848 Sư Vạn Hạnh, Quận 10, TP. HCM - Tel: (848) 38623988

Hanoi: 12A B1 Nguyễn Khánh Toàn, Quận Cầu Giấy, Hà Nội - Tel: (84-4) 6282 2846 / Royal City - 72 Nguyễn Trãi, Phường Thượng Đình, Quận Thanh Xuân, Hà Nội - Tel: (84-4) 6262 0289





**Miele**  
IMMER BESSER



# 5 gadget của tháng

Súng gây tê có thiết kế hình một thỏi son, thiết bị loại bỏ lũ mụn quái ác, những thiết bị gadget của Style số này chính là đồ chơi của các cô nàng cool chic!

Cẩm Huyền

## Altruis by Vinaya

Một món đồ trang sức có khả năng kết nối bluetooth để thông báo cho bạn mỗi khi có tin nhắn, e-mail hay cuộc gọi đến từ điện thoại. Quá tuyệt phải không? Đó là chiếc vòng cổ Altruis của hãng Vinaya. Với mặt gốm tinh xảo và phần dây làm bằng bạch kim, đây chắc chắn là món phụ kiện mà cô nàng nào cũng mơ ước.

Giá: USD375



## Guard Dog Security Electra Concealed Lipstick Stun Gun



Một dụng cụ bảo vệ giúp các nàng yên tâm hơn khi ra đường một mình. Cây súng gây tê stun gun này được thiết kế như một chiếc son môi. Với đèn pin được tích hợp, đây là món đồ chơi công nghệ đa dụng mà bất cứ chị em nào cũng nên đầu tư cho mình. Thay chàng bảo vệ người phụ nữ mình yêu, đây hẳn cũng là một món quà thể hiện sự quan tâm tuyệt đối.

Giá: USD35





### Prizm Music Brain

Một thiết bị nghe nhạc cho phép kết nối với máy tính hoặc điện thoại của bạn bất cứ lúc nào, có khả năng xác định gu âm nhạc của bạn qua playlist có sẵn, từ đó tự động chơi nhạc theo tâm trạng tùy chọn của người dùng. Không còn phải đau đầu tìm nhạc hay tự sắp xếp playlist nữa. Giờ đây đã có Prizm giúp bạn làm điều đó rồi.

**Giá: USD160**

### Thermaclear

Với những cô nàng bị ám ảnh bởi vẻ đẹp hoàn hảo cũng như ghét vô cùng lỗ "đen pin" đáng ghét trên mặt thì thiết bị Thermaclear này đúng là vị cứu tinh. Với những tia cung cấp hơi nóng theo nhịp 2 giây, chiếc máy này sẽ làm mụn khô và bong ngay trong vòng 24 giờ.

**Giá: USD39,99**



### Parrot Zik 3

Một chiếc tai nghe không dây với thiết kế siêu sang chảnh, Parrot Zik 3 hẳn là món quà tặng sinh nhật tuyệt vời cho cô nàng mà bạn yêu thương. Chiếc tai nghe này còn được tích hợp công nghệ loại bỏ tiếng ồn, khiến bạn có thể tận hưởng âm nhạc một cách tuyệt đối và trọn vẹn nhất có thể.

**Giá: USD400**







### HTC Desire Eye (Camera trước 13MP)

Đây được xem là chiếc máy ảnh “siêu tự sướng” với camera trước lên đến 13MP. Máy có màn hình 5.2 inch, vi xử lý Snapdragon 801 tốc độ 2.3GHz, RAM 2GB, bộ nhớ trong 16GB với khe cắm microSD, pin Li-Po 2400mAh và chạy Android 4.4.2 KitKat với giao diện Sense 6. Điểm đặc biệt nhất của Desire Eye chính là camera 13MP mặt trước và mặt sau, cảm biến BSI với ống kính 28 mm và khẩu độ f/2.0. Máy ảnh trước nhỏ hơn một chút, 22 mm và khẩu độ f/2.2. Những thông số này cho phép HTC Desire Eye chụp được những tấm hình selfie cực lung linh dù trong điều kiện thiếu sáng. Giá khoảng 6,7 triệu đồng.





### Samsung Galaxy E7 (Camera trước 5MP)

Samsung Galaxy E7 có màn hình rộng 5,5 inch, độ phân giải HD. Máy chạy chip xử lý Snapdragon 410 lõi tứ 1,2 GHz cùng với RAM 2 GB. Mẫu điện thoại này có pin 2.950 mAh, hai SIM, khe cắm thẻ nhớ đi kèm, chạy Android KitKat với giao diện TouchWiz đặc trưng. Điểm đáng chú ý nhất trên E7 chính là chiếc camera trước với độ phân giải 5MP với nhiều hỗ trợ cho tính năng chụp ảnh selfie. Giá khoảng 7 triệu đồng.

### Sony Xperia C3 (Camera trước 5MP)

Là một trong những lựa chọn hoàn hảo cho những cô nàng nghiện selfie, Sony Xperia C3 được trang bị Exmor camera trước tự động lên đến 5MP cho phép bạn chụp những bức ảnh “tự sướng” có chất lượng rất ổn và nét. Với ống kính lên đến 25mm và góc rộng tới 80 độ, Sony Xperia C3 cho phép bạn chụp những bức ảnh selfie ở góc rộng một cách dễ dàng. Chiếc điện thoại này còn được hỗ trợ thêm đèn LED unique soft cho ánh sáng tự nhiên dù được chụp trong điều kiện trời tối và phải nhờ đến trợ giúp của đèn LED. Sony Xperia C3 có màn hình lớn 5.5 inch độ phân giải HD (1280 x 720 pixel), bộ vi xử lý Snapdragon 400 lõi tứ, RAM 1GB, bộ nhớ trong 8GB có khe cắm thẻ nhớ tối đa 32GB, camera 8MP phía sau và 5MP phía trước, pin 2500 mAh, cài sẵn Android 4.4.2 và hỗ trợ 2 SIM. Giá khoảng 6,5 triệu đồng.



### Sony Xperia C4 (Camera trước 5MP)

“Selfie phone” là cái tên được Sony đặt riêng cho Xperia C4. Là hậu bối của chiếc điện thoại tiền nhiệm C3, đây là chiếc điện thoại mà bất cứ cô nàng nghiện selfie nào cũng nên đầu tư. Máy có màn hình 5.5 inch full HD, chip 8 nhân MediaTek, bộ nhớ RAM 2 GB, ROM 16 GB, camera trước 13 MP, pin dung lượng 2.600 mAh và hỗ trợ cả kết nối 4G. Với camera trước 5 MP đi kèm với đèn LED Flash trợ sáng, nên bạn không còn phải lo lắng việc chụp ảnh trong môi trường thiếu sáng như trước. Giá khoảng 6 triệu đồng.

### Huawei Honor 6 Plus (Camera trước 8MP)

Huawei đã chính thức trình làng chiếc smartphone Android sở hữu máy ảnh kép, với tên gọi Honor 6 Plus. Nhờ vào camera kép nên máy có thể dễ dàng chụp ảnh kèm hiệu ứng bokeh và 3D. Mật độ điểm ảnh của cảm biến tương đối lớn 1,85  $\mu\text{m}$  cho phép cải thiện chất lượng ảnh trong điều kiện thiếu sáng. Tốc độ lấy nét của máy cũng rất nhanh, chỉ 0,1 giây. Khả năng xóa phông cũng rất ấn tượng khi lần đầu tiên người dùng có thể điều chỉnh khẩu độ bằng tay để có thể thay đổi độ sâu trường ảnh. Về cấu hình, máy được trang bị màn hình IPS LCD 5,5 inch độ phân giải full HD. Bộ vi xử lý Huawei HiSilicon Kirin 925 tám nhân, RAM 3GB, bộ nhớ trong 16/32GB. Pin của máy có dung lượng lên tới 3.600 mAh, đảm bảo nhu cầu sử dụng thoải mái của người dùng. Giá khoảng 5,9 triệu đồng.





# Nhỏ Mà Có Võ!

Những chiếc xe được giới thiệu trong số này có thể xem là những vũ khí của các cô nàng thành thị. Kích thước nhỏ gọn, khả năng tăng tốc tuyệt vời và các tiện ích (cùng đồ chơi đi kèm), liệu còn gì mong đợi hơn cho một chiếc xe dành cho phái yếu!

Quang Việt

## Volkswagen Beetle

Chiếc xe này sẽ là lựa chọn của những cô nàng cá tính và thích chứng minh mình khi Volkswagen Beetle hội đủ yếu tố biểu tượng để mọi người phải theo đuổi. Và còn gì nữa? Điều quan trọng hơn cả là chiếc xe này cũng rất “fun”. Người ta thường nói rằng một chiếc xe Con Bọ đặc biệt từ cái nhìn đầu tiên nhưng chỉ những người từng lái nó mới hiểu rằng nó thực sự “đáng giá”. Động cơ turbocharged 1,8l TSI, số tay của xe có thể là một thách thức nhỏ đối với phụ nữ nhưng nếu làm chủ được chiếc xe, bạn sẽ thấy điều khiển nó cũng thú vị giống như khi bạn chuốt mi vậy. Đặc biệt, nội thất xe cũng quyến rũ như ngoại thất. Volkswagen khẳng định đây là một chiếc xe của 02 người và chỉ dành cho 02 người. Với hệ thống chiếu sáng, ghế sưởi và một nóc mái panoramic, chiếc xe sẽ là người bạn đồng hành cùng bạn chinh phục những chuyến đi phượt đường dài.



## Mini Cooper Hardtop



Mini Cooper vốn được biết tới như một cái đỉnh của những mẫu xe compact kiểu này. Và tất nhiên, cho tới nay điều này vẫn đúng. Đây là lý do có thể nói, trên thị trường hiện nay, đối thủ chính của những chiếc Fiat 500S mới sẽ là Mini Cooper Hardtop. Cũng giống với Fiat 500, Mini là một mẫu xe làm mới của một phiên bản cũ. Nếu xét trên trường hợp của những chiếc Mini Cooper S cũ là những chiếc xe được Top Gear dùng từ “cheeky” hay “táo tợn” để định nghĩa, những chiếc Mini Cooper S sẽ là một sự táo tợn gấp đôi.

Mini có kích thước lớn hơn so với những chiếc 500S và là lựa chọn của những cô nàng yêu tốc độ, thích làm chủ tay lái. (Mặc dù vậy, điều này không có nghĩa là Mini Cooper không sánh điệu bằng Fiat 500s hay điều này cũng hoàn toàn không nghĩa Fiat 500S không lái hay bằng Mini). Xe sở hữu một trọng tâm thấp, động cơ mạnh mẽ, hệ thống giảm xóc ưu việt. Cụ thể, bản tiêu chuẩn của xe sở hữu một động cơ 1,5l, 03 cylinder, công suất 136 mã lực. Nếu lựa chọn một chiếc Mini Cooper S, bạn sẽ có động cơ turbo 2.0l, 192 mã lực. Hoặc một lựa chọn khác là Mini Cooper D. Xe sở hữu động cơ 1,5l,



## Fiat 500s

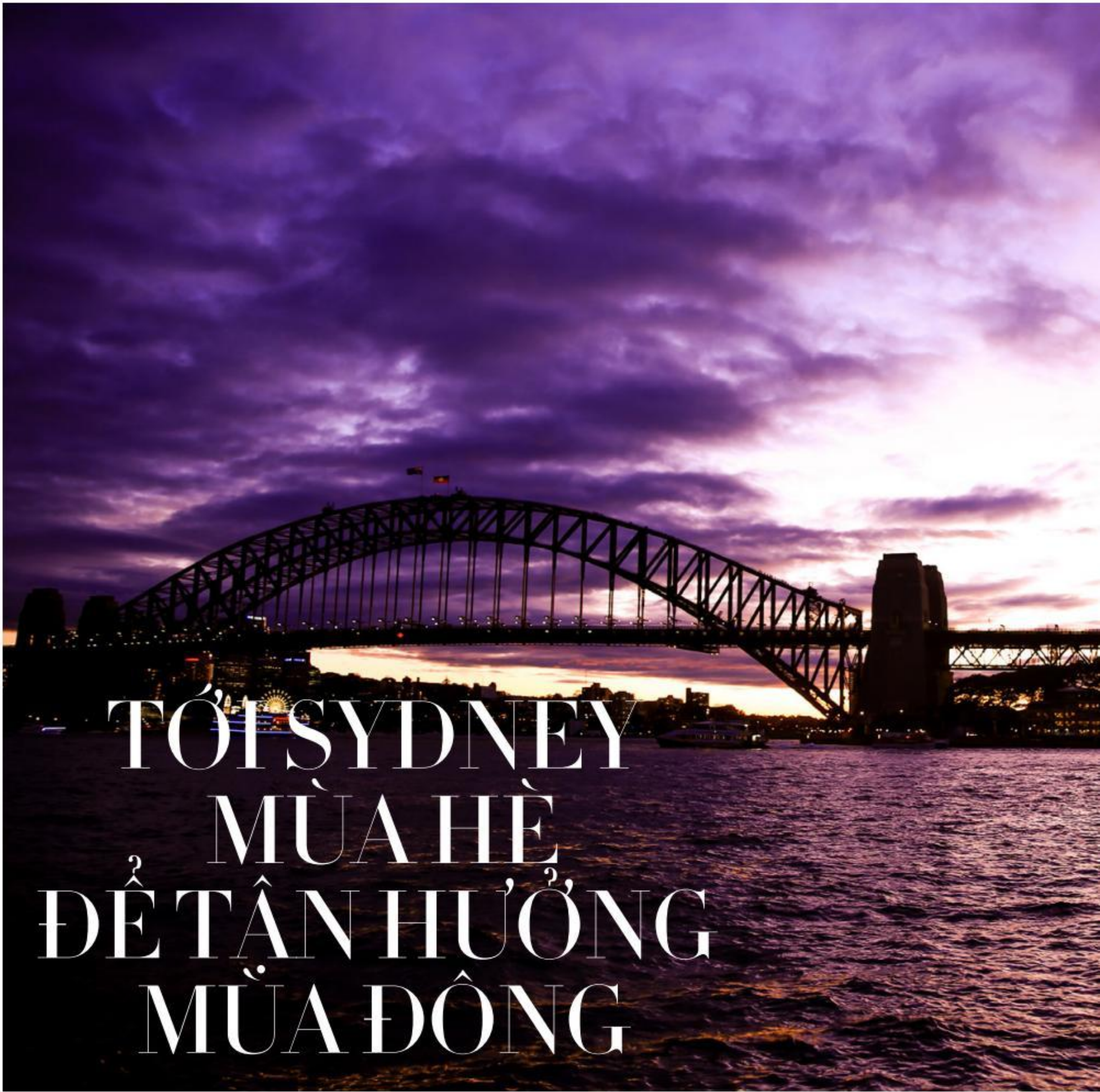
Không chiếc xe nào đáng được đưa vào danh sách Những Chiếc Xe Của Chị Em hơn chiếc Fiat 500s mới này. Quảng cáo viral marketing của mẫu xe đã tóm tắt được sự hoàn hảo của nó chỉ bằng một số hành động (rất thuộc về các chị em) như sập cửa, đá chân vào lốp hay bỏ đi rồi quay lại dùng túi đập bộp bộp vào nắp capo trước.

Nhưng hãy bỏ qua các câu chuyện về marketing, chúng ta sẽ có một chiếc xe được tạo ra để đối mặt với những thách thức trong tương lai của thị trường nhưng không vì thế mà mất đi những giá trị cốt lõi. Được phát triển bởi Fiat Style Centre, chiếc xe thành thị này có một ngoại thất và nội thất mới mẻ nhưng vẫn không đánh mất cái DNA của những chiếc xe 500 – thậm chí còn có thiết kế ấn tượng hơn nữa. Xe không có kích thước tăng (thực tế là còn có phần thu gọn), chỉ có hàm lượng công nghệ là gia cố. Thông cáo báo chí của hãng cho biết tham vọng của Fiat là đưa chiếc xe này từ vị thế một biểu tượng lên thành một kiệt tác.

Fiat 500s có thiết kế thanh chắn mạnh mẽ, đèn sương mù được tích hợp ở phần đầu, ống xả mạ chrome, bầu hút gió trước với hiệu ứng đen, ga lăng tản nhiệt sau ấn tượng. Nội thất xe có hai lựa chọn là ốp da Frau với hai lựa chọn là màu trắng hoặc xanh da trời. Tiện nghi trên xe bao gồm màn hình thông tin 7 inch tiêu chuẩn, định vị vệ tinh, điện thoại Bluetooth và audio streaming. Hệ thống này cho phép giao diện Apple CarPlay và Android Auto có thể bật lên trên màn hình. Bên cạnh đó là hệ thống âm thanh từ hãng Beats by Dr. Dre với sáu loa thường, loa siêu trầm với công suất 440W. Về hệ truyền động, 500S được trang bị động cơ diesel tăng áp 1,3 lít Multijet. Xe dành cho những cô nàng không chỉ thích bad boy mà còn muốn sống cuộc sống của những bad boy chính hiệu.







# TỚI SYDNEY MÙA HÈ ĐỂ TẬN HƯỞNG MÙA ĐÔNG

Tháng 7 đến, trong khi ở nhiều nơi trên thế giới đón nhận cái nắng gắt đỉnh điểm lên đến 40 độ của mùa hè thì tại thành phố cảng xinh đẹp ở phía Nam bán cầu, nhiệt độ cao nhất cũng chỉ khoảng 17 độ. Thậm chí đến buổi tối, những cơn gió biển còn có thể khiến bạn lạnh tê tái và co ro nếu không mặc đủ áo ấm.

Bài và Ảnh: Nick M.





**T**rước khi tới Sydney, ấn tượng trong tôi về thành phố này chỉ hiện lên qua những bộ phim truyền hình nổi tiếng như “Nhiệm vụ tối mật”, “Cô gái Robot” hay đặc biệt là “Trở về Eden” với hình ảnh Nhà hát Opera (hay còn gọi là: Nhà hát Con sò) xuất hiện trong đoạn giới thiệu đầu phim. May mắn tới Sydney công tác vào lúc Hà Nội đang trong những ngày nóng nhất, tôi có dịp được thưởng thức không khí giá lạnh của mùa đông ngay giữa mùa hè. Trải qua hơn nửa ngày bay từ Bắc bán cầu sang Nam bán cầu, thành phố cảng xinh đẹp của Australia hiện lên hùng vĩ khi nhìn từ cửa máy bay có thể thấy hai địa danh đã trở thành biểu tượng – Nhà hát Con sò và Cây cầu cảng.

## THÀNH PHỐ CỦA NHỮNG THÀNH PHỐ

Australia từ trước đến nay được ví như đất nước của những người nhập cư mà Sydney lại là một trong những thành phố đông dân nhất nên ở mỗi góc của nơi đây đều mang một nét văn hóa khác biệt. Với tôi, cảng lớn Sydney có thấp thoáng bóng dáng của Hong Kong, trong khi Darling Harbour hơi hướng Singapore. Khu mua sắm sầm uất ở George Street gợi nhớ tới quảng trường Thời đại ở New York trong khi con đường từ đó ra cảng lớn lại có nhiều đoạn gồ ghề như thể đang ở San Francisco.

Tới khu phố cổ The Rocks nằm gần trạm xe lửa Circular Quay sẽ có cảm giác như đang ở châu Âu với những quán bia Đức kiểu cách, những căn nhà mang kiến trúc Gothic hay những phiên chợ cuối tuần đặt trên con đường rải sỏi và đá sa thạch. Tới khu Bankstown, bạn sẽ có cảm giác như đã trở về nhà khi ở đây quá nhiều người Việt, món phở quốc hồn quốc túy đậm đà hương vị quê hương và tiếng Việt hiện diện xung quanh.

Có thể nói Sydney quy tụ nhiều nét văn hóa trên thế giới và được trải đều theo từng khu vực. Một điểm khá thú vị ở đây là rất hiếm thấy thương hiệu café Starbucks bởi đơn giản là người Sydney thích dùng hàng “nội địa”. Những người sống tại đây rất biết cách hưởng thụ và họ muốn mỗi khi thưởng thức café thì phải thực sự thư thái. Chính vì vậy, nhiều quán café lâu đời tại Sydney thường rất đông khách và cứ đến dịp cuối tuần, nhiều người thậm chí phải đặt bàn trước cho bữa sáng đậm “chất” Australia tại những nơi này.

Tháng 6, tháng 7 là bắt đầu giai đoạn cuối thu – đầu đông ở Sydney. Những công viên ngập trong lá vàng, không khí dễ chịu và bầu trời trong xanh. Đi dạo quanh bến cảng và dừng chân ở một quán café bên Darling Harbour, nhâm nhi một tách Cappuchino trong tiếng nhạc du dương bên lò sưởi ấm áp là khoảnh khắc mà ai cũng muốn “đóng băng”.



## VIVID – LỄ HỘI ÁNH SÁNG THƯỜNG NIÊN

Nếu bạn tới Sydney vào cuối tháng 5, đầu tháng 6, bạn sẽ có dịp được chiêm ngưỡng lễ hội ánh sáng lớn nhất tại đây. Trong 3 tuần liên tiếp, hàng ngày cứ đến 6h tối là các điểm đến nổi tiếng như Sydney Harbour hay Darling Harbour lại trở thành những sân khấu nghệ thuật của những “nghệ nhân ánh sáng”. Các công trình như Nhà hát Con Sò, Viện bảo tàng nghệ thuật đương đại, Đại học Sydney, Công viên Trung tâm, The Rocks... đều được chiếu sáng bằng những hình thù ngộ nghĩnh, đôi khi là một màn trình diễn đầy kinh ngạc như pha màu, đổ sơn, vẽ tranh, hoạt hình...

Cứ đến dịp lễ hội này, không khí se lạnh và người dân bắt đầu đổ ra đường vào các buổi tối để đi chơi. Khắp nơi tràn ngập ánh sáng với màu sắc rực rỡ từ những tác phẩm Vivid, từ những ánh đèn vàng được trang trí khắp trên đường phố, bến cảng như chào đón mùa đông về với Sydney. 9h tối cuối tuần ở Darling Harbour còn có màn bắn pháo hoa vô cùng lãng mạn trên bến cảng, kết hợp với âm nhạc sôi động của các DJ chơi ngoài trời.

Nếu một lần đến Sydney vào đúng dịp Vivid, hãy dành một buổi chiều ngồi ở Opera bar ngay sát bến cảng để ngắm nhìn hoàng hôn màu tím lịm trôi dần xuống sau cây cầu cảng. Thường thức một ly champagne của Australia, để cho hương thơm và vị ngọt pha với cay nóng lan tỏa khắp mọi giác quan và ngắm nhìn những tia sáng đầu tiên nhảy múa trên mái của Nhà hát Con Sò, bạn sẽ cảm nhận được một Sydney thật tươi trẻ, thật quyến rũ và lung linh như một cô nàng thông thái đang “lên đồ” để đi “quẩy”.



## ĐẾN BÃI BIỂN BONDI TRẢI NGHIỆM SỰ ẤM ÁP CỦA MÙA ĐÔNG

Bondi là một trong những bãi biển nổi tiếng nhất của Australia nói chung và Sydney nói riêng. Nơi đây nước biển xanh ngắt, hòa chung vào màu xanh của bầu trời, cát trắng muốt, mịn màng và có những con đường đi bộ tuyệt đẹp. Chỉ với khoảng 30 phút đi xe từ trung tâm Sydney, bạn đã tới thẳng Bondi. Dù thời tiết tháng 6, tháng 7 là mùa đông nhưng tại đây vẫn có những ngày nắng ấm, không quá lạnh để có thể “xuống nước”.

Đi dạo dọc bờ biển Bondi, bạn sẽ bắt gặp rất nhiều cô nàng nóng bỏng diện bikini cũng như những chàng trai cơ bắp sáu múi chơi lướt ván. Đây là môn thể thao rất phổ biến tại Australia. Bãi cát trắng mịn cũng là nơi mà nhiều nhóm bạn tới đây để picnic, làm tiệc BBQ ngay trên biển. Bên cạnh đó, Bondi Beach còn tập trung rất nhiều khách sạn, khu nghỉ dưỡng, nhà hàng xa hoa và sang trọng.

Nếu may mắn, bạn còn có thể gặp được “cô gái đại dương” Marzena Godecki tại đây. Dù sinh sống chủ yếu tại Melbourne từ sau khi có gia đình, nữ diễn viên gốc Ba Lan vẫn có biệt thự và cửa hàng kinh doanh riêng tại đây. Cô cũng thường xuyên lưu lại ở Bondi Beach để nghỉ ngơi, tận hưởng cuộc sống bình yên bên bờ biển.

Nhiều người vẫn nói Sydney là một thành phố “công nghiệp” và “chẳng có gì để chơi”. Theo cảm nhận của tôi, đây là một nơi pha trộn giữa nhiều nền văn hóa và đôi khi cũng không biết được đâu là bản sắc thực sự của Sydney. Chỉ có điều khi được trải nghiệm mùa đông giữa mùa hè tại đây, “khí chất” của thành phố này thể hiện ở cách người dân hưởng thụ cuộc sống, cách họ tiếp nhận các nền văn hóa thế nào ở một nơi dân nhập cư chiếm số đông đã thực sự lôi cuốn, khiến tôi mong muốn trở lại đây thêm một lần nữa để khám phá, có thể lần sau sẽ là “mùa hè giữa mùa đông” ở Nam bán cầu.

Bài và Ảnh: Nick M.







# DIMSUM HONGKONG

ĐÀU BÉP HỒNG KÔNG  
HƯƠNG VỊ HỒNG KÔNG ĐÍCH THỰC



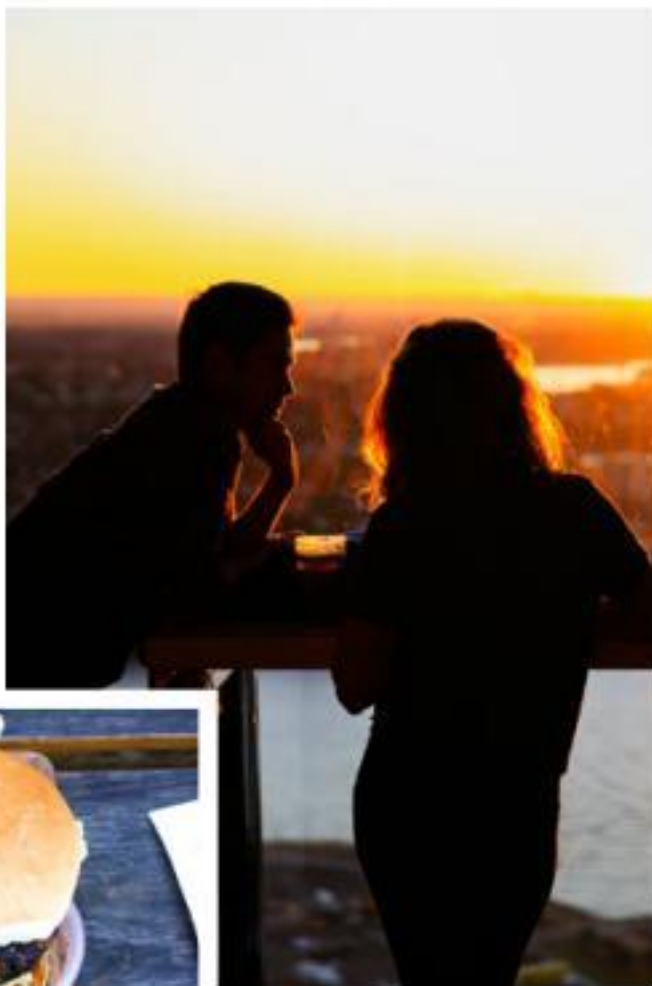
LONG ĐÌNH®  
龍 | 庭 | 酒 | 家  
Dragon Palace Restaurant

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



### TIPS KHI ĐI DU LỊCH SYDNEY:

- \* Các điểm đến: The Rocks, Opera Bar, Darling Harbour, Bondi Beach, Leo cầu cảng Sydney, Nhà hát Con Sò, Vườn thú Taronga, Vườn bách thảo hoàng gia, vườn quốc gia Blue Mountains, Vịnh Nelson.
- \* Visa Australia: Nên xin trước khi đi ít nhất một tháng vì thời gian xử lý hồ sơ khá lâu, có thể lên đến trên hai tuần.  
Giá vé máy bay từ Hà Nội và TP HCM đi Sydney thường giao động khoảng 7 triệu đến 15 triệu đồng.
- \* Giá taxi ở Sydney đắt ngang ngửa với Tokyo (Nhật Bản) nên bạn nên sử dụng các phương tiện công cộng, đặc biệt là xe bus sẽ tiết kiệm được chi phí hơn. Bạn nên mua thẻ My Zone Multi và nạp tiền. Thẻ này có thể sử dụng ở bus, tàu hỏa, phà không giới hạn trong thành phố và các khu lân cận.
- \* Những món ăn “phải thử” khi tới Sydney: Beef Steak bò Úc chính hiệu, bánh nướng cari xanh, Hamburger củ dền, High Tea vào các buổi chiều ở những khách sạn, nhà hàng lớn quanh khu vực cầu cảng.
- \* Tháng 6 là mùa sale ở Sydney cho đồ mùa hè nhưng hàng Trung Quốc khá nhiều. Bạn nên chọn shopping ở những nơi có vẻ tin cậy như David Jones hay George Street.
- \* Những món đồ có thể mua về làm quà: Sữa, Thịt bò, Nho khô nguyên cành, kẹo Salted Caramel, thịt Kangaroo khô, boomerang.







GOOD IS IN THE DETAILS.™



Our range of delectable cookies tells the story. Each is a work of art, the result of a very special mix of passion and excellence.











# CĂN HỘ QUYẾN RŨ CHO NHỮNG CÔ NÀNG ĐỘC THÂN

Phụ nữ hiện đại có thể thoáng hơn trong việc hẹn hò nhưng lại vô cùng cẩn trọng trong việc kết hôn. Điều đó có nghĩa là chúng ta – những cô nàng độc thân – có một thời gian tương đối dài tự do tận hưởng cuộc sống của mình. Với một thái độ sống tích cực, chủ động, đây có thể là những năm tháng đẹp đẽ nhất của tuổi thanh xuân. Hãy tận dụng lợi thế này để tạo ra một căn hộ như mơ khiến bạn luôn muốn trở về sau ngày dài làm việc!

Tân Tân



## CĂN HỘ STUDIO NHỎ XINH, TIỆN DỤNG

Giấc mơ về một căn hộ 4 phòng ngủ sang trọng, hiện đại hãy tạm gác lại, bây giờ, bạn hãy tập yêu căn hộ studio của mình, bất kể nó nhỏ nhắn hoặc đơn giản thế nào. Được thiết kế dành riêng cho người độc thân, căn hộ studio có diện tích từ 25m<sup>2</sup> đến 60m<sup>2</sup>. Đặc điểm cơ bản nhất của kiểu căn hộ này là “mọi không gian nằm trong một không gian”, không có vách ngăn chia, thực hiện đầy đủ chức năng như phòng khách, phòng ngủ, bếp. Căn hộ studio tiết kiệm được nhiều năng lượng trong việc chiếu sáng, sưởi ấm, lau chùi, dọn dẹp. Giá thành cũng hợp lý và khả thi hơn với mức thu nhập của nhiều người. Nếu bạn ở một mình và yêu thích sự riêng tư, độc lập, căn hộ studio là lựa chọn ưu việt so với việc chia phòng, ở cùng nhà với nhiều người khác.



## PHÒNG NGỦ - PHÒNG LÀM VIỆC – PHÒNG KHÁCH

Nơi cần được đầu tư nhất trong căn hộ studio của bạn khi bạn còn độc thân, chắc chắn là phòng ngủ! Bạn đi làm cả ngày, tối đến, như mọi cô nàng độc thân lành mạnh khác, bạn có thể ra ngoài, đùa vui với những cô bạn gái hoặc hẹn hò. Bạn trở về nhà lúc đêm muộn, cơ thể mệt mỏi rã rời và muốn một chiếc giường thật êm ái thuận tiện chào đón mình. Hãy biến chiếc giường ngủ thành một chốn xa hoa tuyệt đối với lớp đệm êm như mây và thật nhiều gối ôm. Hai bên là tập đầu giường với những lọ hoa nữ tính và đèn thả đối xứng. Phía trên giường là một bức tranh đáng yêu, dịu mắt, đem lại cảm giác thư thái.

Phòng làm việc có thể được tích hợp với phòng ngủ, chỉ cần một chiếc bàn bé xinh đủ cho một người sử dụng và ghế ngồi. Phòng khách liền kề ngay cạnh đó với bộ sofa nhỏ nhắn xinh xắn và một vài chiếc ghế rời.



## PHÒNG TẮM

Quan trọng chỉ sau phòng ngủ. Bạn độc thân, cơ thể vẫn tuyệt mỹ với những đường cong hoàn hảo. Bạn chưa phải tất bật với con nhỏ, việc cơm nước hay nội trợ gia đình. Bạn có nhiều thời gian hơn. Hãy tận dụng tất cả những điều ấy để nâng niu, chăm sóc cơ thể mình.

Tinh dầu, muối, xà phòng, sữa tắm, chất tạo bọt, nến, âm nhạc...tùy sở thích. Hãy cho phép bản thân thả lỏng cơ thể, tận hưởng sự xa hoa bằng cách biến phòng tắm của mình như một spa tại nhà. Phụ nữ rất thích các sản phẩm làm đẹp. Hãy sắp xếp chúng một cách hợp lý, khoa học, tiện dụng. Một vài chiếc kệ hoặc tủ đứng sẽ khiến nhà tắm của bạn trông gọn gàng hơn.







## Đến miền Trung Việt Nam và tận hưởng một kỳ nghỉ hè đáng nhớ với nhiều hoạt động giải trí thích hợp cho mọi thành viên trong gia đình tại Angsana Lăng Cô. Trong khi bố cùng con trai tham gia vào những trò chơi phát triển vận động ngoài trời cùng nhân viên giám hộ chuyên nghiệp, mẹ và con gái thư giãn với những liệu trình spa tinh tế.

Đến miền Trung Việt Nam và tận hưởng một kỳ nghỉ hè đáng nhớ với nhiều hoạt động giải trí thích hợp cho mọi thành viên trong gia đình tại Angsana Lăng Cô. Trong khi bố cùng con trai tham gia vào những trò chơi phát triển vận động ngoài trời cùng nhân viên giám hộ chuyên nghiệp, mẹ và con gái thư giãn với những liệu trình spa tinh tế.

Từ nay đến 31 tháng 8, 2016, đặt chương trình ưu đãi **Summer Special** dành riêng cho du khách Việt Nam với giá từ 8,000,000 VND nett\* để tận hưởng 2 đêm nghỉ trong phòng nghỉ sang trọng và lựa chọn giữa tài khoản tại khu nghỉ dưỡng trị giá lên tới 2,500,000 VND hay đêm nghỉ thứ ba với giá ưu đãi từ 2,000,000 VND nett\*\*.

\* Chương trình ưu đãi chỉ áp dụng cho du khách đang lưu trú và làm việc tại Việt Nam. Vui lòng mang chứng minh nhân dân hoặc giấy phép lao động còn hiệu lực khi làm thủ tục nhận phòng. Không áp dụng cho 1 đêm nghỉ.

\*\* Giá ưu đãi trên áp dụng cho kỳ nghỉ tối đa 4 đêm. Tên khách hàng không được thay đổi trong suốt quá trình lưu trú. Các điều kiện và điều khoản khác được áp dụng.

Để biết thêm chi tiết hay đặt phòng, liên hệ với chúng tôi tại [reservations-langco@angsana.com](mailto:reservations-langco@angsana.com) hay 054 3695 800.

Đến miền Trung Việt Nam và tận hưởng một kỳ nghỉ hè đáng nhớ với nhiều hoạt động giải trí thích hợp cho mọi thành viên trong gia đình tại Angsana Lăng Cô. Trong khi bố cùng con trai tham gia vào những trò chơi phát triển vận động ngoài trời cùng nhân viên giám hộ chuyên nghiệp, mẹ và con gái thư giãn với những liệu trình spa tinh tế.



**ANGSANA**  
LĂNG CÔ  
CENTRAL VIETNAM

TẬN HƯỞNG TỪNG KHOẢNH KHẮC

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



## TẬN DỤNG ĐẶC QUYỀN CỦA VIỆC ĐỘC THÂN

Nếu bạn thích hoa, hãy cắm hoa tất cả trong ngày, không vì một lý do nào cả. Hoa tươi luôn khiến không gian sáng bừng và tràn đầy sức sống. Nếu muốn trồng cây, nuôi cá, chăm một em mèo xinh, cứ việc! Không ai ngăn cấm bạn đến với những sở thích lành mạnh của mình. Một hệ thống âm thanh với những ca khúc yêu thích nhất luôn sẵn sàng bật khi bạn bước vào nhà. Đừng bao giờ đánh giá thấp sức mạnh của một playlist tuyệt vời sau một ngày làm việc căng thẳng.

Hãy đầu tư cho gương, bàn trang điểm, bởi không có ai xung quanh để “check” hộ phần sau chiếc váy hoặc đưa ra ý kiến về bộ đồ của bạn. Ngoài ra gương cũng giúp tạo cảm giác căn phòng rộng, thoáng mát hơn.

## BẾP – PHÒNG ĂN

Vì hạn chế về diện tích nên bếp và phòng ăn được bố trí “2 trong 1”. Bếp gọn gàng, sáng bóng với đầy đủ thiết bị gia dụng tiện nghi. Kệ mở được đặt trên bếp nấu, tủ kệ đóng kín bên dưới. Đừng tham lam sưu tập quá nhiều bát đĩa bởi bạn không dùng đến hết. Ngoài ra, việc có vừa đủ lượng bát đĩa cần dùng, không thừa không thiếu, sẽ khiến bạn có động lực để chăm...rửa bát và dọn dẹp hơn.

Một chiếc bàn chữ nhật nhỏ nhắn với bốn ghế tựa xinh xắn là hoàn hảo với một cô gái độc thân. Bạn vẫn có thể mời khách đến nhà thưởng thức bữa tối ấm cúng mà không phải băn khoăn quá nhiều về sức chứa của căn phòng. Tất nhiên là nếu bạn bè đông hơn, chúng ta có thể nghĩ ra phương án khác như ra ngoài ăn hoặc chải chiếu/ khăn ăn dưới sàn.

## KHÔNG GIAN MỞ - NGẬP TRÀN ÁNH SÁNG

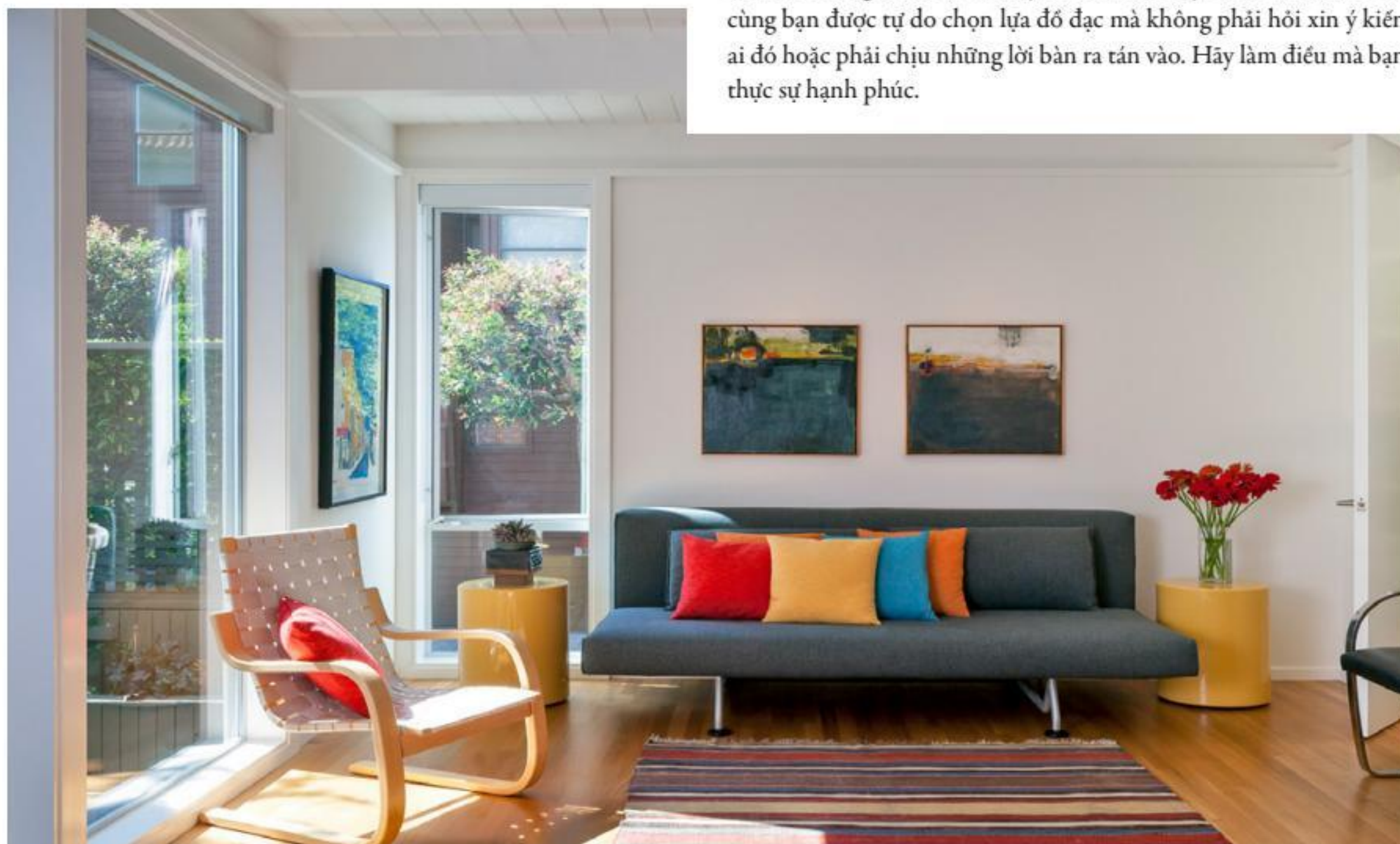
Căn hộ studio diện tích vốn đã nhỏ, bạn đừng khiến nó nhỏ thêm bằng việc lắp quá nhiều vách ngăn, cản trở tầm nhìn và ánh sáng. Một số gia – chủ - độc – thân sau khi cải tạo, đã sử dụng vách kính cho toilet, nhằm tăng góc nhìn không gian cho căn nhà. Nếu có thể, hãy chọn căn hộ nhiều ô cửa lớn. Hãy để cho những khu vực chức năng, từ phòng khách, bếp, góc đọc sách đến phòng ngủ, phòng tắm được soi chiếu bằng ánh sáng tự nhiên, đầy sức sống.

Màu trắng nên được chọn làm gam màu chủ đạo cho tổng thể, khiến không gian thoáng đãng và tươi mới. Tông màu này cũng dễ dàng kết hợp với nội thất và phụ kiện. Màu trắng cũng có những ảnh hưởng tuyệt vời lên tâm trạng. Bạn sẽ dễ cảm thấy thư thái, nhẹ nhõm hơn với gam màu tươi sáng, nhẹ nhàng này.

## NỘI THẤT NHỎ GỌN, ĐA NĂNG

Một căn phòng có diện tích nhỏ sẽ không phù hợp để bày quá nhiều đồ. Hãy chỉ mua những gì bạn thấy thực sự cần thiết và hữu dụng. Đừng quá mê mẩn với các phụ kiện và các tác phẩm nghệ thuật. Nếu bạn muốn có thể sống thoải mái trong căn hộ của mình về lâu về dài, hãy giữ mọi thứ đơn giản và trung tính. Một ngày nào đó, bạn sẽ cảm ơn chúng tôi về lời khuyên này.

Đồ đạc được chọn nên tuân theo nguyên tắc cơ bản: nhỏ gọn về kích thước, thanh mảnh về kiểu dáng, thực sự cần thiết và hữu dụng. Bạn không cần một cái bàn ăn dài xa hoa khi chỉ sống một mình đúng không nào? Tương tự với tủ lạnh, kệ để bát đĩa...vv Tuy nhiên, cũng có một số ngoại lệ. Nếu bạn thực sự thích một bộ sofa màu hồng neon rực rỡ, hãy cứ mua nó! Đây có thể là cơ hội cuối cùng bạn được tự do chọn lựa đồ đạc mà không phải hỏi xin ý kiến ai đó hoặc phải chịu những lời bàn ra tán vào. Hãy làm điều mà bạn thực sự hạnh phúc.







# Bánh Trung Thu Metropole Hà Nội: Món Quà Nơi Xứ Bắc

Từ lâu nay, Bánh Trung Thu của khách sạn Metropole Hà Nội luôn là món quà quý mà những người Hà Thành dành tặng nhau mỗi dịp Thu về!

Bánh trung thu Metropole không chỉ đặc trưng với hương vị rất thân quen của người Hà Nội như những mẫu bánh nướng, bánh dẻo nhân thập cẩm. Cái hay ho và sáng tạo như toả sáng trong mỗi chiếc bánh khi người đầu bếp tài năng Nguyễn Thanh Vân của khách sạn Metropole Hà Nội còn đưa ra các công thức mới, thay thế nhân truyền thống bằng nhân Metropole với nhân sô cô la và bánh quy bào; nhân vừng đen và dừa, nhân hạt sen và cốm, caramel và quả vả; nhân đậu xanh, mơ và trứng mặn; nhân đậu đỏ và xoài khô. Khi ăn, bánh thật vừa miệng, có cái gì đó quen quen mà lại vô cùng lạ miệng.

Tất cả những chiếc bánh của khách sạn Metropole đều được làm thủ công, sử dụng các nguyên liệu tươi và đặc biệt không dùng chất bảo quản. Khách sạn cũng đặc biệt chú ý giới thiệu loại hộp đặc biệt bằng chất liệu gỗ

tự nhiên gồm các loại nhân tự chọn kèm theo những món quà lưu niệm độc đáo. Bạn có thể chọn hộp bánh loại nhỏ, 6 chiếc xinh xắn, hộp 3 hoặc 4 bánh theo đúng phong cách Việt Nam truyền thống. Nếu bạn ưa khám phá những điều mới lạ, đừng quên thử loại nhân hương vị mới, một phá cách bất ngờ và thú vị trong lễ trung thu sắp tới của bạn. Thêm vào đó, hộp bánh sang trọng, lịch sự khiến bánh trung thu Metropole làm hài lòng những khách hàng khó tính nhất.

Được biết, bánh trung thu Metropole được bán tại cửa hàng L'Epicerie du Metropole, phố Lê Phụng Hiểu, từ 10/8 đến hết ngày 15/9 (đêm trung thu) năm 2016. Vui lòng liên hệ chị Hằng, Quản lý cửa hàng L'Epicerie du Metropole và các đồng nghiệp tại số điện thoại 04 3826 6919, máy lẻ 8702 để đặt bánh và biết thêm thông tin chi tiết.



# DETOX

## mùa hè

Detox là một món thức uống dễ làm và cực nhiều công dụng tốt cho sức khỏe. Detox giúp thải độc, giảm cân và xóa tan đi cái nóng cháy bỏng của mùa hè. Hãy thử sức với hai công thức detox để làm sau đây cùng Style Magazine bạn nhé!





## #DETOX CHANH – BẠC HÀ

*Thức uống này có tác dụng thải độc rất tốt và lý tưởng nhất là được sử dụng vào mỗi buổi sáng sớm, khi bạn vừa tỉnh dậy và chưa ăn sáng*

### NGUYÊN LIỆU

- + 1 bình nước lọc
- + 4 quả chanh vàng thái lát
- + ½ bó bạc hà tươi
- + 2 muỗng cà phê mật ong

### THỰC HIỆN

- + Cho tất cả nguyên liệu vào một cái hũ sạch
  - + Để trong tủ lạnh ít nhất 4 tiếng để tất cả chất dinh dưỡng được ngấm vào nước
  - + Đổ vào ly sạch và dùng khi đang lạnh
- Lưu ý: Tùy theo khẩu vị, bạn có thể cho thêm các nguyên liệu như gừng tươi; dưa chuột vào để món detox thêm thơm ngon hơn.



## #DETOX DÂU TÂY – DƯA LEO – CHANH XANH – BẠC HÀ

*Chanh có tác dụng đẩy độc tố ra khỏi cơ thể, bạc hà hỗ trợ tiêu hóa, dưa leo có tác dụng chống viêm và dâu tây có hương vị tuyệt vời để thưởng thức. Món detox này sẽ giúp bạn xoa dịu căng thẳng và nhanh chóng lấy lại năng lượng cho mùa hè sôi động.*

### NGUYÊN LIỆU

- + 1 bình nước lạnh
- + 3,4 quả dâu tây thái lát
- + ½ bó bạc hà tươi
- + 2 quả dưa leo thái lát
- + 2 quả chanh thái lát

### THỰC HIỆN

- + Trộn tất cả nguyên liệu vào nhau cho vào hũ đóng kín
- + Để trong tủ lạnh ít nhất 4 tiếng cho mùi vị và chất dinh dưỡng ngấm vào nước
- + Thưởng thức khi đang lạnh 20-25 phút.







## CAFÉ DU LAC

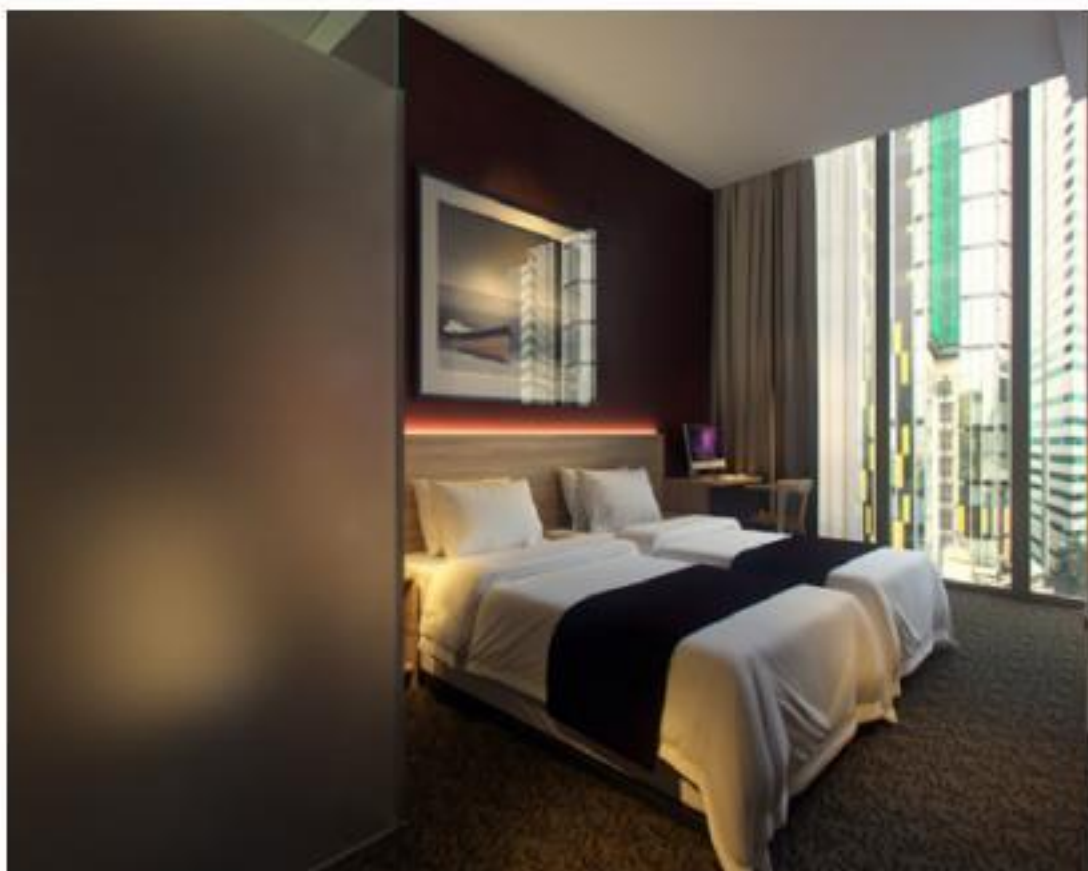
Tháng 7 này, đừng bỏ lỡ bữa trưa chủ nhật đặc sắc với nhiều món ăn hấp dẫn được chế biến trực tiếp tại nhà hàng Cafe du lac. Còn gì tuyệt vời hơn khi cùng gia đình và bạn bè hòa mình vào không gian nhạc sống sôi động bên quang cảnh hồ Tây lãng mạn. Đầu bếp của nhà hàng sẽ mang đến cho bạn những lựa chọn ẩm thực tinh tế nhất với sự pha trộn độc đáo giữa ẩm thực Việt Nam và ẩm thực thế giới. Hoặc bạn cũng có thể tận hưởng những giờ phút thư giãn bên gia đình và người thân với bữa tối tại nhà hàng Café du lac. Cùng thưởng thức những món ăn Âu & Á hấp dẫn tại quầy tự chọn của chúng tôi, bao gồm hải sản tươi sống, những món nướng hấp dẫn, quầy salad ngon miệng cùng vô vàn các món tráng miệng độc đáo. Giá khởi điểm của bữa trưa và bữa tối chủ nhật tại Café du lac lần lượt là 1.100.000VNĐ/người và 999.000VNĐ/người.



## CAFÉ CENTRAL AN ĐÔNG

Café Central An Đông là nhà hàng buffet nổi tiếng thành phố với sự đa dạng về món ăn từ hương vị quốc tế đến hương vị Việt Nam đặc sắc. Mỗi thực khách đến nhà hàng đều có thể tìm thấy món khoái khẩu cho riêng mình. Ngoài ra, thực khách cũng có thể lựa chọn thưởng thức thực đơn chọn món hoặc mua mang về. Tháng 7 này, hãy đến Café Central An Đông khám phá vị dai ngọt thơm béo khác biệt của cá mú biển tươi khổng lồ được chế biến với hàng chục phong cách khác nhau như nộm cá rang muối tiêu, canh nộm cá nấu trứng bắc thảo, cá mú nghệ xào tàu xì và nấm, vây cá hầm hồng xiêu, canh tiêm cá mú bắp heo thuốc bắc và nhiều món khác trong tiệc buffet quốc tế. Buffet tối tại nhà hàng Café Central An Đông có giá 558.000VNĐ/người (từ thứ Hai – thứ Sáu) và 628.000VNĐ/người (thứ Bảy và Chủ Nhật).

# HANGOUT CORNER



## BAY HOTEL HO CHI MINH

Nhân dịp khai trương, khách sạn mới mở Bay Hotel Ho Chi Minh hân hạnh giới thiệu gói khuyến mãi phòng ở đặc biệt cho khách lưu trú. Là khách sạn boutique sang trọng đầu tiên và lớn nhất của Singapore mở cửa tại Tp.HCM, Bay Hotel Ho Chi Minh mong muốn giới thiệu sự mới lạ và những dịch vụ theo tiêu chuẩn nổi tiếng của Singapore. Đáp ứng nhu cầu của khách thương mại và khách du lịch, gói khuyến mãi này bao gồm những dịch vụ: Miễn phí buffet sáng hàng ngày cho 2 người; Sử dụng Wi-fi không giới hạn; Các cuộc gọi trong nước không giới hạn; Minibar được làm mới hàng ngày; 3 phần giặt ủi một phòng mỗi ngày (dịch vụ thường và không được cộng dồn); Miễn phí 1 chiều đưa hoặc đón sân bay cho những đặt phòng đặt trực tiếp tối thiểu 3 đêm phòng. Giá từ 1.500.000VNĐ/phòng/đêm.





## REVERIE SAIGON

Đặt tên theo tác phẩm huyền thoại của đại văn hào Shakespeare, nhà hàng Romeo và Juliet (R&J) của khách sạn Reverie Saigon khơi dậy đam mê mãnh liệt với những hương vị Ý truyền thống. Thực đơn của nhà hàng R&J hội tụ những món ăn Ý thượng hạng, độc đáo từ hình thức tới hương vị, do đầu bếp tài hoa người Ý chế biến. Còn gì thú vị hơn khi tận hưởng phong vị Ý thực thụ được trình bày công phu như tác phẩm nghệ thuật ngay giữa lòng Sài Gòn. Khởi đầu bữa ngon với món bánh mì tươi nổi tiếng của nhà hàng trước khi chọn lựa món khai vị ưa thích, không thể thiếu món mì Ý đặc sắc và nhiều vị tráng miệng hấp dẫn. Tháng này, R&J giới thiệu nét độc đáo, tinh tế của ẩm thực thành Rome nước Ý với các món ngon truyền thống. Thực đơn bao gồm nhiều hương vị không thể bỏ lỡ như mì sợi bucatini, spaghetti, lòng bò hầm, vai cừu cacciatore kiểu Ý cùng bánh tart phô mai với chanh và whiskey. Giá chỉ từ 138.000VNĐ/món. Đặc biệt, giảm ngay 50% cho set menu thứ hai khi dùng set menu tối vào ngày Chủ Nhật.



## SAIGON CAFÉ

Trong không khí chào mừng ngày lễ Quốc khánh Mỹ, nhà hàng Saigon Café giới thiệu chương trình ẩm thực Mỹ đặc sắc vào mỗi tối thứ Sáu và thứ Bảy với các món ngon đặc trưng phong cách Mỹ không thể bỏ qua. Trong đêm ẩm thực này, thực khách có cơ hội thưởng thức tôm rim với sốt cocktail, rau trộn Turkey cobb, gà nướng bbq, sườn nướng kiểu Kansas, xúp hải sản kiểu New York, cá hồi nướng vị Cajun, sườn bò nướng, hàu Bienville, bánh burger bò phô mai, cánh gà chiên dùng kèm sốt phô mai, gạo hầm Jambalaya, cơm hải sản kiểu Louisiana hay hàu Bienville. Ngoài ra, nhà hàng sẽ phục vụ tôm hùm được chế biến theo yêu cầu riêng của thực khách và mỗi tối thứ Sáu và gan ngừng được phục vụ vào mỗi tối thứ Bảy. Quầy món tráng miệng cũng không kém phần đặc sắc với các loại bánh ngọt đặc trưng của Mỹ như bánh phô mai New York, bánh pudding gạo, bánh red velvet cake kem phô mai lạnh, bánh brulée bí đỏ, bánh tart dứa với giá chỉ 1.200.000VNĐ/người, bao gồm vang, bia, nước ngọt, trà và cà phê phục vụ không giới hạn.

# HANGOUT CORNER

## NINETEEN



Từ ngày 4-17/7, nhà hàng Nineteen mang đến tin vui cho các tín đồ hải sản bằng tuần lễ tôm hùm được mong đợi. Những khay tôm hùm Canada đầy ắp, tươi rói tuyển chọn kỹ lưỡng từ Đại Tây Dương được phục vụ cùng các loại gia vị truyền thống sẽ là trung tâm của bữa tiệc buffet hải sản hàng đêm. Bên cạnh đó, quý thực khách còn được thưởng thức không giới hạn những lựa chọn hấp dẫn khác như hàu Pháp, quầy thịt nướng thơm phức, các món khai vị, súp, sushi, phô-mai ngoại nhập và các món nóng đều được chế biến công phu, mang đến hương vị đậm đà đặc biệt. Hãy cùng bạn bè và người thân thưởng thức bữa tối tự chọn thật hoành tráng trong khung cảnh sang trọng và ấm cúng tại nhà hàng Nineteen, tầng trệt của khách sạn Caravelle Saigon. Giá cho mỗi thực khách là: 1.490.000VNĐ (bao gồm sầm-banh, cocktail, bia và các loại vang hảo hạng); 1.090.000VNĐ (bao gồm cocktail, bia và các loại vang hảo hạng); 990.000VNĐ (bao gồm nước ngọt, nước trái cây và các loại cocktail không cồn); và 890.000VNĐ (không bao gồm thức uống).





# ĐẲNG CẤP TUYỆT PHẨM

“Mỗi tuyệt tác luôn là hiện thân của một quá trình theo đuổi các giá trị mà một thương hiệu hướng tới. Tuyệt phẩm Hennessy Imperial cũng không phải ngoại lệ.” – ông Marc Boissonnet, đại sứ thương hiệu nhà Hennessy.



**L**à nguồn cảm hứng từ một câu chuyện vô cùng lãng mạn, lại là “đứa con tinh thần” của một gia tộc 250 năm tuổi, theo ông Marc Boissonnet, Imperial ẩn chứa hoài bão chinh phục đến đỉnh cao nhất của sự cân bằng và tinh tế của một gia tộc quyền lực.

Cũng theo ông Marc Boissonnet: *“Thiết kế cân bằng giữa cổ điển và hiện đại để tạo ra một phong cách tinh tế có thể thấy rõ ngay từ vẻ ngoài của tuyệt phẩm. Có phần cổ chai màu bạc, phần nắp được thiết kế khá giống một vương miện, tất cả tạo thành một kết cấu hoàn chỉnh của những giá trị thủ công và hiện đại, tinh tế và đẳng cấp cho tuyệt phẩm. Tuy nhiên, cũng cần phân biệt là sự tinh tế của chúng tôi không đơn giản như “ready-to-wear” thường ngày. Bởi với sản phẩm này chúng tôi hướng tới những người có am hiểu và có gu.”*

Là một cái tên được nhiều nhà sưu tập biết tới, gia tộc 250 tuổi này nổi tiếng bởi khả năng hoà quyện và kết hợp những giá trị đương đại và những giá trị truyền thống qua những tuyệt phẩm. Ông Marc Boissonnet tiết lộ những quy trình gắn liền với việc cho ra đời tuyệt phẩm: *“Mọi thứ bắt đầu từ việc mỗi ngày chúng tôi làm việc để tinh tuyển ra những giọt eau-de-vie đã trải qua quá trình ủ hàng chục năm thậm chí là cả trăm năm tuổi trong những thùng gỗ sồi. Cần biết rằng eau-de-vie là một loại “nước cốt thần thánh” được làm từ những quả nho chín mọng của vùng Cognac. Qua quá trình ủ trong các thùng gỗ sồi, eau-de-vie sẽ chuyển màu và đạt được những màu sắc như hổ phách, vàng đồng... và có những hương vị khác nhau. Trong Imperial, có một số eau-de-vie được làm ra từ hầm ủ tên Paradis - đây là hầm chứa những loại eau-de-vie quý hiếm, có loại lên đến hàng trăm năm tuổi - và đó cũng chính là một trong những nguyên do làm cho tuyệt phẩm này được xem là đỉnh cao của sự cân bằng và tinh tế.”*

Sau khi chọn một số eau-de-vie từ 10.000 loại khác nhau, những bậc thầy pha chế sẽ hoà trộn những loại eau-de-vie này với nhau. Ông Marc Boissonnet nhấn mạnh: *“Imperial lần đầu tiên được tạo ra cách đây 200 năm và giờ đây, chúng tôi hồi sinh nó một lần nữa. Bạn cứ tưởng tượng khi không có một công thức nào cho tuyệt phẩm này, các bậc thầy pha chế của chúng tôi phải hoàn toàn sử dụng khứu giác, thị giác và vị giác để cho ra cùng một kết quả. Điều này đòi hỏi niềm đam mê và sự chính xác cao độ hay nói đúng hơn, cũng có thể gọi đó là một phép màu.”*



Imperial mang trong mình hơi thở của mùa xuân và mùa hè nước Pháp, hương vị của tuyệt phẩm này là tập hợp của mùi hương hoa cỏ và trái cây. Khi nếm thử, bạn sẽ cảm nhận sự êm mượt lan tỏa ra khắp vòm họng sau đó là cảm giác vỡ òa vì hương vị tuyệt vời của nó. Tôi đã phân vân đặt câu hỏi cho ông Marc Boissonnet về việc ai sẽ là những người thưởng thức của tuyệt phẩm này. Và câu trả lời tôi nhận được là: *“Đó là những người luôn hướng tới những giá trị hoàn mỹ, những người luôn tìm kiếm những gì tinh tế nhất. Họ dùng Imperial không chỉ để khẳng định bản thân mà còn thể hiện gu thưởng thức đỉnh cao của mình. Họ có thể nhâm nhi một mình, hoặc với bạn bè trong những dịp đặc biệt. Nhưng trên hết, đó là việc thưởng cho bản thân một tuyệt phẩm hoàn toàn xứng đáng với họ. Tuyệt phẩm Imperial!”*



# HEINEKEN KHÁM PHÁ TINH HOA QUỐC TẾ MỘT MÀU XANH NGUYÊN BẢN

LÀ MỘT THƯƠNG HIỆU DANH GIÁ HÀNG ĐẦU, HEINEKEN ĐÃ CHINH PHỤC NGƯỜI TIÊU DÙNG TRÊN KHẮP THẾ GIỚI BẰNG CHẤT LƯỢNG TUYỆT HẢO VÀ HƯƠNG VỊ BIA ĐẬM ĐÀ ĐƯỢC KHẲNG ĐỊNH TRONG SUỐT HƠN 140 NĂM QUA. NHƯNG VỚI HEINEKEN, MỘT SẢN PHẨM HOÀN HẢO VẪN CHƯA ĐỦ ĐỂ CHIỀU LÒNG NGƯỜI TIÊU DÙNG; THÀNH CÔNG VỚI HEINEKEN CÒN ĐƯỢC TẠO DỰNG TỪ NHỮNG TRẢI NGHIỆM ĐỘC ĐÁO BẬC NHẤT MÀ CHỈ CÓ THƯƠNG HIỆU DANH TIẾNG NÀY CÓ THỂ MANG LẠI CHO KHÁCH HÀNG. VỚI NGUỒN CẢM HỨNG BẤT TẬN TỪ KHOA KHÁT CHINH PHỤC, SÁNG TẠO VÀ ĐỘT PHÁ, HEINEKEN ĐÃ VÀ ĐANG TỪNG BƯỚC NÂNG CAO VỊ THẾ CỦA MÌNH TRONG LÒNG NGƯỜI HÂM MỘ.

## TRẢI NGHIỆM ĐỈNH CAO - CHÌA KHÓA KHẲNG ĐỊNH ĐẲNG CẤP

Hiểu được tầm quan trọng của việc kết nối cảm xúc của khách hàng với thương hiệu, Heineken đã sớm chọn những trải nghiệm đỉnh cao để chinh phục người tiêu dùng và trở thành sự lựa chọn hàng đầu của họ. Từ những đường nét thiết kế dù là chi tiết nhất cho đến những sự kiện hoành tráng và choáng ngợp, công thức thành công của Heineken nằm trọn vẹn trong hai từ: trải nghiệm.

Heineken nâng tầm người hâm mộ lên một bậc mới cùng những trải nghiệm đột phá của mình. Những người đàn ông của Heineken luôn là những người khát khao chinh phục thử thách, bứt phá những giới hạn và luôn mở rộng bản thân cho những không gian mới, những thử thách mới. Đó cũng chính là lý do mà xung quanh những người đàn ông của Heineken, những trải nghiệm mà họ có được luôn là độc đáo nhất, đẳng cấp nhất. Người hâm mộ đã không còn xa lạ với những không gian âm nhạc đầy sôi động đến từ dàn nghệ sĩ hàng đầu thế giới mang đậm chất xanh thương hiệu. Hay những mùa lễ hội tưng bừng, rực rỡ và đầy bất ngờ do Heineken mang lại để cùng người hâm mộ hòa mình vào dòng cảm xúc thăng hoa những ngày cuối năm với chuỗi sự kiện Heineken Green Room. Và còn khó quên hơn khi Heineken luôn là thương hiệu tiên phong trong những chiến dịch hợp tác cùng những tên tuổi lớn và đẳng cấp không kém: siêu điệp viên huyền thoại James Bond hay cúp bóng đá danh giá hàng đầu thế giới UEFA Champions League. Đặc biệt tại Việt Nam, chiến dịch "Khám phá thành phố thế giới" đã khơi gợi những cư dân thành phố niềm háo hức tìm kiếm thử thách để khám phá chính thành phố thân quen nơi mình ở, để rồi nhận ra rằng, Đà Nẵng, Hà Nội hay Nha Trang cũng tuyệt vời không kém gì Paris, New York hay Thượng Hải. Sự đa dạng và sáng tạo đó chính là dấu ấn Heineken đã ghi trọn vẹn điểm trong lòng người hâm mộ.



Vẫn giữ nguyên sáng kiến của phiên bản "**Dấu ấn của sự hoàn hảo**" với nhãn giấy bạc được bọc ở cổ chai, nắp chai khắc nổi tinh tế đi cùng ngôi sao đỏ với dòng chữ "Heineken Quality" sẽ tiếp tục khẳng định chất lượng và những trải nghiệm tuyệt vời cho người tiêu dùng. Để biết thêm thông tin về các chương trình và hoạt động của Heineken hãy thường xuyên truy cập [www.heineken.com.vn](http://www.heineken.com.vn) và [www.facebook.com/HeinekenVN](https://www.facebook.com/HeinekenVN).





# ĐỘT PHÁ THƯƠNG HIỆU TỪ ĐIỆN MẠO DANH GIÁ VỚI TINH HOA QUỐC TẾ TỪ MÀU XANH NGUYÊN BẢN

Không chỉ chiếu chuộng người hâm mộ bằng những giá trị tinh thần đầy độc đáo, sáng tạo và “chỉ có thể là Heineken”, thương hiệu bia hàng đầu thế giới này còn nỗ lực mang đến trải nghiệm toàn diện và hoàn hảo ngay từ ánh nhìn đầu tiên. Thiết kế bao bì và mẫu mã trên các sản phẩm của Heineken luôn là một niềm tự hào của nhà sản xuất bia đến từ Hà Lan này. Sắc xanh từ lâu đã trở thành một biểu tượng của chất lượng được khẳng định, của những trải nghiệm bất tận và những khoảnh khắc đáng nhớ. Và giờ đây, một lần nữa Heineken chuyển mình thay đổi, khoác lên mình một diện mạo mới khác biệt và đẳng cấp hơn bao giờ hết.

Với chiến dịch giới thiệu thiết kế mới “Một màu xanh nguyên bản”, người hâm mộ chắc chắn sẽ bất ngờ với diện mạo mới mẻ và đầy biến hóa này, khi toàn bộ phần thân lon và logo Heineken sẽ được phủ bởi màu xanh huyền thoại. Ngôi sao đỏ - biểu tượng chất lượng của thương hiệu sẽ nổi bật và sắc nét hơn trên nhãn chai và lon. Đặc biệt nhất, nguồn gốc thương hiệu bia với chất lượng tuyệt hảo sẽ được thể hiện ngay trên thiết kế mới, nhấn mạnh sự lâu đời “Từ năm 1873” và bí quyết ủ bia độc đáo. Chiến dịch này nằm trong kế hoạch toàn cầu của thương hiệu Heineken khi đồng loạt giới thiệu bộ nhận diện thương hiệu và bao bì sản phẩm mới xanh hơn, đẳng cấp hơn gồm nhãn chai, lon, và thùng giấy tại hơn 170 quốc gia trên toàn thế giới.

Chưa hết, người dùng còn được khám phá câu chuyện đằng sau lớp bao bì sang trọng

kia, một tinh thần đậm đặc tinh hoa quốc tế. Ít ai biết rằng vào năm 1873, ông Gerard Heineken vô cùng tự hào về chất lượng của loại bia lager hảo hạng mà ông mới ủ thành công, đến mức ông đặt tên loại bia mới này theo chính tên họ của mình. Và vào ngày nay, 4 thế hệ nối tiếp nhau đều cống hiến hết mình cho chất lượng bia thượng hạng, 25 triệu chai Heineken được bật nắp mỗi ngày ở hơn 192 quốc gia trên thế giới.

Bên cạnh đó, một trong những đặc điểm vô cùng đáng tự hào của Heineken chính là nguyên liệu được sử dụng hoàn toàn tự nhiên đại mạch. Với Heineken, họ tin rằng thước đo chân chính cho mỗi sản phẩm chính là sự tinh khiết để tạo nên những kiệt tác. Chính những nguyên liệu được chọn lọc nhất từ Đại mạch nảy mầm, nước tinh khiết, hoa bia cùng men A đã góp phần tạo nên một loại bia hảo hạng được tin cậy hơn 140 năm qua.

Tiên phong để sáng tạo, không ngừng thay đổi và làm mới chính mình, cùng cam kết mang lại những trải nghiệm có một không hai, Heineken tiếp tục mở ra một hành trình mới cho người tiêu dùng cùng với biểu tượng sang trọng và đáng khao khát của thương hiệu này. Vì Heineken hiểu rằng, sự kết nối cảm xúc chặt chẽ với khách hàng thông qua những trải nghiệm nguyên bản và đẳng cấp nhất, chính là công thức tạo nên một thương hiệu lẫy lừng và danh giá - Heineken.

Mở trang trong để khám phá





# STYLE TALKS

FEATURES - OPINIONS - ENTERTAINMENT



PHOTO : MILOR TRẦN  
MAKE UP : QUÂN NGUYỄN  
HAIR : PU LÊ  
STYLIST : MÌ GÓI  
MODEL : HH PHẠM HƯƠNG  
FASHION: KATE BY CHÂU PHẠM,  
COAT, KAREN MILLEN, BCBG



# PHẠM HƯƠNG

## CÂU ĐỐ CHƯA LỜI GIẢI

Phạm Hương mới đăng quang Hoa hậu Hoàn Vũ được hơn 9 tháng mà công chúng có cảm giác nàng đã làm hoa hậu cả đời. Như thế đó là một việc tất nhiên phải vậy, Hương sinh ra là để trở thành hoa hậu, để được công chúng ngưỡng mộ và yêu quý. Người đẹp cũng biết rất rõ vị trí của mình, để luôn chừng mực trong hành động và phát ngôn. Dù hỏi vắn đến đâu, nàng cũng tìm cách trả lời ngắn gọn, tương tự tiết lộ mà lại như chưa tiết lộ gì cả!

Anh Trâm



## “MỖI NGƯỜI ĐẸP CÓ MỤC TIÊU CUỘC SỐNG RIÊNG”

*Phạm Hương có chất giọng tốt, có ngoại hình, có bản lĩnh sân khấu. Chị có nghĩ đến việc dẫn thân vào nghệ thuật và trở thành một ca sĩ không?*

Cảm ơn chị về những lời khen đó. Bản thân Hương cũng đang cố gắng từng ngày để hoàn thiện mình. Việc trở thành một ca sĩ không phải chỉ đơn thuần là những thứ ở trên mà còn ở sự may mắn nữa. Hương tin vào chữ Duyên để xem mình sẽ đi được đến đâu trong showbiz này.

*Công chúng vẫn quen so sánh Phạm Hương với Hồ Ngọc Hà và nhìn thấy nhiều điểm tương đồng giữa hai người. Nhiều người thậm chí còn mạnh dạn tiên đoán Phạm Hương sẽ là người kế thừa danh hiệu “Nữ hoàng giải trí” từ đàn chị. Chị nghĩ gì về điều này?*

Bản thân Phạm Hương chưa bao giờ nghĩ mình sẽ đi hát kiếm tiền hay trở thành nữ hoàng giải trí, tất cả đều do mọi người áp đặt, gán ghép cho mình. Người thương thì nói kệ đi em, kẻ ghét thì bài xích, nói mình học đòi. Hương cho rằng việc Hương sẽ hoạt động ra sao thì mọi người sẽ thấy trong tương lai, còn hiện tại, Phạm Hương muốn làm việc và thực hiện nghĩa vụ, trách nhiệm của hoa hậu Hoàn vũ Việt Nam.

*Nếu ở nước ngoài, ví dụ Hongkong, các hoa hậu rất tích cực tham gia các hoạt động: đóng phim, đi hát,...thì có vẻ ở nước ta các hoa hậu vẫn còn an toàn quá. Hoạt động chủ yếu chỉ xoay quanh đi sự kiện và tham gia các hoạt động từ thiện. Chị nghĩ thế nào về việc này?*

Hương nghĩ mỗi người đẹp có mục tiêu cuộc sống riêng, như những người đẹp ở Mỹ chẳng hạn, thi hoa hậu xong về làm cô giáo, về làm quân nhân...nên cái đó tùy thuộc vào lựa chọn của mỗi người. Bản thân Phạm Hương cũng có nghề nghiệp, nên khi hoàn thành các trách nhiệm của cộng đồng thì Hương sẽ cố gắng theo đuổi đam mê. *Dường như tham gia The Face, Phạm Hương được giao đóng “vai ác” và đánh mất thiện cảm của một số lượng fan. Chị có lo lắng không? Đến thời điểm này, quyết định tham gia The Face là khôn ngoan hay đại dốt, theo chị?*

Trước khi tham gia cái gì, Hương đều cân nhắc và lường trước mọi vấn đề. Chưa hẳn là Hương mất fan đâu, vì làm gì có thước đo nào cụ thể chứng minh điều đó. Bản thân Hương tham gia The Face thì phải thể hiện cho đúng tính chất, vai trò và tuân thủ luật chơi. Hương hoàn toàn thoải mái với điều đó.

*Chị đánh giá thế nào về khả năng 2 đội đối thủ của mình tại The Face: Team Hồ Ngọc Hà và Team Lan Khuê. Ai đáng gờm hơn?*

Bản thân Hương không có nhiều cơ hội để quan sát 2 đội còn lại sau hậu trường, tuy nhiên nếu xét về những gì thể hiện tại trường quay thì đội của HLV Hà Hồ trội hơn rất nhiều về nhan sắc, đội Lan Khuê thì nhiều năng lượng và nỗ lực. Tất cả đều là những đối thủ mạnh của team Phạm Hương.











**“TÔI TIN Ở SỰ CHÂN THÀNH CỦA MÌNH...”**

*Phạm Hương gắn liền với tính từ “tự tin”. Nhưng tự tin không phải là thứ hô khẩu hiệu là có. Phải có cái gì bên trong thì mới tự tin được chứ! Điều gì khiến Phạm Hương tự tin về chính mình?*

Tôi tin ở sự chân thành của mình, những trải nghiệm thành công và thất bại mà tôi đã trải qua cùng sự tinh tế đầy nữ tính trong cuộc sống. Ở Phạm Hương lúc nào cũng toát lên sức sống, sự tự tin, rạng rỡ. Đó là lợi thế nhưng cũng khiến hình ảnh Phạm Hương hơi một màu, ít biến hóa. Chị nghĩ gì về nhận xét này?

Người khác nhận xét dựa trên cảm nhận của họ, mình vẫn cứ là mình thôi. Bản thân Hương cũng không quá để tâm đến những bình phẩm của người khác về mình (cười).

*Nghe nói Phạm Hương sắp chuyển nhà. Ngôi nhà mới sẽ to hơn, đẹp hơn ngôi nhà cũ. Phạm Hương mới đăng quang chưa đầy một năm, nhiều người sẽ thắc mắc, thu nhập của Phạm Hương như thế nào để đủ sức làm việc này?*

Thế chị định giá căn nhà em sắp mua là bao nhiêu?(Cười). Hình thức mua nhà thì nhiều mà, không đủ tiền thì trả góp. Bản thân Hương nghĩ mình hoạt động dày đặc: dự event, đóng quảng cáo, đại diện thương hiệu, cát xê tham gia chương trình thực tế. Mua biệt thự, villa thì khó chứ căn hộ chung cư bé bé thì không phải là vấn đề lớn lắm đâu ạ.

“Tôi tin ở sự chân thành của mình, những trải nghiệm thành công và thất bại mà tôi đã trải qua cùng sự tinh tế đầy nữ tính trong cuộc sống.”

**THÀNH CÔNG LÀ “TRÁI NGỌT” SAU NHIỀU LẦN THẤT BẠI**

*Làm hoa hậu rất hay bị “soi” và bắt lỗi. Cứ nhìn Kỳ Duyên là một ví dụ. Chị giữ gìn hình ảnh của mình như thế nào?*

Bản thân Hương ý thức được điều gì nên làm, điều gì không nên làm, nhất là ở những nơi công đồng, đồng người càng phải giữ kẽ. Quan trọng là ý thức cá nhân mỗi người thôi.

*Vương miện hoa hậu có giống chiếc vòng kim cô khiến chị cẩn trọng trong lời nói, có những câu trả lời an toàn, giấu đi chính kiến của mình không?*

Chưa bao giờ Phạm Hương nói điều không thật với bản thân nghĩ! Phạm Hương là một người đã trải qua khá nhiều cuộc thi. Chị thành

công ở Hoa hậu Hoàn Vũ Việt Nam, nhưng cũng chưa thành công ở Vietnam Next Top Model, Người mẫu ngôi sao tương lai, Hoa hậu hoàn vũ thế giới. Tôi nghĩ người như Hương hẳn sẽ có quan niệm rất thú vị về thành công và thất bại?

Thành công là “trái ngọt” sau nhiều lần “trông” thất bại (cười)

*Phạm Hương là một trong những sao Việt đầu tiên thể hiện thái độ về yếu sách đường lối bỏ của Trung Quốc. Tại sao chị đặc biệt quan tâm đến vấn đề này?*

*Chị nghĩ gì về mối quan hệ giữa ngôi sao giải trí và chính trị?*

Bản thân mình là công dân Việt Nam thì phải nêu quan điểm và ủng hộ những gì tốt đẹp nhất cho đất nước. Nếu các ngôi sao giải trí dùng sức ảnh hưởng của mình để kêu gọi fan hướng theo suy nghĩ tốt đẹp thì điều đó cũng rất tốt chứ.

*Cảm ơn Phạm Hương về cuộc trò chuyện!*







Trong khoảng thời gian 3 năm trở lại đây, Rihanna vắng bóng trên thị trường băng đĩa nhưng chúng ta vẫn không thiếu thứ để nghe. Taylor Swift, Justin Bieber, Adele hay những cái tên mới nổi như Ariana Grande, Iggy Azalea... liên tục tung ra những sản phẩm âm nhạc mới. Nhưng thị trường âm nhạc vẫn thấy thiếu một thứ gì đó. Một nhân tố luôn bùng nổ, bí ẩn, không thể đoán trước mang tên Rihanna.



## KIM CƯƠNG ĐEN TỎA SÁNG

Rihanna đến từ một đất nước nhỏ bé, rất ít người từng nghe tên: đảo quốc Barbados. Không giống như Taylor Swift hay Miley Cyrus, khi Rihanna sinh ra, đã không có chiếc thìa bạc nào trong miệng. Bố mẹ cô đều có xuất thân bình thường, chẳng dính dáng gì đến nghệ thuật. Mẹ Rihanna là kế toán, bố làm công việc quản kho. Khi Riri (tên thân mật của Rihanna) còn nhỏ, cô dành phần lớn thời gian để giúp bố mẹ bán quần áo kiếm thêm tiền trên bãi biển.

Gia đình Riri rất phức tạp. Ngoài hai anh trai ruột, cô còn có thêm 3 anh chị em cùng cha khác mẹ. Bố cô nghiện rượu, ma túy và hay bạc đãi vợ con. Gia đình không hạnh phúc đã để lại ảnh hưởng nặng nề đến tinh thần và thể xác Rihanna. Thuở nhỏ, cô phải chịu rất nhiều cơn đau đầu dữ dội đến nỗi bác sĩ còn nghi ngờ đó là một khối u. Phải đến khi cô 14 tuổi, cha mẹ cô ly dị, sức khỏe của Rihanna mới được cải thiện. Từ một cô gái nhỏ xuất thân tầm thường ở một đất nước vô danh đến nữ hoàng giải trí, ngôi sao bán chạy nhất thế giới là một quá trình cố gắng không ngừng nghỉ của Rihanna. Ở tuổi 28, Riri đã có trong tay 8 giải Grammy, 23 giải Billboard và vô số kể những giải thưởng danh giá khác. Với 200 triệu records được bán ra, Rihanna luôn dẫn đầu danh sách những ngôi sao quyền lực nhất thế giới.

Giống như tên gọi của một những hit được yêu thích nhất: "Diamonds", Rihanna xứng đáng được mệnh danh là "kim cương đen" của âm nhạc thế giới. Sự khác biệt của than chì và kim cương là dù cùng chung cấu trúc, kim cương phải chịu một nhiệt độ và một áp suất khủng khiếp để tạo thành. Xuất thân từ hoàn cảnh không nhiều thuận lợi, nhưng Rihanna đã chọn vươn lên trở thành một viên kim cương quý giá chứ không phải là một viên than chì nhỏ bé, bình thường.



## RIHANNA = CÁI TÊN KHÔNG THỂ LÃNG QUÊN

Bạn chưa từng nghe thấy cái tên Rihanna? Hành tinh nơi bạn ở hẳn không có radio, TV và internet! Rihanna là chủ nhân của những hit nghe một lần đã nghiện: Umbrella, Take a Bow, Russian Roulette, Only Girl (In the World), S&M, We Found Love, Diamonds...vv Danh sách này sẽ tiếp tục nối dài bởi Rihanna nổi tiếng là một ngôi sao làm việc không ngừng nghỉ.

Điều fan hâm mộ yêu ở Rihanna là cô không bao giờ dừng đổi mới bản thân và thay đổi phong cách. Cô gái này luôn khiến công chúng bất ngờ. Người ta không thể đoán Rihanna sẽ trở thành ai, làm gì tiếp theo, nhuộm màu tóc nào, chọn phong cách gì. Mỗi lần xuất hiện với một album mới, Rihanna lại khiến khán giả vỡ òa vì một diện mạo, một dòng nhạc khác.

Rihanna lần đầu tiên xuất hiện trước công chúng với hình ảnh một cô nàng da nâu nóng bỏng ngọt ngào với album đầu tay Music of the Sun (2006). Sang A Girl Like Me (2007), cô gái ngày nào đã trở nên cá tính, mạnh mẽ hơn – một phiên bản Beyonce thứ 2. Bước ngoặt đổi đời của Riri là album phòng thu thứ 3: Good Girl Gone Bad (2007). Cô cắt phẳng mái tóc dài, ăn mặc cá tính, gợi cảm, phong thái bất cần, từng tưng. Cả thế giới nhún nhảy theo giai điệu Umbrella “ella”, “ella” của cô nàng. Các cô gái đổ xô đi cắt tóc bob để giống thần tượng. Thời kỳ này, Riri liên tục trình làng các hit đình đám như Don't Stop The Music, Shut Up and Drive, Take a Bow, Disturbia, If I Never See Your Face Again...

Sau đỉnh cao này là một đỉnh cao khác. Rated R (2009) thậm chí còn được giới chuyên môn đánh giá cao hơn album cũ. Rihanna xuất hiện mạnh mẽ, đen tối, nguy hiểm với những bài hát ngập tràn bạo lực và hình ảnh súng ống đạn dược. Tóc bob hiện đại được chuyển thành tóc mái lệch cá tính. Rihanna đã tuyên chiến và giành chiến thắng với các khúc Russian Roulette, Fire Bomb, Rude Boy...

Với Loud, Riri chứng tỏ một cô nàng với vẻ ngoài thường thường bậc trung và khuôn mặt không xinh xuất sắc có thể trở nên quyến rũ, gợi cảm chết người như thế nào. Đàn bà quan trọng ở thần thái hơn là nhan sắc. Điều đó đặc biệt đúng với Riri. Khán giả mê mẩn hình ảnh cô nàng da nâu, tóc đỏ bóng bẩy, ngọt ngào đến không thể cưỡng lại trong S&M, What's My Name, Only girl (In The World),...

Talk That Talk (2011) là một album khiêu khích với chủ đề xoay quanh tình dục, chất gây nghiện, sự sa đọa. Unapologetic (2012) trưởng thành, tỏa sáng với đĩa đơn Diamonds “bắt buộc phải nghe”. Các tạp chí có thể làm chuỗi bài dài liệt kê những kiểu tóc, màu son, phong cách mà Rihanna từng theo đuổi bởi con số là không dừng lại. Riri là nghệ sĩ chịu khó thử nghiệm, làm mới mình nhất. Bởi đúng như hình xăm trên ngực của cô nàng “không có thất bại, chỉ có bài học”, Rihanna không sợ thiên hạ nói ra nói vào, cô luôn dám là chính mình.







## IN RIHANNA, WE TRUST

Album mới nhất của Rihanna mang tên Anti vừa trình làng vào tháng 1 năm 2016 sau hơn 3 năm vắng bóng. Điều này thật bất thường vì giọng ca Diamonds trước đây vốn nổi tiếng chăm chỉ. Gần như mỗi năm, Riri đều chiêu đãi fan bằng một album mới: Music of the Sun (2005), A Girl like Me (2006), Good Girl Gone Bad (2007), Rated R (2009), Loud (2010), Talk That Talk (2011), Unapologetic (2012). Với Anti, Rihanna đã để fan chờ quá lâu. Điều này thật chẳng giống cô chút nào.

Anti cũng là một album gặp khá nhiều gặp ghềnh, chứ không được xuôi chèo mát mái như các anh chị của mình. Lịch ra album liên tục bị hoãn, những single tung ra rải rác không được đón nhận như kì vọng, chưa kể toàn bộ album còn bị leak trước ngày ra mắt. Anti cũng nhận được nhiều ý kiến trái chiều. Nếu như giới phê bình đánh giá cao chất giọng, sự tự tin, sự thể nghiệm nghệ thuật của Rihanna thì rất nhiều fan phải lắc đầu ngán ngẩm: không nuốt trôi nổi ca khúc nào của thần tượng.

Những ca khúc của Anti tối nghĩa, ca từ tối giản, tối thiểu với chủ đề xoay quanh những ám ảnh về tình dục. Đường như sau một thời gian dài bùng nổ với những ý tưởng mới, sự sáng tạo của Riri đang đi vào ngõ cụt. Cô loay hoay và bế tắc trong một thế giới tối tăm của những mối tình nặng nhọc cảm và thiếu kết nối. Anti liệu có phải là dấu chấm hết của một thương hiệu đình đám toàn cầu mang tên Rihanna?

Câu trả lời là chưa chắc. Fan hâm mộ vẫn tin vào cô. Nhìn lại một quá trình lao động, sáng tạo không ngừng của Rihanna, những gì cô đã tạo dựng và chinh phục, người hâm mộ hy vọng đây chỉ là một quãng nghỉ của thần tượng. Và nếu Rihanna có trót làm chúng ta thất vọng với album này thì hãy tin rằng cô gái đó sẽ khiến chúng ta bất ngờ gấp 2 ở album sau.





# TRANG TRANG TRẦN

Thời trang  
không được phép  
nhàm chán



“Tại sao bạn phải đi theo lối mòn trong khi bạn có thể thú vị, hấp dẫn, độc đáo từng ngày?” – Trang Trang Trần, chủ sở hữu thương hiệu Must Have chia sẻ. Tham vọng, thông minh, tài năng, cô gái 21 tuổi này hứa hẹn sẽ còn bứt phá xa hơn trong tương lai.

Tâm An

**M**ust Have là thương hiệu thời trang được Trang Trang Trần xây dựng từ năm 19 tuổi. Bắt đầu chỉ từ những chiếc áo sơ mi bình thường giản dị được Trang mua về và “biến tấu” để thú vị hơn. Cô rạch viền áo hoặc cài lệch cúc, hoặc bỏ vai hay buộc túm. Mỗi ngày một chút thay đổi như thế, chiếc sơ mi trở nên không nhàm chán nữa. Những bức ảnh đăng trên mạng xã hội của cô không ngờ nhận được sự hưởng ứng rộng rãi từ cộng đồng mạng. Trang Trang Trần bắt đầu nhen nhóm ý định làm ra những sản phẩm độc đáo để bán cho mọi người.

Must Have có một phong cách độc đáo, dễ nhận diện. Trước tiên về màu sắc, Must Have thường chỉ xoay quanh hai màu cơ bản: trắng và đen. Giới trẻ yêu thích đồ của Must Have vì những phom dáng khác thường, chẳng giống ai, những đường cut –out táo bạo, mới lạ. Trang thường sử dụng chất liệu lụa, cotton cho các bộ sưu tập của mình nhưng vải thường sờn sờn chứ không quá bóng. Cô muốn sản phẩm của mình thanh lịch, nhưng vẫn đậm chất trẻ, cá tính, sáng tạo. Must Have có hai dòng sản phẩm chính: dòng Ready to Wear dành cho khách hàng thông thường và dòng Limited dành cho khách VIP. Tất cả những sản phẩm Limited đều có họa tiết, trang trí cầu kỳ được thực hiện thủ công. MC Thanh Vân Hugo, Á hậu Tú Anh, Á hậu Huyền My, hot girl Tâm Tít đều là những khách hàng quen thuộc của thương hiệu Must Have.

Must Have ra đời với mục đích mang tới sự mới mẻ, phong cách mà không quá lạ lẫm, nổi loạn. Trang hy vọng, Must Have có thể thuyết phục những khách hàng vốn quen với lối ăn mặc an toàn trước đây, dám mạo hiểm thay đổi hình ảnh mình, để thời trang và cá tính hơn. Với mức giá vừa phải, hợp lý, Must Have mong muốn có thể chạm tới nhiều đối tượng khách hàng và phục vụ cho nhu cầu thích thay đổi, làm mới mình của mọi người.

Năm 2016 là một cuộc cách mạng về thương hiệu của Must Have. Sau một thời gian dài chỉ bán online, Must Have đã chính thức khai trương ngày 2/7 vừa qua. Tọa lạc tại địa chỉ 52 Thợ Nhuộm, Hai Bà Trưng, Hà Nội, Must Have trao cơ hội cho khách hàng khám phá và thể hiện cá tính thực sự của mình.





# ANH MUỐN IM SÔNG SAO



Đàn ông khi cầm cửa, anh nào cũng một hai ngọt nhạt “Sau này em chẳng phải làm gì hết. Cứ ở nhà anh nuôi. Chăm sóc gia đình con cái là ổn lắm rồi.”. Ấy thế nhưng khi các anh ngồi chén tạc chén thù với nhau thì lại bảo “Phụ nữ bây giờ lý tưởng nhất là phải đảm đang, cả không dấu ngoặc kép lẫn có dấu ngoặc kép, để chiều mình cả ngoài đường lẫn trên giường. Kiếm tiền được nữa thì càng tốt!”. Thật là thiếu nhất quán! Tóm lại là đàn ông cần phụ nữ 3N - ngon, ngoan, ngoan để đứng sau tề gia nội trợ hay muốn một người đàn bà 2Đ - đảm đang để cùng mình trị quốc bình thiên hạ đây? Và liệu phụ nữ có phải là giống loài dễ bị đàn ông “mị dân” đến thế?



## CHIẾC ÁO CHOÀNG ÁP LỰC

### Profile số một.

Nàng là lí do chúa trời tạo ra phụ nữ. Có lẽ vậy. Bởi ở nàng hội tụ đủ những đức tính tốt đẹp nhất của một nửa mềm yếu, mong manh của thế giới: Nhẹ nhàng, khéo léo, duyên dáng, chịu thương chịu khó. Trước khi yêu, nàng cũng là người có sự nghiệp phôi phôi, đường thăng tiến mênh mông. Ấy thế mà chẳng hiểu anh người yêu “tấy nảo” thế nào. Cưới xong một cái, nàng nghỉ việc. Nghỉ hẳn luôn. Để ở nhà nội trợ chăm lo cho chồng và tương lai là cho con. Từ một nàng ra đường lắm anh theo, giờ người dỗi theo nàng chắc chỉ có mấy chị mấy bà bán thịt bán rau ngoài chợ. Nàng trở nên úi xùi, ăn mặc tuềnh toàng, người suốt ngày thơm mùi tỏi hành chanh ớt, nước rửa bát, nước lau nhà và bột giặt. Chồng vẫn yêu thương vợ đấy, nhưng chắc những xấu xí kia đã làm mất luôn cảm hứng gần gũi vợ mình. “Đã hơn tháng nay chồng chẳng thèm đụng vào mình. Chắc anh ấy đi làm mệt”. Nàng trầm nghĩ, cố xua đi cơn ham muốn được gần chồng. Ừ. Có thể chồng mệt thật. Nhưng cũng có thể chàng đã có người phụ nữ khác cho mình rồi.

### Profile số hai.

Nàng luôn là lí do khiến đàn ông e dè phụ nữ. Nàng mạnh mẽ, quyết đoán, và chẳng ngại khó khăn. Nàng quyến rũ và đẹp. Không phải cái đẹp sỗ sàng đập ngay vào mắt. Ấy là nét sexy ẩn hiện trong đôi mắt bồ câu, đôi chân mày lá liễu, và đôi chân dài thẳng tắp. Nàng chưa bao giờ biết sợ đàn ông hay cảm thấy mình bị lép vế. Cho đến khi, nàng gặp chàng. Đồng nghiệp, cộng sự, tiền bối. Và gì nữa nhỉ? Tại sao ở cạnh chàng nàng luôn có cảm giác muốn chiếm hữu và muốn được chàng chiếm hữu? Dù chàng đã có vợ, nàng biết điều đó. Nhưng nàng vẫn không thể rũ được ý nghĩ phải có được chàng ra khỏi đầu mình. Nàng biết chàng luôn thích tip phụ nữ mạnh mẽ, độc lập và có chính kiến. Còn ai làm điều đó tốt hơn nàng đây? Vậy là những tối làm muộn cùng nhau, những trưa đi ăn bàn công việc đã dần bị chiếm chỗ bởi những cái ôm chặt, những nụ hôn ngẫu nhiên và cả những lần cuốn nhau đi gấp gáp trong khách sạn. Nhưng nàng biết, người đàn ông ấy sẽ vĩnh viễn không bao giờ thực sự là của mình. Anh ta vẫn yêu vợ, rất yêu vợ. Và nàng sẽ chỉ là một điểm dừng chân tạm thời lúc chàng cần nơi nghỉ ngơi mà thôi.

Cả hai người phụ nữ, ai cũng đều tự khoác lên mình chiếc áo choàng và nghĩ rằng chỉ cần cố gắng, mình có thể biến thành nữ cường nhân, làm vui lòng người đàn ông của đời mình.

## TỰ DO NHƯ CÁNH CHIM TRỜI

Phụ nữ từ trước đến nay vẫn luôn được dạy dỗ và nuôi lớn lên bằng ý niệm: Nhìn đàn ông mà sống. Ấy là tại gia tông phụ, xuất giá tông phu, phu tử tông tử. Đàn bà con gái, nhỏ phải theo cha, lớn lên theo chồng, chồng chết theo con. Vậy nên gì thì gì, đàn bà cũng phải sống chết có cho được một đứa con trai. Chính tư tưởng ấy đã khiến phụ nữ dần biến thành một dây leo, bám rễ và cả thân mình theo đàn ông. Cứ như thế nếu thiếu đàn ông thì phụ nữ sẽ không thể tồn tại được ấy. Đó không phải là tư tưởng sai lầm, nhưng nó hoàn toàn đã cũ. Một người phụ nữ luôn lấy đàn ông làm lẽ sống sẽ chẳng thể

có được hạnh phúc thực sự. Vậy tại sao lại chỉ vì một lời nói của đàn ông, mong muốn của đàn ông, yêu cầu của đàn ông mà phải gồng mình lên làm nữ cường nhân và không dám sống thật với ước mơ, mục đích của chính mình?

Hai người phụ nữ trong hai profile kia, đều đáng thương hơn đáng giận. Vì người đàn ông trong cả hai câu chuyện, thực ra là một người. Vậy đấy. Đàn ông luôn tham lam và chẳng biết thế nào là đủ. Đàn bà luôn sợ mình đã cũ, nên cứ loay hoay làm mới mình theo ý đàn ông, mà chẳng biết rằng tự tay mình đang cướp đi mọi niềm vui sống của bản thân. Nếu hai người phụ nữ kia không gặp nhau, không biết nhau, nếu người vợ không phát hiện ra, có lẽ cả hai vẫn sẽ ôm ảo tưởng rằng, mình là người phụ nữ hạnh phúc nhất thế gian. Vì người đàn ông kia vẫn đang yêu chiều mình hết mực cơ mà. Hy sinh của mình cũng được đền đáp đấy. Vậy là họ lại tiếp tục cố gắng để khoác lên mình chiếc áo choàng siêu nhân.

## HÃY SỐNG NHƯ MÌNH MONG MUỐN

Có một câu nói rất hay về người phụ nữ tự do và được giải phóng hoàn toàn mà tôi vẫn nhớ đến tận bây giờ: *A liberated woman is the one which has sex before marriage and a job after* (một người phụ nữ tự do là người được “yêu” trước khi cưới và có một công việc sau khi kết hôn!). Phụ nữ luôn bị ràng buộc bởi những triết lí, giáo điều, những định kiến của xã hội. Nay thì mất “cái ngàn vàng” trước khi cưới là hư hỏng, nay thì với phụ nữ gia đình và con cái phải đặt lên hàng đầu, nay thì việc theo đuổi công danh sự nghiệp là của đàn ông, đàn bà tham việc sẽ khiến gia đình không hạnh phúc. Vậy là ngày này qua ngày khác, tháng này qua tháng khác, phụ nữ cứ bơi ra, cố gắng làm đúng, làm đủ hết bốn phận của mình, ấy vậy mà không hiểu sao vẫn cứ bị nhòm ngó, dèm pha.

Đã đến lúc nàng cần nhận ra một điều, phụ nữ không cần nhìn ai để sống hết. Cuộc đời này là của nàng, và nàng chỉ sống có một lần thôi. Đừng để người khác dạy nàng phải sống thế nào, phải hy sinh thế nào, phải uốn éo thế nào cho vừa lòng họ.

Hôm trước, ngồi cafe với anh bạn thân, chàng có đưa cho tôi một list những điều tạo nên một người phụ nữ hoàn hảo. Ôi thôi, nhìn vào đã choáng. Một danh sách dài như số sơ sơ có hơn hai chục cái gạch đầu dòng: Người đẹp đáng chuẩn, thông minh, xinh đẹp, nấu ăn ngon, giỏi trên giường, biết kiếm tiền, tự lập, khéo léo, đảm đang, không đòi hỏi... vân vân và vân vân! Tôi trở mặt ra nhìn rồi quay sang anh bạn thân gào mồm lên “Đàn ông các anh bị điên à? Làm quái có em nào như này tồn tại trên đời? Hoang tưởng à?”. Lão ta khi ấy cười hểnh hểch, và nói một câu đắt như kim cương “Chưa gì đã bù lu bù loa lên rồi! Ai bắt phụ nữ các em làm hết đầu. Cứ chọn đại lấy ba gạch đầu dòng mà em tự tin mình làm được và làm tốt. Sau đó cứ thế phát huy. Vậy là đàn ông bọn anh hài lòng lắm rồi!”.

Thế đấy. Đàn ông hay chém to kho mận, chứ thực ra vẫn chỉ là những đứa trẻ to xác dễ dụ dễ hài lòng. Và nàng thấy không? Đầu cần phải là nữ cường nhân thì mới chiều được đàn ông. Hãy là chính mình, sống như mình mong muốn. Sự tự do trong tâm tưởng mới là điều khiến nàng trở nên quyến rũ. Đàn ông khi ấy, sẽ lại vây quanh nàng mà thôi.





### 1 - GOLDEN LYPRES® – NÂNG CẤP TIÊU CHUẨN LÀ NÂNG TẦM CHẤT LƯỢNG

Với tiêu chí “Chất lượng đi đầu”, hiện nay, **GOLDEN LYPRES®** đang được sản xuất dựa trên những tiêu chuẩn Quốc tế hàng đầu về chất lượng như ISO 22000, HACCP, GMP, HALAL. Là tiêu chuẩn bậc cao được thành lập bởi Hội đồng Tiêu Chuẩn Singapore (SAC), SS590 - HACCP với những quy định về quản lý, kiểm tra chất lượng nghiêm ngặt các khía cạnh của chuỗi sản xuất thực phẩm đã một lần nữa khẳng định tiêu chuẩn vượt bậc dành cho các cơ sở sản xuất tại Singapore nói riêng và trên Thế giới nói chung. SS590 - HACCP là cơ sở nền tảng vững chắc giúp **GOLDEN LYPRES®** trở thành sản phẩm chăm sóc sức khỏe toàn diện mang đẳng cấp Quốc tế. Thông tin liên hệ: Cửa hàng **GOLDEN LYPRES®** tại Sheraton Saigon Hotel & Towers - 80 Đồng Du, P. Bến Nghé, Q.1, Tp. Hồ Chí Minh - Điện thoại: 08.38276446 / 0919 408 118 - Email: [pvservice@hsbiotech.com](mailto:pvservice@hsbiotech.com) - Website: [www.hsbiotech.com](http://www.hsbiotech.com).

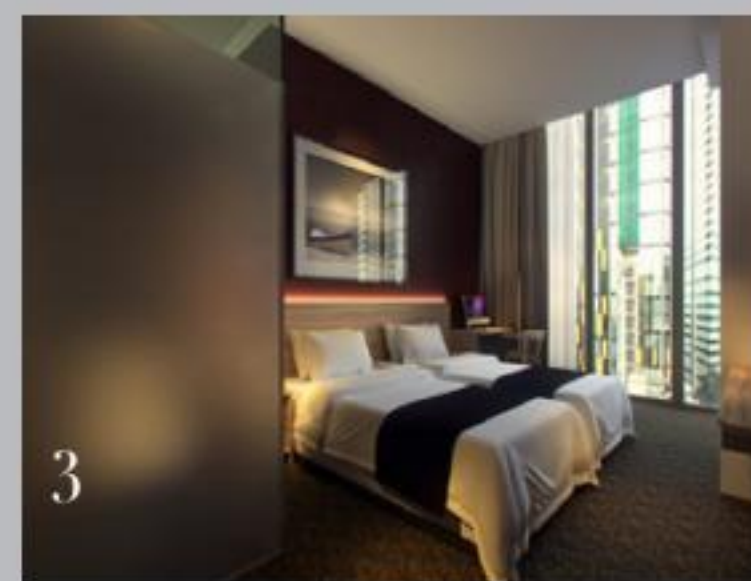
### 2 -TURKISH AIRLINES

Turkish Airlines chính thức khai trương đường bay thẳng đến Hà Nội, Việt Nam.

Chặng bay mới sẽ được khai thác với tần suất 5 chuyến/ tuần. Giờ bay trung bình đến Istanbul là 15 tiếng từ Hà Nội và 12 tiếng từ TP.Hồ Chí Minh. Các chuyến bay sẽ được khai thác bằng máy bay Airbus 330-300 với 288 chỗ được thiết kế chủ yếu cho các tuyến bay quốc tế với đầy đủ tiện ích giải trí hiện đại. Giá khởi điểm cho chặng bay khứ hồi từ Việt Nam - Istanbul là từ 865 USD bao gồm thuế, phí sân bay và các phụ phí khác. Hãng sẽ tăng tần suất bay lên 7 chuyến/tuần từ ngày 31/10/2016.

### 3 - BAY HOTEL HO CHI MINH

Nhân dịp khai trương, Bay Hotel Ho Chi Minh giới thiệu gói khuyến mãi phòng ở đặc biệt cho khách lưu trú bao gồm các dịch vụ: Miễn phí buffet sáng hàng ngày cho 2 người; Sử dụng Wi-fi không giới hạn; Các cuộc gọi trong nước không giới hạn; Giá từ 1.500.000 VND++/ phòng/ đêm vv... Gói khuyến mãi này được áp dụng từ 30/5 đến 31/10/2016 và phụ thuộc vào tình trạng phòng. (Giá chưa bao gồm 5% phí phục vụ và 10% VAT). Để biết thêm thông tin hoặc đặt chỗ, vui lòng gọi (84 8) 3829 6666 hoặc email đến [reservations@bayhotelhcm.com](mailto:reservations@bayhotelhcm.com). Để biết thêm thông tin hoặc đặt chỗ, vui lòng gọi (84 8) 3829 6666 hoặc email đến [reservations@bayhotelhcm.com](mailto:reservations@bayhotelhcm.com).



### 4 - NGHỈ DƯỠNG KẾT HỢP TẠI HỘI AN

Chỉ với VND850.000++/ người (phòng 02 người), du khách có thể tận hưởng kỳ nghỉ thư giãn tại khu biệt thự Hoa Cọ 2 và sử dụng tất cả các dịch vụ tại khu nghỉ dưỡng biển tiêu chuẩn 5 sao Palm Garden cùng hệ thống tại Hội An. Chương trình trọn gói nghỉ dưỡng kết hợp bao gồm nhiều ưu đãi như hai đêm nghỉ tại phòng Superior hướng vườn và ăn sáng tại biệt thự Hoa Cọ 2, thức uống thảo mộc khi nhận phòng, sử dụng hồ bơi tại biệt thự Hoa Cọ 2 và hồ bơi, bãi biển riêng, sân tennis (ban ngày) của khu nghỉ dưỡng biển 5 sao Palm Garden cùng hệ thống, sử dụng xe đạp suốt thời gian lưu trú ...Vui lòng liên hệ với bộ phận Đặt phòng: +84 510 3930 093 hoặc email: [hoacovilla@gmail.com](mailto:hoacovilla@gmail.com)



**5 - NISSAN LEAF**

Số liệu mới nhất cho thấy, tính đến nay, Nissan LEAF không chỉ là chiếc xe điện ăn khách nhất trên thế giới, mà còn là chiếc xe con bán chạy nhất trên toàn Na Uy. Hiện có gần 25.000 chiếc Nissan LEAF đang lăn bánh tại Na Uy, với doanh số bán ra tăng trưởng ngoạn mục. Theo số liệu bán hàng vừa được Nissan công bố, tính từ đầu năm đến nay, đã có 2.450 chiếc LEAF được hãng bán ra tại Na Uy – tăng 58.7% so với cùng kỳ năm ngoái. Những con số này được tiết lộ sau khi Nissan công bố doanh số 16.916 chiếc xe điện được tiêu thụ tại châu Âu vào năm tài khóa 2015-2016. Đây thực sự là một kỷ lục mới của năm.

**6 - KHÁCH SẠN INTERCONTINENTAL HANOI WESTLAKE**

Đừng bỏ lỡ bữa trưa chủ nhật đặc sắc với nhiều món ăn hấp dẫn được chế biến trực tiếp tại nhà hàng Cafe du lac. Còn gì tuyệt vời hơn khi cùng gia đình và bạn bè hòa mình vào không gian nhạc sống sôi động bên quang cảnh hồ Tây lãng mạn. Đầu bếp của chúng tôi sẽ mang đến cho bạn những lựa chọn ẩm thực tinh tế nhất với sự pha trộn độc đáo giữa ẩm thực Việt Nam và ẩm thực thế giới. Giá khởi điểm VND1.100.000/ người lớn (không bao gồm đồ uống).

**7 - SOFITEL SAIGON PLAZA**

Khách sạn Sofitel Saigon Plaza vừa bổ nhiệm bếp trưởng mới – ông Marko Rankel - một trong 50 đầu bếp tài năng nhất nước Đức. Ông từng được vinh dự được nấu ăn cho bà Hillary Clinton, Thủ tướng Anh Tony Blair và Thủ tướng Nhật Shinzo Abe. Với bề dày kinh nghiệm gần 20 năm của mình, cùng kiến thức sâu rộng về ẩm thực châu Á và niềm cảm hứng

vô tận dành cho hải sản, người bếp trưởng “phong trần” này chắc chắn sẽ mê hoặc người yêu ẩm thực tại Sài Gòn bằng những món ăn đặc sắc tại nhà hàng L'Olivier như Carpaccio tôm đỏ, cá bớp đút lò kiểu Provençal hoặc cơm Ý risotto với cá mè và nấm hương...

**8 - NHÀ HÀNG AMIGO GRILL**

Trong tháng 7 này, nhà hàng Amigo lại giới thiệu hương vị bò Mỹ nhập khẩu hảo hạng với bít tết thần nội, thần ngoại hay đầu thần ngoại, lựa chọn nước sốt tùy thích cùng hai món ăn kèm. Ngoài ra, quầy salad tự chọn, bánh mì, và một chai vang đỏ hoặc trắng tặng kèm luôn sẵn sàng phục vụ với giá chỉ 1.800.000++ VNĐ/phần. Từ ngày 4 – 9/7, ưu đãi 30% cho tất cả các vị khách mang theo thẻ AmCham khi dùng bữa tại nhà hàng. Mỗi thứ Bảy và Chủ nhật hàng tuần, cùng thưởng thức bữa tiệc gia đình đầy hứng khởi với ưu đãi 20% với những món ăn ngon tuyệt như hải sản nướng tổng hợp, đầu thần ngoại cao cấp, bò Mỹ, bò Úc nướng tổng hợp.

**9 - KHÁCH SẠN PULLMAN VUNG TAU**

Từ nay đến tháng 12 năm 2016, khách sạn Pullman Vung Tau sẽ giới thiệu tới các du

khách chương trình “Kỳ Nghỉ Cuối Tuần”. Với giá từ 2.600.000++ VND, các du khách có thể trải nghiệm kỳ nghỉ cuối tuần hấp dẫn với tiệc tối tuyệt hảo bên gia đình và bạn bè. Chương trình bao gồm lựa chọn loại phòng ở cùng các tiện nghi hấp dẫn khác như kết nối mạng Wifi miễn phí, bữa sáng buffet tại Nhà hàng Riviera, phòng tập Fit Lounge cũng như bể bơi ngoài trời. Để biết thêm thông tin hoặc đặt phòng, quý khách có thể liên hệ số điện thoại (64) 355 1777, email h7133-re@accor.com.

**10 - KHÁCH SẠN CARAVELLE SAIGON**

Xua tan nắng nóng mùa hè bằng làn gió Bacardi mát mẻ tại Caravelle Saigon. Trong suốt tháng Bảy, các tín đồ rượu rum và Bacardi sẽ cơ hội thưởng thức hàng loạt các loại cocktail nổi tiếng được pha trộn với rượu Bacardi hay Bacardi Gold kinh điển như Ginger Mojito, Citrus Daiquiri, Mai Tai Cinnamon... mang hương vị nồng nàn, êm dịu nhưng không kém phần tươi mới. Giá cho mỗi ly cocktail là 220.000 ++ VNĐ. Giá chưa bao gồm 5% phí dịch vụ và 10% VAT. Để biết thêm thông tin, vui lòng gọi (84) 906900523 hoặc email: culinary@caravellehotel.com





## ACCESSORIZE

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

## ALDO

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

## Axara

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

## BALLY

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

## BANANA REPUBLIC

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

## BÓN 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 Tràng Tiền, Hà Nội
- Burberry Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, TP. HCM
- Rex Hotel, 155 Nguyễn Huệ, Q1, TP. HCM

## CARTIER

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

## CHANEL

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

## CHARLES & KEITH

- 36 Lê Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- 18-20 Nguyễn Trãi, Q1, Tp. HCM
- Vincam 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

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

## FCUK

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

## GIVENCHY

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

## HA LINH THU

- Showroom: 6 Tràng Tiền, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Vincam Center, 191 Bà Triệu, Hà Nội.

## HA TRUONG SHOWROOM

- 37 Xuân Diệu, Tây Hồ, Hà Nội.

## I HATE FASHION

- 38 Phan Bội Châu, Hoàn Kiếm, Hà Nội

## JIMMY CHOO

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

## JUST CAVALLI

- Tràng Tiền Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Vincam Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Tp. HCM

## KAREN MILLEN

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

## KENZO

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

## KELLY BUI

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

## KIN BY CONG TRI

- 198 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM

## LANCÔME

- Parkson Việt Tower, Hà Nội.
- Tràng Tiền Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

## LA PERLA

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

## LÂM GIA KHANG

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

## LOUIS VUITTON

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

## LÝ GIÁM TIẾN

- 286/31 Trần Hưng Đạo, Q1, Tp. HCM

## MAGONN DESIGN

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

## MANGO

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

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

## OMEGA

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

## RALPH LAUREN

- Unionsquare, 171 Đồng Khởi, Q1, Tp. HCM.
- Tràng Tiền Plaza, 24 Hai Bà Trưng

## RUNWAY

- 13 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

## SALVATORE FERRAGAMO

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

## SERGIO ROSSI

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

## SWAROVSKI

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

## THỦY DESIGN HOUSE

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

## TOMMY HILFIGER

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

## TOPSHOP/TOPMAN

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

## VALENTINO

- 59 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.



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

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

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

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

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

- CRABTREE & EVELYN**
- Hệ thống Parkson & Vincom, Tp. HCM

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- THE BODY SHOP**
- 274 Bà Triệu, Hai Bà Trưng, Hà Nội
- 49 Hàng Bông, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Indochina Plaza, 239 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội
- Parkson Viet Tower, 198 Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội.
- Royal City, TTMM 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 Sông Hành, Xã 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 Thăng 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 Thanh, 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 Sông Hành, Xã lộ Hà Nội, Q2, Tp. HCM
- Parkson Flemington, 184 Lê Đại Hành, Q11, Tp. HCM
- Aeon Celadon, 30 Bà Bao Tân Thắng, Tân Phú, Tp. HCM
- 18 Hai Bà Trưng, Q1. Tp. HCM
- Parkson Hùng Vương, 126 Hùng Vương, Q5, Tp. HCM
- Robins Crescent Mall, 101 Tôn Dật Tiên, Q7, Tp. HCM.

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

BEAUTY

ĐỊA CHỈ MUA SẮM



# STYLE in quiz

Cùng Style thử sức với những câu hỏi và nhận những phần thưởng hấp dẫn!



1 Mẫu tóc này xuất hiện trên sàn diễn xuân hè mới nhất của thương hiệu thời trang nào?



2 Sự kết hợp của son bóng + thuốc màu là công thức son dạng lỏng nước mới đến từ thương hiệu nào?

2

3

Hình ảnh thời trang này thuộc bộ sưu tập xuân hè mới nhất của thương hiệu nào?

Tôi  
là ?  
ai!

“ Tôi không nghĩ mình là một con người quá thời trang, tôi cũng như rất nhiều phụ nữ khác rất phấn khích trước quần áo đẹp, phụ kiện đẹp. Tuy nhiên sự lựa chọn của tôi cũng thay đổi rất nhiều theo thời gian. Bạn cũng biết đấy, thời trang có yếu tố thời gian ở trong đó. Thời đại thay đổi và cách ăn mặc của chúng ta cũng thay đổi. Tuy nhiên tôi phải công nhận rằng sự đơn giản có giá trị bất biến. Bất kì lúc nào bản thân thấy hoài nghi, chỉ cần ăn mặc thật đơn giản, điểm xuyết phụ kiện vừa phải là có vẻ ngoài của mình. Đó cũng là phương châm tôi lựa chọn trang phục cho bản thân trong thời gian gần đây. ”

Trích dẫn trên là của ngôi sao nào xuất hiện trên ấn phẩm Style.



4

5 “ Chúng ta đang sống trong một nền dân chủ của nước hoa.

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? ”

Câu trích dẫn này là của ai?

6 Bạn có biết bìa Style số tháng 4/2016 với chủ đề The Real Beauty sử dụng trang phục của thương hiệu nào?

6



Các câu trả lời sẽ ko hề lạ đối với độc giả thân mến của STYLE!



# PHIẾU THAM DỰ CUỘC THI

Họ và tên: .....

Số điện thoại: ..... Email: .....

Bạn đọc, trả lời câu hỏi và cắt phiếu dự thi gửi về toà soạn:

**Tạp chí Style - Cty TNHH TT Châu Bách**  
**216 Bà Triệu, Phường Lê Đại Hành, Quận Hai Bà Trưng**  
**Hotline: 0914 585 839**

Đáp án:

Câu 1: ..... Câu 2: .....

Câu 3: ..... Câu 4: .....

Câu 5: ..... Câu 6: .....

Hạn nhận phiếu tham gia vào trước ngày 15/8 hàng tháng

## PHẦN THƯỞNG HẤP DẪN

Dành cho những ai  
trả lời đúng hết 6 câu hỏi!







# Life in the now.

SHARE YOUR #CKMINUTE





tilda lindstam  
model  
john hein  
model

Calvin Klein  
swiss made



HCM City: Vincom Dong Khoi (39369770) | Vincom Thao Dien (37442889) | Sun Wah Tower (38219279) | Maxmark 3/2 (38328991) | Vincom Thu Duc (37223433) | Vincom Go Vap (38945689) | Big C Quan 7 (0932171735) | Hai Trieu (01253246810) | PNI Chain Shops (39959336) | Galle Watch (39290685) | Cititime Plaza (0918088661) **Ha Noi:** Vincom Ba Trieu (22200268) | Vincom Megamall Royal City (62620560) | Vincom Megamall Times City (66599990) | Lotte Center (32676555) | Duy Anh Watch (66566660) | Savico Megamall (62550099) | Big C Thang Long (37832301) | Minh Tuong (38288579) | Xwatch Luxury (0888882345) | Galle Watch (38265170) **Da Nang City:** Big C (3666066) | Riverside Towers (3843818) **Nha Trang City:** Nha Trang Center (6516666) **Vinh City:** Big C (3596226) **Bien Hoa:** Hai Trieu (01253246810) **Can Tho:** Vincom Xuan Khanh (3769898)



Đã đến lúc  
tận hưởng  
tình yêu.

TISSOT CHEMIN DES  
TOURELLES LADY &  
TISSOT CHEMIN DES  
TOURELLES AUTOMATIC



**T+TISSOT** THIS IS YOUR TIME