

STYLE

PHONG CÁCH CỦA BẠN

Trendsetters vs Followers



NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

SNOW BIRD

A film by Sean Baker
kenzo.com/snowbird



KENZO PARIS

2 THỂ THAO

LÀM VIỆC

Giá mới hấp dẫn
648 triệu*



Bạn dùng EcoSport như thế nào?

Hơn cả một chiếc SUV thông thường, EcoSport sở hữu không gian rộng rãi cho mọi hoạt động thể thao, giải trí, dã ngoại hay bất cứ sở thích nào của bạn. Hãy tận hưởng cảm giác lái tuyệt vời của EcoSport với công nghệ an toàn vượt trội.

*Phiên bản EcoSport 1.5L AT Titanium

Giá bao gồm đóng góp của Ford VN và đại lý. Chương trình có hiệu lực đến hết 31 tháng 8 hoặc có thể kết thúc trước thời hạn mà không cần báo trước. Liên hệ đại lý gần nhất để biết thêm chi tiết.

• **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội. Tel: 04.37505055 • **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội. Tel: 04.36811888 • **HANOI FORD:** 94 Ngõ Thị Nhậm, Hà Nội. Tel: 04.39712439 • **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội. Tel: 04.33662566 • **HATHANH FORD MYDINH:** 02 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



Go Further

ford.com.vn



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)

Cuộc chơi của những kẻ tiên phong



CONCEPT: **HOÀNG KU**
 PHOTOGRAPHER: **BINCIO**
 MODEL: **LAN KHUÊ**
 STYLIST: **THÁI KHANG PHẠM**
 ASSISTANT STYLIST: **MY TRƯƠNG**
 MAKEUP: **MID NGUYỄN**
 FASHION
 ÁO: **VERSACE**
 THẮT LƯNG: **BURBERRY**
 ĐỒNG HỒ: **FENDI**
 PHỤ KIỆN: **LOUIS VUITTON, KENZO**

Trong mỗi khuynh hướng, chỉ có 02 vị trí hoặc là Người Dẫn Đầu (Trendsetter) để ra xu hướng; hoặc là những Kẻ Theo Sau (Follower) ủng hộ/chạy theo xu hướng. Những Người Dẫn Đầu luôn đối mặt với những khó khăn bằng những trái tim quả cảm. Họ là những người theo đuổi và không ngừng đưa ra những ý tưởng mới mẻ. Nếu không có họ, tôi tin thế giới này sẽ không gì hơn là những mảng màu đơn sắc.

Trở thành Người Dẫn Đầu, Người Định Hướng hay Người Ủng Hộ Xu Hướng (Follower), tất cả đều là lựa chọn của bạn! Tuy nhiên, chấp nhận việc trở thành Người Định Hướng đồng nghĩa với việc bạn sẽ phải chấp nhận cả những khó khăn và không ngừng vươn lên! Bạn sẽ tự đặt mình vào vị trí nguy hiểm bởi không phải lúc nào bạn cũng có may mắn có được một lựa chọn đúng. Xu hướng và ý tưởng của bạn không phải lúc nào cũng nhận được sự tán đồng của số đông. Trong rất nhiều trường hợp, những ý tưởng của bạn sẽ cần những phép thử của thời gian. Tuy nhiên, vinh quang luôn tỷ lệ thuận với những khó khăn và thách thức dành cho mình.

Và tôi tin rằng, giống như chúng tôi - Style, các bạn chọn việc trở thành Người Dẫn Đầu!

Style Team

WHAT WE LOVE NOW



Versace



Gucci



Marco De Vincenzo



BRUNELLO CUCINELLI

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

STYLE

NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

HÀ NỘI: 64 Bà Triệu - Hoàn Kiếm - ĐT: (84.04) 39434044 – 62631704
FAX: 04.39436024. Website: nxbthanhvien.vn
EMAIL: info@nxbthanhvien.vn
TP. HỒ CHÍ MINH: 27B Nguyễn Đình Chiểu, phường Đa Kao, Quận 1 - ĐT: (08) 39305243

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN

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

CHÂU 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: MAI PHƯƠNG
BEAUTY: NICO NHUNG
LIFESTYLE: TRẦN MINH HÙNG
ENTERTAINMENT: ANH TRÂM

CỘNG TÁC VIÊN

HOA BÙI
KHÚC CẨM HUYỀN
HÀNG MOON
CẨM ANH

ART DIRECTION

CẨM NHUNG
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

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

Nhà xuất bản THANH NIÊN

SỐ XÁC NHẬN ĐĂNG KÝ XUẤT BẢN TẬP 8/2016: 231-2016/CXBIPH/66-04/TN theo QĐXB số 536/ 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 8 năm 2016

GIÁ: 39.500 VNĐ



Oscar de la Renta



Gigi Hadid và Imran Hamman

I INSPIRATION

20. SILVER - GRAY COLLECT

22. THE EDITOR'S PICKS

28. MIX & MATCH

48. FASHIONISTA VS
FASHION VICTIM



A ALLURE

72. BEAUTY BUZZ

78. MÙI HƯƠNG,
CÁI TÊN HAY THIẾT KẾ?

82. OSCAR VÀ CHUẨN MỰC ĐẸP MỚI

86. CHĂM SÓC DA CHO MÙA THU



H HI TECH

94. NHỮNG MẪU LOA DI ĐỘNG
MINI CHO NỮ GIỚI

96. NHỮNG CHIẾC SMARTPHONE
DÀNH RIÊNG CHO CÁC NÀNG

98. FASHION & CARS



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



Chiếc túi nằm trong collection Majolica của Dolce & Gabbana

E EXPERIENCES

104. CÓ MỘT LONDON
CHƯA AI BIẾT

112. FOODPORN:
HƯƠNG VỊ CỦA BIỂN



F FEATURES

119. LAN KHUÊ: NÀNG MIÊU
“BIẾT XÒE MÓNG VƯỢT KHI CẦN”

128. Á HẬU DIỄM TRANG: HẠNH PHÚC
TRÊN CON ĐƯỜNG RIÊNG



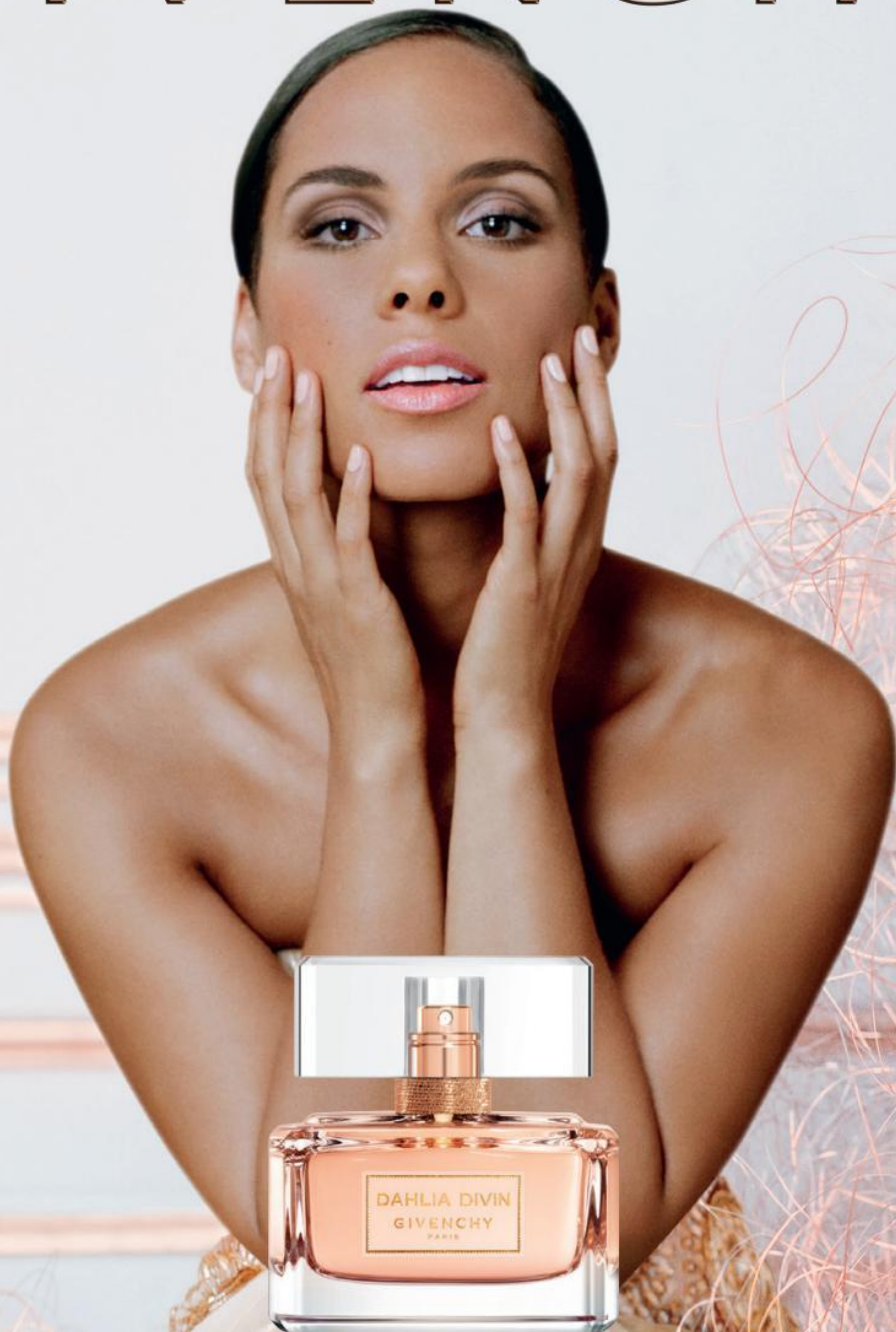
S STYLE TALK

124. XU HƯỚNG NÀO ĐANG
THỐNG TRỊ HOLLYWOOD?

130. NHÂN DUYÊN: VÀNG RỒNG
HAY ÁNH SAO BĂNG?



GIVENCHY



DAHLIA DIVIN

HƯƠNG THƠM MỚI

Eau de toilette

ALICIA KEYS

www.givenchybeauty.com

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

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



Trendsetters vs Followers

Nếu trendsetters – những người dẫn đầu xu thế – là những kẻ tiên phong với những trái tim đầy quả cảm thì followers – những người ủng hộ xu thế - lại là những chiến lược gia thông minh, biết đứng trên vai những người khổng lồ. An toàn và thông minh đảm bảo cho bạn sự thành công, nhưng những kẻ thắng lớn là những người dám “show hand”!

TRENDSETTERS: CÔ/ANH ẤY LÀ AI?

Mọi người luôn nói tới những người tiên phong, những con người cá tính, những kẻ không ngại quảng mình vào những khó khăn, những người thích thách thức các điều kiện khắc nghiệt. Mọi người cũng luôn nói tới những người không thích sự sáo mòn trống rỗng, những người không chấp nhận những ý tưởng cũ kỹ. Họ chính là những Trendsetter – Những người đề ra xu thế. Không ai biết được từ Trendsetter đã ra đời chính xác khi nào nhưng theo một số từ điển thì Trendsetter đã ra đời vào những năm 60 - 65 của thế kỷ trước khi lần đầu tiên thuốc tránh thai xuất hiện; cuộc cách mạng sex giúp giải phóng phụ nữ khỏi những tư tưởng bảo thủ và đưa họ vào một kỷ nguyên mới. Đây chính là kỷ nguyên cho ra đời những ý tưởng táo bạo nhất khi nhà thiết kế Mary Quant giới thiệu mẫu váy mini skirt siêu ngắn, Yves Saint Laurent thì giới thiệu chiếc đầm Mondrian cũng có một độ ngắn không tưởng với thời đó. Đây thậm chí là thời điểm thiết kế monokini đã ra đời, và thiết kế này đã đặt nền móng về thiết kế cho một danh sách dài những mẫu quần gợi cảm và quyến rũ – thứ vũ khí bí mật của các chị em như G String hay C String.

Nói tới trendsetter, chúng ta không nên dừng lại ở thời trang. Bởi thời trang chưa bao giờ là đủ để làm nên một phong cách sống. 10 năm trước khi Trendsetter trở thành một thuật ngữ, trước cả khi từ này được dùng như một tính từ, vào tháng 01/01/1950, Che Guevara đã bắt đầu hành trình đầu tiên (kéo dài lên tới 4.500 km) của mình với dự định kết hợp vui chơi và công việc, bằng chiếc xe đạp Micron gắn động cơ. Hay cũng chính trong giai đoạn từ trendsetter xuất hiện, rất nhiều phong trào nghệ thuật đã được thay thế và ra đời. Từ Pop Art tới Nouveau Réalisme hay Minimalism tất cả đều là các cột mốc của thế giới nghệ thuật với những cái tên đi đầu trong các phong trào như Andy Warhol (Pop Art) hay Yves Klein (Nouveau Réalisme) hoặc Barnett Newman (Minimalism).

FOLLOWERS: KẺ XU THỜI?

Nói tới những người follower là nói tới những người đi theo xu thế. Từ một góc độ nào đó, có thể nói rằng chọn làm người follower không hẳn đã là điều không tốt. Nếu như nói các trendsetter là những người tiên phong, những người quả cảm, follower lại là những kẻ khôn ngoan biết chọn điểm rơi để đầu tư, luôn chọn đúng xu thế để ủng hộ.

Tuy nhiên, từ một góc nhìn khác, follower có phần giống những kẻ xu thời. Và cần nhớ rằng có một ranh giới rất mong manh giữa việc lựa chọn một xu thế mới để ủng hộ (khi xu thế đó vẫn còn chưa vượt

quá điểm bùng phát) và đồng hành cùng với những người dẫn đầu với việc chạy theo một xu thế khi nó đã quá phổ biến và trở thành một điều rất cliché (sáo mòn). Và với người trẻ, những người luôn tôn vinh tinh thần quả cảm, những người thích thử nghiệm những điều mới mẻ, follower giống như kết cục buồn cho những người không dám thử nghiệm, không có niềm tin và không dám theo đuổi những điều đáng được theo đuổi. Cũng cần nói rằng, trong một số trường hợp, những người follower với tư duy thủ cựu, quá an toàn, dè dặt với cái mới lại là lực lượng cản trở sự phát triển.



LÀM TRENDSETTER, KHÔNG LÀM FOLLOWER!

Bản thân tôi, người viết bài này, luôn cho rằng trendsetter hay follower đều có những điểm đặc biệt riêng, ưu thế riêng. Tuy nhiên, là một người trẻ, tôi cũng luôn đề cao những người lựa chọn vị thế của một trendsetter. Bởi chính sự quả cảm, tiên phong và tìm kiếm những điều mới mẻ của họ đã mang lại vô số những điều mới mẻ hay ho. Nhờ có họ, những điều tưởng chừng không tưởng dần trở thành hiện thực. Một ví dụ điển hình của việc này là bộ suit hồng của đại gia Gatsby đang trở thành xu hướng yêu thích. Hay một ví dụ khác là sự ra đời của thương hiệu SevenFriday – những mẫu đồng hồ đã thay đổi hoàn toàn quan điểm của đàn ông về một chiếc đồng hồ. Đồng hồ cũng cần vui vẻ, và những người đàn ông sau tất cả những thiết kế cổ điển lịch lãm vẫn cần những “new toy”.

Con đường của các trendsetter chưa bao giờ bằng phẳng. Những khó khăn, những tảng đá ngầm sẽ luôn chờ đợi họ nhưng chúng ta đều biết phần thưởng luôn tỷ lệ thuận với thách thức. Và vinh quang cao nhất, lớn nhất chỉ dành cho những trái tim quả cảm dám thách thức bản thân 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**



CHARRIOL

GENEVE



ST-TROPEZ™ 35
watch collection

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

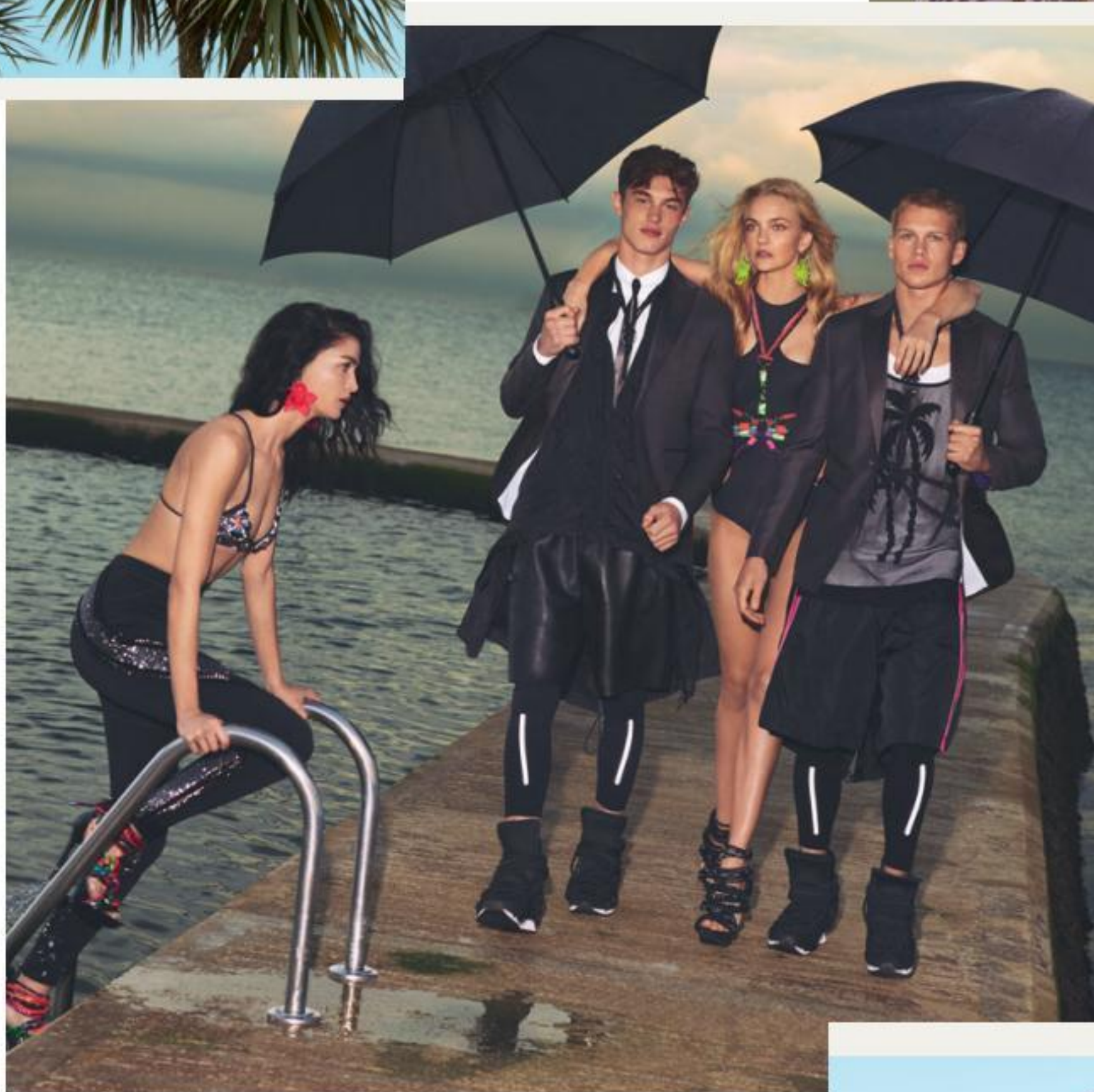
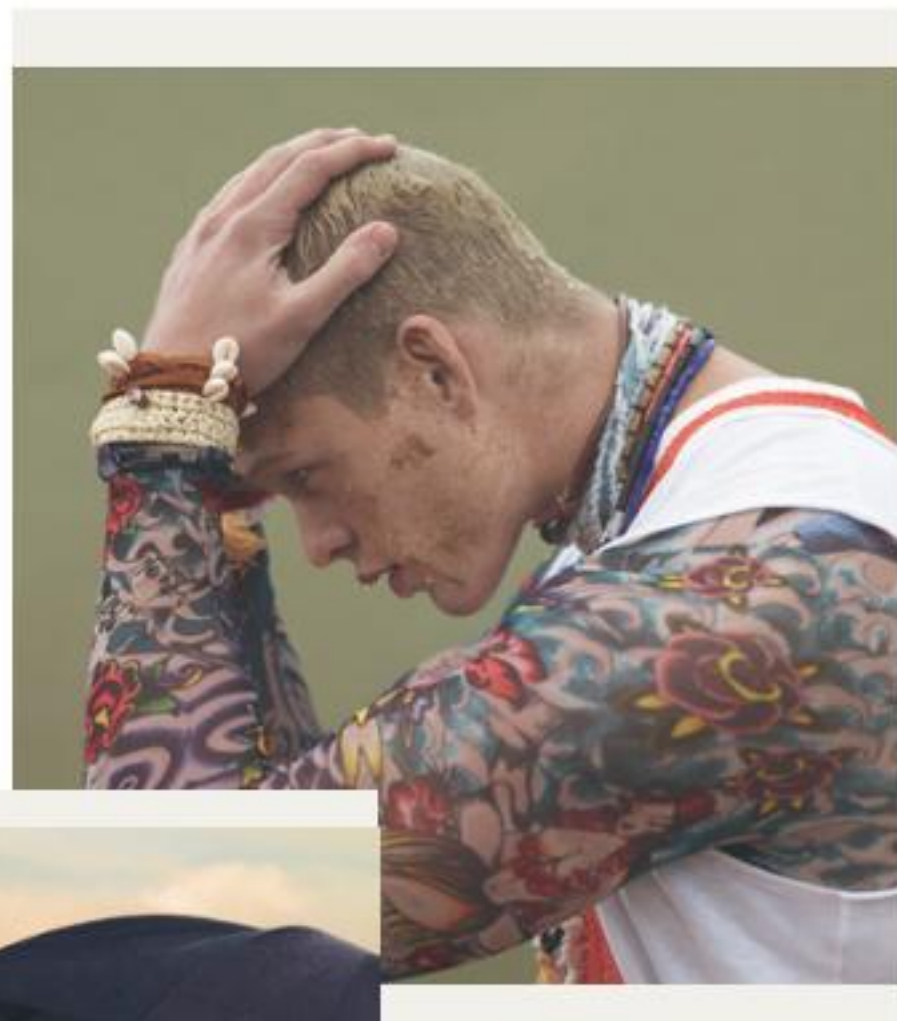
- HCM City : Vincom Megamall Thao Dien, 161 Hanoi Highway, Dist. 2 (37442889) | Big C City Land, 99 Nguyen Thi Thap, Dist. 7 (0932171735) • Ha Noi : Duy Anh Watch - 7 Hang Khay, Hoan Kiem Dist. (66566660)
 - Da Nang City : Big C, 225 Hung Vuong (3666066) | Riverside Towers, 74 Bach Dang (3843818)
 - Can Tho City : Vincom Plaza, 209 30/4 (3769898)
- www.charriol.com | www.facebook.com/CharriolOfficial

BE STYLE, BE YOU

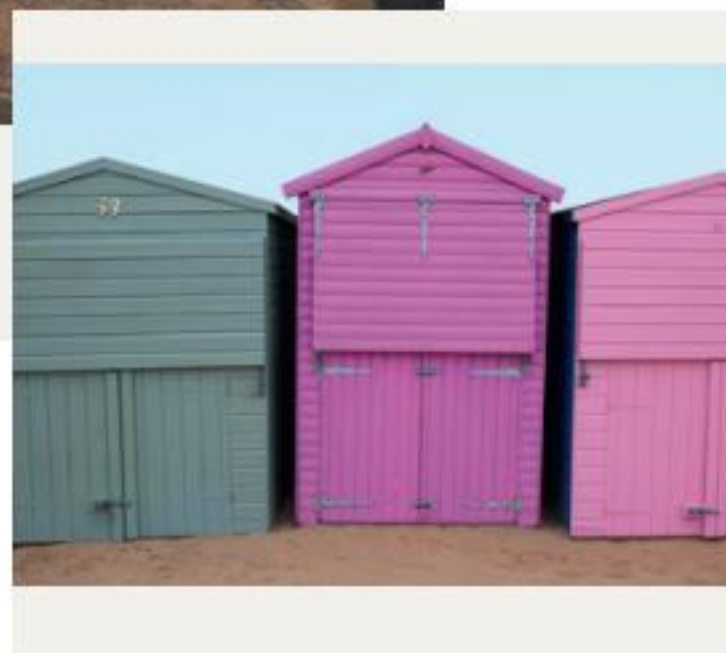
FASHION STORY - ON TREND - EDITOR'S PICKS - COLLECT - NEWS FLASH - PICKED FOR HIM - VIET FASHION - WHAT'S ON



Model: Kim Ngân
Fashion: Versace Jeans



DSQUARED2



Chiếc túi đeo vai "Dionysus" này của Gucci được làm thủ công bởi các nghệ nhân có tay nghề cao với kiểu dáng accordion, 3 ngăn chính, với điểm nhấn là chi tiết điêu khắc hình đầu hổ. Một siêu phẩm cần phải có trong tủ đồ của mỗi quý cô sành điệu.

Gucci



Facelasm



Giuseppe Zanotti



Karl Lagerfeld

Silver-Gray Collect



Marni

Xám sẽ không còn là một màu buồn và nhàm chán nếu chúng ta biết cách sử dụng "quyền lực" của nó. Hãy cùng Style điểm danh những hot item mang màu sắc này!



Bottega Veneta

Khung kính được chế tác từ nhựa acetat mềm với ốp da intrecciato màu xám biểu tượng của hãng cùng cặp mắt mèo cổ điển sẽ làm khuôn mặt bạn nổi bật và toát lên sự sắc sảo.



Vetements



Chan Luu



Maison Michel



Chiếc mũ rộng vành này của Maison Michel được làm thủ công với gam màu chủ đạo là xám đậm kết hợp với dải băng ngang màu đen.. Đây sẽ là điểm nhấn quan trọng cho một set đồ thời thượng.



Chloé

Bottega Veneta



Bottega Veneta

Acne studios



Prada

The EDITOR'S PICKS

Cùng chúng tôi điểm danh những món đồ luôn đồng hành với những cô nàng sành điệu!



1. CHANEL

Chiếc túi Boy Chanel màu hồng sẽ khiến cho set đồ thêm phần nữ tính. Mẫu mã phá cách hơn với những thiết kế cổ điển, đây là một sản phẩm đã, đang và sẽ được rất nhiều người ưa chuộng.

2. ISABEL MARANT

Với tông màu hồng pastel kết hợp với vàng đồng, đôi bông tai được trang trí với đá mã não đen và thạch anh hồng sẽ là một món đồ phụ kiện hoàn hảo cho set đồ của bạn.

3. ROLAND MOURET

Một thiết kế hết sức nữ tính của Roland Mouret với tông màu hồng cánh sen. Mẫu mã thanh lịch với xếp nếp ở ngực và eo. Sản phẩm có chất liệu là len lông cừu và lụa. Quả thực Roland là "Bậc thầy thổi hồn cảm xúc vào các thiết kế."

4. MAJE

Chiếc áo bomber "Balas" này là một trong những thiết kế then chốt của mùa. Áo được may bằng chất liệu vải bóng đen và satin hồng nhạt với họa tiết thêu hình phi điều nơi ngực và các chi tiết kẻ sọc thể thao.

5. NICHOLAS KIRKWOOD

Giày được đóng ở Ý, chất liệu satin, điểm nhấn trên mũi giày là một tấm pha lê lục giác giúp cho mọi bộ cánh trở nên lộng lẫy hơn. Không quá cao, đây là một sản phẩm hoàn hảo cho một đêm tiệc dài.

6. DOLCE & GABBANA

Đôi sneaker của Dolce & Gabbana này được coi là một sự bùng nổ về màu sắc, kiểu dáng và chất liệu. Đây sẽ là một thiết kế thú vị cho những quý cô ưa phong cách thể thao, linh hoạt nhưng vẫn đẳng cấp.

7. GUCCI

Được làm từ da lộn màu xanh lơng lầy, mượt mà cùng với các đường khâu viền thủ công; quai dây màu bạc bóng, chiếc túi Gucci này chính là người phát ngôn cho phong cách của bạn.

8. KATERINA MAKRIYIANNI

Phong cách Bohemian phóng khoáng cùng với kiểu dáng độc lạ, kết hợp thêm màu xanh blue đẳng cấp, đôi khuyên tai này sẽ là người bạn đồng hành của bạn cho những buổi tiệc.

9. VALENTINO

Là một mẫu giày hoàn hảo cho những tín đồ thời trang đẳng cấp, đôi Rockstuds này của Valentino có thiết kế khuy (đinh tán) hình kim tự tháp mạ kẽm trên dây quai cực kỳ ấn tượng. Và thậm chí, bạn có thể xem nó như một biểu tượng mới của thời trang!

10. HARRIS WHARF LONDON

Thiết kế này được lấy cảm hứng từ bầu không khí sôi động của Bắc London. Áo được may bằng chất liệu len lông cừu nên có tác dụng giữ ấm rất tốt trong những ngày se lạnh.

11. KENZO

Chiếc áo len màu xanh tím than, có hoạ tiết con mắt huyền bí này của Kenzo sẽ là một trong những item giúp bạn có thể nhanh chóng makeover. Áo rất phù hợp cho những buổi đi chơi cuối tuần.

12. VICTORIA BECKHAM

Cây kính cổ điển với kiểu dáng aviator đặc trưng này là của Victoria Beckham. Màu xanh tươi sáng kết hợp với gọng kính màu đen, đây chắc chắn sẽ là item lọt vào danh sách phải có của bạn.

13. BOTTEGA VENETA

Được làm thủ công, chiếc túi màu xanh da bóng với kiểu dáng dài rủ xuống vai này rất phù hợp cho những buổi đi chơi cũng như đi làm. Một sản phẩm tinh tế của Bottega.

14. LOUIS VUITTON

Đôi boot da ngắn cổ của Louis Vuitton này là sự kết hợp giữa kiểu dáng thể thao và cá tính. Đế gầy và gót chắc chắn sẽ làm bạn thoải mái hơn khi đi bộ.



7
8
9
10
11
12
13
14

Sporty NAVY



THOM BROWNE

Cây kính mắt của Thom Browne được sản xuất tại Nhật Bản. Gọng kính bằng nhựa nâu mềm, biểu tượng kẻ vạch ba màu của hãng được thiết kế ở dưới kính.



TOD'S

Với kiểu dáng đơn giản và không quá mới lạ, chiếc túi da lộn màu xanh navy này của Tod's hứa hẹn sẽ là một sản phẩm không thể thiếu trong những chuyến đi của bạn.



BEAMS PLUS

Chiếc quần kẻ sọc sáng màu của Beams Plus sẽ mang lại sự tiện lợi và thoải mái cho một buổi dã ngoại ngắn ngày.



RESSENCE

Đồng hồ có đường kính 42mm, với vỏ case là titan bóng sáng, mặt kính sapphire chống nước, kiểu dáng thanh lịch và khỏe khoắn. Một lựa chọn thông minh cho những buổi dã ngoại.



PRIVATE WHITE

Chiếc áo khoác màu xanh navy này được làm từ vải cotton bền với kiểu dáng rất "ngầu". Tấm lót len trước ngực sẽ giữ ấm cho bạn khi tiết trời chuyển lạnh.



BURBERRY

Được sản xuất tại Ý với chất liệu da sần bền và kiểu dáng lịch lãm, khóa thắt lưng được làm bằng chất liệu bạc không rỉ minh chứng rằng Burberry thực sự rất tinh tế trong khâu thiết kế.

SAINT LAURENT

Một đôi sneakers trắng chưa bao giờ là lỗi mốt. Được làm thủ công bằng chất liệu da mịn và dễ lau chùi, đôi sneakers này của Saint Laurent năng động và khỏe khoắn nhưng vẫn rất thanh lịch.



*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

ELEGANT & WARM



CUTLER AND GROSS

Cây kính mang kiểu dáng vintage này như đưa chúng ta trở lại thời kỳ 1990s. Gọng kính được làm từ nhựa acetat, mắt kính vuông tạo nên sự độc đáo cho sản phẩm.



BERLUTI

Được chế tác từ da Venezia, chiếc ví đựng thẻ của Berluti là lựa chọn cần thiết cho bạn. Với thiết kế ba ngăn chính và hai ngăn nhỏ phụ, bạn đã sẵn sàng bỏ chiếc túi công kênh của mình sang một bên.



A.P.C.

Khăn của hãng A.P.C.: Được đan từ sợi len lông cừu, với xanh navy là màu chủ đạo và điểm nhấn là những sọc kẻ trắng, đây là một sản phẩm rất thời trang cho những anh chàng thanh lịch.



GEORGE CLEVERLEY

Được làm thủ công từ chất liệu da, đế cao su chống nước, đây là một thiết kế phù hợp tinh tế phù hợp với mọi trường hợp.



ERMENEGILDO ZEGNA

Đây quả là một ví dụ minh chứng rõ nét và phù hợp cho việc Ermenegildo Zegna là một thương hiệu của những thiết kế tinh tế được thực hiện bởi những tay nghề cắt may tinh xảo.



GIVENCHY

Một sản phẩm hoàn hảo khi kết hợp cùng chiếc áo của Ermenegildo Zegna và đôi giày hiệu George Cleverley.

"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

Miss Grey

Có gì chỉ có đàn ông mới có roi da và những căn phòng bí mật? Hãy biến tủ quần áo của bạn thành nơi chốn cất giữ những món “đồ chơi” đầy “bí hiểm” của nàng Grey!



1. BALMAIN 2. FENDI 3. GUCCI 4. VICTORIA BECKHAM 5. DION LEE
6. GIANVITO ROSSI 7. TOM FORD

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 vẻ đẹp cho tất cả các loại tóc. Giúp phục hồi hoàn hảo cho mái tóc hư tổn, bảo vệ tóc trước tia UV và những yếu tố khắc nghiệt từ môi trường. Có tác dụng chống lão hóa, chống oxy hóa cho tóc, giảm thiểu sự gãy rụng, chẻ ngọn, dưỡng tóc mà không gây cảm giác nặng trĩu cho tóc.

Bộ sản phẩm chăm sóc tóc **Nashi Argan 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 - Thien An-Đẹp TV - Nashi Argan Vietnam



Quét mã để nhận quà tặng

Silky Shiny

Cho một buổi tiệc tối sang trọng và ấm cúng, hãy kết hợp chiếc slip dress xẻ cao này cùng những món đồ Style gợi ý dưới đây. Tin chắc mọi ánh nhìn sẽ dành trọn cho bạn!



1. CHANEL 2. MIZUKI 3. TOM FORD RUBY RUSH 4. GUCCI
5. STUART WEITZMAN 6. MICHELLE MASON

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
BOI LĂN CẢ NGÀY**

**MẶT KÍNH
SAPPHIRE**

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

SHOPS: Sài Gòn • Maximark 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (38328991) • Vincom 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.BD (32676555) • Big C Thăng Long 222 Trần Duy Hưng, Q.CG (37833960) • Vincom Royal City 72A Nguyễn Trãi, Q.TX (62620560) • Minh Tường 101 Hàng Bông, Quận HK (38288579) Vinh • Big C Vinh 2 Quang Trung (3596226) Đà Nẵng • Big C Vinh Trung Plaza 225-227 Hùng Vương (3666066) • Indochina Riverside Mall, Tầng trệt, 74 Bạch Đằng (3815268) Nha Trang • Nha Trang Center 20 Trần Phú (6516666) 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)

Neutral Mood



Vốn nổi tiếng với chất liệu tweed cổ điển, ông hoàng thời trang Karl Lagerfeld không quên dành sự ưu ái cho màu trung tính với hai mẫu thiết kế (chất liệu cotton thô) trong bộ sưu tập Thu - Đông của Chanel. Trong những màu trung tính của mùa này, beige đã thực sự bước lên ngôi vương. Nếu như Anya Hindmarch, Balmain, Chloé, Loewe khai thác sự mềm mại, nữ tính trong các thiết kế của mình với beige thì Neil Barrett, Céline, Acne Studios, Christopher Kane hay ngay cả Louis Vuitton lại chọn cách gây ấn tượng bằng sự cá tính với chính tone màu này.

Chúa Tể Fur



Hoàn toàn không khó hiểu với việc tại sao các nhà mốt lừng danh chưa từng từ chối sự lộng lẫy đầy quyến lực của chất liệu lông thú. Cụ thể, cho mùa đông năm nay, cùng với Fendi, Rodarte, J. Mendel đã lấy cảm hứng từ nhân vật Cruella của bộ phim 101 Chú Chó Đốm và giới thiệu các thiết kế lông thú đốm đen nền trắng. Trong khi đó, chủ điểm Bắc Cực lại được các nhà mốt như J.W.Anderson và A.F. Vandevorst khai thác. Cuối cùng, cũng không nên bỏ qua những thiết kế đầy ngẫu hứng nhưng vẫn vô cùng sang trọng của Lanvin.

Flannel Pattern



Calvin Klein

DKNY

Dolce & Gabbana

Isabel Marant

Lanvin

Missoni

Barbara Bui

Mùa mốt Thu - Đông năm nay, các nhà mốt đồng loạt tung ra những màu sắc thú vị góp phần tạo nên bảng màu ca rô đa dạng. Burberry không ngần ngại tung ra loạt thiết kế ca rô với các đường kẻ đặc sắc. Barbara Bui cũng bắt kịp xu thế với các thiết kế chất liệu laine ca rô bản to và có màu nóng. Missoni thì ấn tượng hơn khi chơi xếp hình với những vuông màu pastel. Cuối cùng, Dolce & Gabbana ấn tượng với các hình hoạ lạ mắt. Không còn nghi ngờ, mùa Thu - Đông năm nay, những ô vuông sinh động này sẽ tràn ngập mọi ngõ ngách cuộc sống.

Shades of Brown



Như một biểu tượng thời trang, (màu) nâu đánh dấu một sự chuyển đổi thời tiết từ ấm sang lạnh. Thế nên đừng bất ngờ khi nâu luôn xuất hiện trong mọi bộ sưu tập Thu - Đông của các nhà mốt trứ danh. Cụ thể, Jean Paul Gaultier chọn nâu huyền bí sóng đôi với chất liệu da lộn. Chloé thì hoài niệm vintage với chất liệu da mềm. Màu nâu tiếp tục được Prada, Miu Miu, Balenciaga khai thác theo những cách vô cùng thú vị. Ngoài ra, cũng không nên bỏ qua cách chơi với màu nâu của Chanel trong mùa mốt này. Cuối cùng, J.Crew và Bally đều đã mang tới cho sân diễn của họ một cuộc cách mạng nho nhỏ với sự kết hợp của laine và nâu.



Mùa mốt Thu - Đông năm nay, mảng đồ nam cũng không kém phần nô nức với những thiết kế metallic. Nhà mốt lừng danh Versace đã tung ra bộ sưu tập lấy chất liệu ánh kim làm chủ đạo với các thiết kế “tráng gương” trên sân khấu. 02 thương hiệu Calvin Klein, Dsquared2 cũng không thua kém với các thiết kế ẩn tượng cho bộ sưu tập menswear. Thời trang châu Á cũng nhanh chóng bắt nhịp với các thiết kế khá bắt mắt tới từ các thương hiệu Tokyo New Age, Heich Es Heich... Metallic là một “chất liệu” kén người nhưng nếu bạn muốn gây sự chú ý tối ưu giữa đám đông thì chắc chắn đây là lựa chọn hoàn hảo nhất.



Alexander McQueen



Raf Simons



Raf Simons



Christopher Raeburn



Gosha Rubchinskiy



Maison Margiela



Damir Doma

Chán chín chu, các chàng chuyển sang luộm thuộm có sáng tạo. Mùa mốt Thu - Đông năm nay, các nhà mốt đang tạo cơ hội cho các chàng tha hồ sáng tạo với các thiết kế cách điệu ở phần ống tay. Cũng là thướt tha những phần vải thừa theo cách có chủ ý, nhưng những ống tay extra-long của Ami, Christopher Raeburn lại là tuyên ngôn về sự mạnh mẽ. Trong khi đó, sự luộm thuộm của Raf Simons mang tới những điểm nét cá tính ấn tượng cho những chàng trai muốn phá bỏ các giới hạn. Áo sơ mi phong cách này của Prada, Alexander McQueen thì là những biến ảo đầy chất thơ. Có thể nói, chi tiết ống tay dài sẽ là một xu hướng tạo được nhiều biến hoá cho dòng sản phẩm thời trang nam mùa này.

EXTRA-LONG SLEEVES



Stay Edgy!

CÙNG VỚI NHIẾP ẢNH
GIA BINCIO, LAN KHUÊ
ĐÃ NHẬP VAI NHỮNG CÔ
NÀNG YÊU THỜI TRANG
KHÁC NHAU VỚI NHỮNG
Ý TƯỞNG VÔ CÙNG
ĐỘC, LẠ!

CONCEPT: **HOÀNG KU**
PHOTOGRAPHER: **BINCIO**
MODEL: **LAN KHUÊ**
STYLIST: **THÁI KHANG PHẠM**
ASSISTANT STYLIST: **MY TRƯỜNG**
MAKEUP: **MID NGUYỄN**
FASHION: **VERSACE, KENZO,
FENDI, LOUIS VUITTON, LINDA FARROW,
BURBERRY, PINKO, STELLA MCCARTNEY,
CHRISTIAN LOUBOUTIN, SONIA RYKIEL**



ĐẦM: VERSACE
ÁO KHOÁC: KENZO
ĐỒNG HỒ: FENDI
HOA TÀI: LOUIS VUITTON
KÍNH: LINDA FARROW



ÁO VÀ QUẦN: KENZO
HOA TÀI: LOUIS VUITTON







ÁO KHOÁC: BURBERRY
HOA TÀI: VERSACE
KÍNH: LINDA FARROW





ÁO KHOÁC VÀ ÁO LEN: KENZO
QUẦN TÂY: VERSACE
HOA TAI: LOUIS VUITTON
NHẪN: KENZO, LOUIS VUITTON
VÒNG TAY: KENZO
GIÀY: CHRISTIAN LOUBOUTIN



ÁO KHOÁC: KENZO
THẮT LƯNG: BURBERRY
ĐỒNG HỒ: FENDI
VÒNG TAY: KENZO, VERSACE
HOA TAI: VERSACE
NHẪN: LOUIS VUITTON, KENZO







ÁO KHOÁC: PINKO
ÁO SƠ MI: KENZO
TÚI XÁCH: STELLA MCCARTNEY
GIÀY: CHRISTIAN LOUBOUTIN
QUẦN: SONIA RYKIEL
HOA TAI: VERSACE



Fashionista vs Fashion Victim

Thế giới thời trang chỉ có 02 chỗ đứng fashionista và fashion victim. Làm người dẫn đầu và biết lựa chọn cho mình những xu hướng phù hợp (và có được sự theo dõi từ công chúng) – fashionista; hay làm kẻ chạy theo mù quáng (và nhận được những cái bêu môi dè bêu của đám đông) – fashion victim, tất cả đều ở lựa chọn của chính bản thân bạn!

FASHIONISTA: VƯƠNG QUYỀN MỚI CỦA THẾ GIỚI THỜI TRANG

Thuật ngữ 10 năm trước mà không ai hiểu là gì, được đề cập tới lần đầu bởi những tờ báo nước ngoài (cả chính thống như Newsweek và Time) hay những tờ tạp chí như Vogue đang trở thành một đẳng cấp khẳng định vị thế của những tín đồ. Lần đầu tiên trong lịch sử, ăn mặc đẹp (phù hợp với bản thân và khuynh hướng) đang trở thành một nghề (giúp mang lại thu nhập thực sự). Nếu như trước đây, khi người ta nghĩ tới các quyền lực trong thời trang, người ta sẽ nghĩ tới những biên tập viên, người ta sẽ nghĩ tới các đế chế báo in, hoặc người ta sẽ nghĩ tới những nhà thiết kế. Nhưng hiện nay, bên cạnh những quyền lực cũ, quyền lực mới (các fashionista) đang xuất hiện. Họ không sở hữu hoặc không có đóng góp chút nào vào những tờ tạp chí nhưng họ có thứ quyền lực giống như những người đang nắm giữ và xây dựng lên những đế chế với cả triệu bạn in mỗi tháng.

CUỘC CHƠI CỦA NHỮNG KẺ KHÔNG CÓ GÌ ĐỂ MẤT

Không khó hiểu đối với sự xuất hiện của lực lượng này. Những tờ tạp chí thường chịu rất nhiều ảnh hưởng của các thương hiệu. Nói đơn giản thì cũng giống như những cái tên luôn xuất hiện trong lời nguyện cầu của các cô gái, các đế chế tạp chí thời trang cũng quan tâm tới đường bottom line. Và đôi khi những ý tưởng của những cái đầu thủ cựu của làng thời trang chỉ có thể đảm bảo được một sự an toàn tuyệt đối. Họ sẽ có xu hướng ủng hộ những ý tưởng an toàn hơn là đưa cả 02 chân về phía những cách nghĩ sáng tạo. Họ sẽ luôn là công thức chuẩn và lý tưởng cho những ổn định nhưng nếu muốn một thứ gì giúp thương hiệu hoặc ấn phẩm thời trang cất cánh, họ sẽ không phải lựa chọn hàng đầu.

Trong khi đó, những fashionista thường bắt đầu từ những cái tên vô danh. Họ không chịu bất kỳ ảnh hưởng gì của doanh số, hay những sức ép từ việc có thể ảnh hưởng tới danh tiếng. Thứ duy nhất họ có là tình yêu thời trang, tinh thần quả cảm, thái độ sẵn sàng thử nghiệm các ý tưởng mới mẻ. Những thứ này khi được kết hợp với yếu tố kiến thức sẽ tạo thành một phép cộng hoàn hảo cho công thức của sự thành công. Với các fashionista, yếu tố WOW của thời trang mới là điều đáng quan tâm. Qua các thử nghiệm, các fashionista bắt đầu tạo ra các trào lưu, các xu thế mới (được lan toả bởi cộng đồng mạng). Đây cũng chính là quá trình giúp họ hoàn thiện mình và tạo ra được những công thức chuẩn cho việc lựa chọn trang phục phù hợp với từng hoàn cảnh, điều kiện kinh tế và cả bản thân.



FASHION VICTIM: TỘI ĐỒ HAY KẼ MÙ QUÁNG

Nếu fashionista được xem là vương quyền mới của thế giới thời trang thì fashion victim giống như những kẻ tội đồ hay “những con chiên ghê” của một thế giới khắc nghiệt nơi tôn vinh những ý tưởng sáng tạo, nơi đề cao cái đẹp. Và nạn nhân đầu tiên của các fashion victim không ai khác hơn chính bản thân họ. Nếu fashionista là những người không ngừng thử nghiệm với những ý tưởng mới mẻ dựa theo những khuynh hướng của thế giới thời trang, fashion victim lại chạy theo các khuynh hướng một cách mù quáng. Hơn ai hết, họ là những người biến mình thành những boutique di động. Điều thần thánh là mọi quy tắc thời trang (như Less Is More hay More Is More) khi được các fashionista áp dụng, chúng ta sẽ có được những kết quả đầy sáng tạo, thú vị nhưng dưới cách thể hiện của các fashion victim nó bỗng đứng trở thành một thảm họa, một điều gì đó lố bịch.

PHA TRẮNG TAY CỦA “NHỮNG CON BẠC KHÁT NƯỚC”

Cũng có thể gọi các fashion victim là “những con bạc khát nước”. “Canh bạc” được các fashion victim “đặt cửa” không gì khác hơn

chính lối ăn mặc của bản thân. Ở đây, sự mù quáng chạy theo trào lưu của các fashion victim chính là điều đưa họ tới với thất bại. Họ như lạc vào cơn say của việc chạy theo xu hướng tới mức đánh mất sự tỉnh táo để đưa ra được những quyết định đúng cho bản thân. Họ thậm chí quên mất hẳn những ranh giới ngầm về các bối cảnh cũng như dress code cho những môi trường đó. Những vết trượt dài cứ nối tiếp nhau, biến họ thành những thảm họa của ngành công nghiệp đưa họ từ vị trí của những người yêu thời trang thành những “kẻ đốt tiền” cho chính tình yêu của mình.

Kết quả tất yếu của những fashion victim không thể là số lượng người follow, càng không phải là những cái like, subscribe sẽ mang lại cho họ những hợp đồng quảng cáo, những món đồ tài trợ hay những món quà thú vị từ các thương hiệu. Họ sẽ mãi mãi chỉ là những mỏ vàng để người khác khai thác (qua những hành động quẹt thẻ để chạy đua vũ trang cho những món hàng hiệu). Hay nói đơn giản, nếu các fashionista có cơ hội để trở thành những tượng đài của ngành công nghiệp thời trang và đón nhận tất cả những vinh quang cũng như những lợi ích của vị thế (có được nhờ kiến thức và sự sáng tạo của họ), fashion victim sẽ mãi chỉ là “nàng Cám” của câu chuyện cổ tích buồn – người không có gì khác hơn sự ẩn mình dưới cái bóng râm che phủ của những tượng đài sành điệu.





LÀM TÍN ĐỒ, ĐỪNG LÀM TỘI ĐỒ

Tới lúc này, hẳn bạn đã có được hình dung về chỗ đứng mong muốn của mình trong ngành công nghiệp thời trang. Tôi tin rằng, bạn sẽ giống như tôi và rất nhiều người khác đều muốn làm một fashionista thay vì bị gán lên mình cái mác fashion victim. Nhưng để làm được điều đó, bạn cần luôn tâm niệm câu thần chú: “Làm tín đồ, đừng làm tội đồ”. Bạn sẽ cần ghi nhớ việc khuynh hướng là điều quan trọng nhưng chính bản thân bạn mới là điều đáng chú ý. Một khuynh hướng sẽ không đáng quan tâm nếu nó không phù hợp với con người của bạn, vóc dáng của bạn, khí chất hoặc hình ảnh bạn muốn hướng tới.

Tương tự cũng đừng quên rằng, những niềm luật và kiến thức trong thời trang vô cùng quan trọng, bạn cần trang bị cho mình những kiến thức đó trước khi tham gia trò chơi về sự sành điệu. Nhưng đồng thời cũng cần ghi nhớ rằng, sự sáng tạo và thể nghiệm để có thể tìm ra được thứ phù hợp cho mình cũng mang ý nghĩa không kém những kiến thức mà bạn đã mất thời gian để trang bị. Luật lệ được xây dựng để bị phá vỡ. Nếu bạn muốn là một người đi ra xu thế (trendsetter – một fashionista đích thực), bạn cần biết khi nào nên phá luật, khi nào nên tránh khỏi lối mòn của người đi trước. Còn nếu không, số phận follower hay thậm chí là những fashion victim là kết cục tất yếu dành cho bạn.

Illusion

DƯỚI ỚNG KÍNH ĐẦY MA THUẬT CỦA NHIẾP ẢNH GIA NGÔ KHÔI, NGƯỜI MẪU KIM NGÂN ĐÃ BIẾN ẢO VỚI TỪNG BỘ TRANG PHỤC CỦA VERSACE JEANS VÀ TẠO RA MỘT CUỘC DẠO CHƠI CỦA NHỮNG MÀU SẮC VÀ HOẠ TIẾT!

STYLIST: KHÚC MẠNH QUÂN
PHOTOGRAPHER: NGÔ KHÔI - THEBLUE STUDIO
MODEL: KIM NGÂN
MAKE UP : NGỐC NGHẾCH
HAIR: NGUYỄN HƯNG HAIR SALON
FASHION: VERSACE JEANS
STUDIO: LINH'S HOUSE

Games

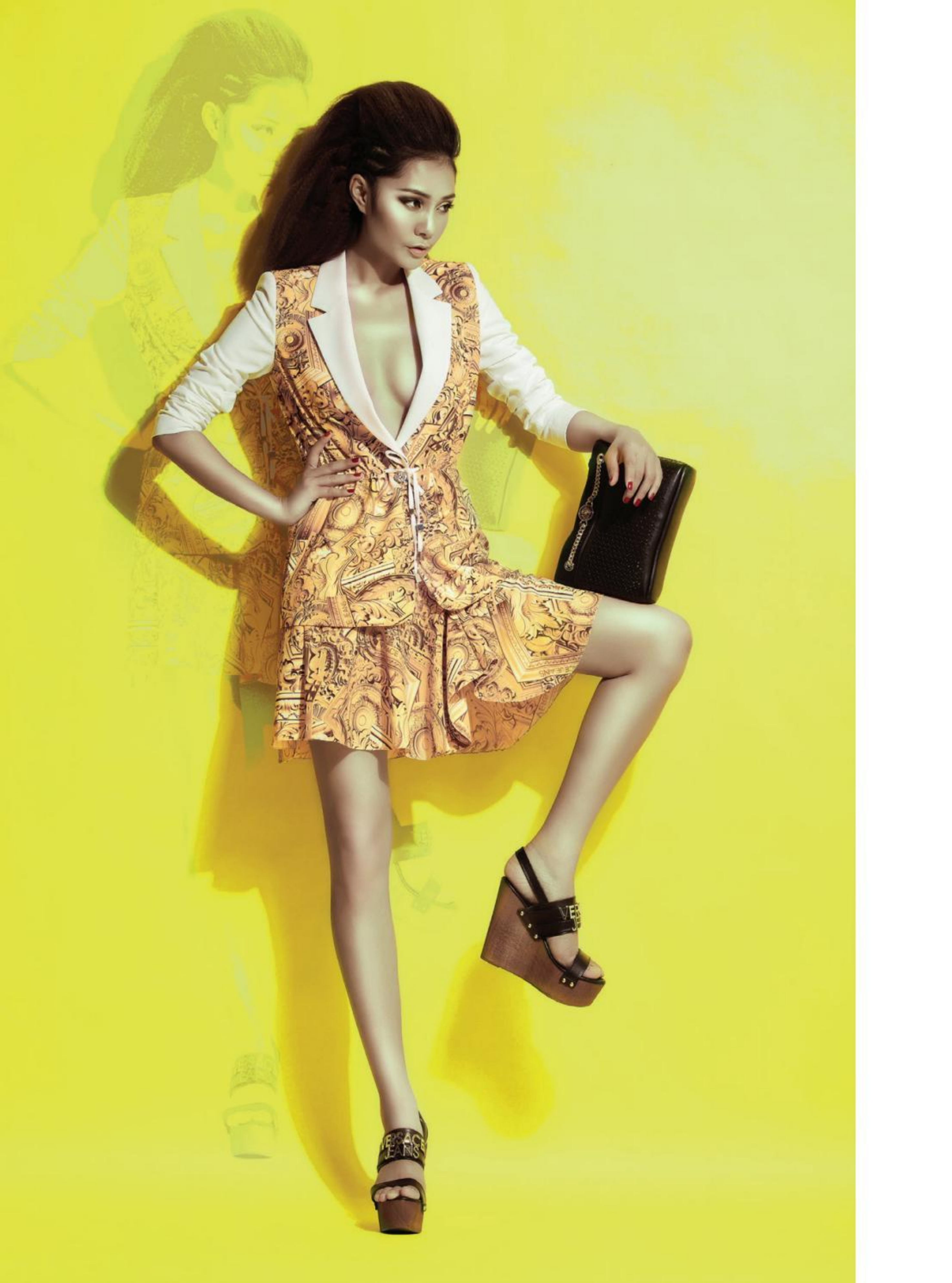




















► BVLGARI

Lấy cảm hứng từ sức mạnh siêu phẩm của cuộc gặp gỡ giữa băng và dung nham nóng chảy, Black Cologne là một sản phẩm EDT hiện đại, thể hiện mùi hương tươi mát của các thành phần một cách rõ rệt và mạnh mẽ. Nếu tầng hương đầu biểu lộ sự tươi mát của rum lạnh kết hợp với rau xanh, cam chanh tạo ra một liên minh tương phản thì tầng hương chính mang đến mùi hương của hoa cỏ và gia vị. Ở tầng hương này, mùi hương sẽ chuyển hóa từ sự xanh tươi của rau xanh sang sự tươi sáng, ngọt ngào của hương hoa, trong đó, mùi hương hoa cam một lần nữa nhấn mạnh sự tươi mát, mùi hương chủ đạo của sản phẩm. Tầng hương cuối, với sự tròn trĩnh và gợi cảm, kết cấu của hương gỗ được tạo ra bởi gỗ trắng và xạ hương, mang đến sự gợi cảm và thoải mái. Sự góp mặt của hương gia vị giúp tầng hương cuối bùng cháy, tạo nên một mùi hương đặc trưng.



► PORSCHE

Với 117.963 chiếc xe mới được giao trên toàn thế giới, Porsche AG đã tăng trưởng tương đương 3% trong nửa đầu năm 2016 so với cùng kỳ năm trước. Sự tăng trưởng này đạt được là nhờ vào hai dòng xe Cayman và Boxster. Cayman và Boxster đóng vai trò quan trọng cho sự tăng trưởng: với 6.115 xe Cayman mới và 6.740 xe Boxster được giao trên toàn thế giới, cả hai mẫu xe đều thể hiện rõ tốc độ tăng trưởng bằng hai con số. So với cùng kỳ năm ngoái, Macan cũng đạt mức tăng 11% tương đương với tổng số 45.086 xe mới được giao, cũng như dòng xe 911 với 18.579 chiếc (tăng 10%).



► JAGUAR VIỆT NAM

Ngày 28/07, Công ty Cổ phần Ô tô UK - Nhà nhập khẩu và phân phối chính thức Jaguar đã mang đến thị trường xe hơi tại Việt Nam thế hệ thứ hai Jaguar XF trong phân khúc xe thể thao 4 chỗ hạng sang. Ở Jaguar XF hoàn toàn mới, có sự thay đổi toàn diện từ thiết kế nội ngoại thất cho đến cấu tạo thân xe, cùng với đó là những cải tiến về công nghệ hỗ trợ lái khiến mẫu xe trở lên thú vị và an toàn hơn bao giờ hết. Có thể nói Jaguar XF thế hệ mới thể hiện phong cách thể thao hơn, vận hành hiệu quả mà vẫn đảm bảo sự tinh tế, thanh thoát và tiện nghi.



► BMW

Từ nay đến 30/9, BMW thực hiện chương trình hỗ trợ đặc biệt dành riêng cho tất cả khách hàng chọn sở hữu dòng xe BMW Series 1, với gói khuyến mãi gồm: Gói gia hạn bảo hành xe với tổng thời gian 06 năm (bao gồm 02 năm tiêu chuẩn); và mức lãi suất ưu đãi 5,55%/năm từ dịch vụ tài chính BMW, hỗ trợ bởi ngân hàng VIB trong 6 tháng đầu. Đóng góp vào mức tăng trưởng vượt bậc hơn 40% của BMW tại Việt Nam trong năm 2015, Series 1 quy tụ những tinh hoa đẳng cấp nhất của BMW ở nhiều phương diện như thiết kế, tiện nghi và công nghệ. BMW Series 1 đi kèm các trang bị, tính năng đẳng cấp và sang trọng theo tiêu chuẩn 5-sao như chức năng cửa hít độc đáo, hộp số tự động 8 cấp, chức năng Auto Start/Stop & chế độ lái ECO PRO giúp xe sử dụng nhiên liệu thông minh hơn và luôn vận hành một cách tối ưu nhất.



► SUV NISSAN

“Innovation that excites” – Tuyên ngôn đơn giản nhưng nhiều ý nghĩa này đã trở thành cam kết toàn cầu của Nissan trong hành trình 65 năm dòng SUV nói riêng và toàn bộ lịch sử hơn 80 năm của Nissan nói chung. Nissan luôn đa dạng hóa những trải nghiệm của bạn về dòng SUV với thông qua những “vị đại sứ thiện chí” như: Murano, X-Trail, Pathfinder, Rogue, Qashqai, Juke. Đó không chỉ là thành tựu công nghệ tiên tiến của một hãng xe đến từ xứ sở hoa anh đào, mà còn được coi là biểu tượng tạo nên cá tính, phong cách cho người sở hữu. Hướng đến sự an toàn, tiết kiệm và tính bền vững, Nissan đang đạt được nhiều thành công, là thương hiệu xe hơi châu Á được ưa chuộng nhất tại châu Âu.



► CARLO RINO

Hợp thời trang và thoải mái khi sử dụng, với quai đeo ở mắt cá chân có sự đàn hồi trông thật phong cách và độc đáo, Carlo Rino là sự bổ sung tuyệt vời cho kệ giày dép của bạn! Với màu sắc nổi bật và thiết kế sang trọng, những đôi giày với chiều cao vừa phải này được lấy cảm hứng từ những cây xanh với phong cách Retro sẽ giúp bạn gây ấn tượng và khởi đầu ngày mới thật hứng khởi.



► NTK LÂM GIA KHANG RA MẮT BST THU ĐÔNG 2016

Khác với những bộ sưu tập trước thường đậm nét thanh lịch, nữ tính, bộ sưu tập của Lâm Gia Khang ra mắt ngày 30/7 tại TP.HCM mang lại sự phá cách, mạnh mẽ. Những chiếc áo sơ mi phóng khoáng, nam tính với những đường nét, chi tiết dang dở. Những mẫu đầm ngẫu hứng, bất quy tắc, tôn lên đường cong của phái đẹp. Những chiếc áo vest lấy cảm hứng từ bộ suit “Le Smoking” huyền thoại, giải phóng phụ nữ khỏi những chuyển mực truyền thống. Sự nữ tính vẫn được duy trì với những chiếc nơ 3D hiện đại hoặc các nếp xếp pli mềm mại.

► NTK ĐẶNG HẢI YẾN RA MẮT BST PRE-FALL 2016

Bộ sưu tập mới vẫn giữ được những nét đặc trưng mang thương hiệu Đặng Hải Yến: hơi hướng menswear trong từng bộ suit, blazer và chân váy. Bên cạnh đó, những chi tiết bèo nhún, đính đá cũng giúp các trang phục mềm mại và nữ tính hơn. Những chiếc áo chiffon lụa mỏng kết hợp cùng lớp bèo tạo cảm giác “nửa kín nửa hở quyến rũ”. Những chiếc váy suông xếp ly mang đến sự phóng khoáng nhưng vẫn tôn sự năng động gợi cảm cho người mặc.



► SIÊU MẪU HÀ ANH TỔ CHỨC LỄ CƯỚI TẠI BÃI BIỂN ĐÀ NẴNG

Trong suốt nhiều tuần qua, chuyện tình của nữ siêu mẫu đắt giá nhất nhì làng mẫu Việt và chàng giáo viên Tiểu học người Anh đã tốn không ít giấy mực của báo chí và cả những bàn tán, chúc phúc từ các fan hâm mộ. Sau khi đã hoàn thành các thủ tục cần thiết bao gồm nhận giấy chứng nhận kết hôn tại Quận Ba Đình, Hà Nội và có một lễ ăn hỏi đậm chất truyền thống cùng gia đình tại đây, siêu mẫu Hà Anh đã chính thức tổ chức hôn lễ trong không gian sang trọng, lãng mạn và tinh tế tại Furama Resort Đà Nẵng trên một trong những bãi biển đẹp nhất hành tinh.

► NTK CHUNG THANH PHONG “CHỊU LỖ” TẠI THE FACE

Trong tập 5 The Face phát sóng tối 16/7, Top 10 thí sinh phải thực hiện một thử thách cực kỳ khó khăn. Trong những bộ váy dạ hội lộng lẫy từ BST Limited của NTK Chu Thanh Phong, họ phải trình diễn khả năng catwalk trên bàn tiệc dài, bày rất nhiều bình hoa, dao, nĩa... Chưa kể hàng chục khách mời xung quanh còn liên tục “làm khó” thí sinh bằng những tình huống bất ngờ. Sau màn biểu diễn, có đến 8 chiếc váy ren bị hỏng do đổ rượu vang và cháy xém do bắt lửa trong quá trình những thí sinh trình diễn phần catwalk, tổng chi phí thiệt hại lên đến 185 triệu. Tuy nhiên nhà thiết kế vẫn rất hào hứng và hết lòng ủng hộ chương trình.



► TRẦN THU NGÂN ĐĂNG QUANG HOA HẬU BẢN SẮC VIỆT

Đêm chung kết Hoa hậu Bản sắc Việt 2016 diễn ra tại Thanh Hóa tối 7/8 gọi tên Trần Thu Ngân ở ngôi vị cao nhất. Tân hoa hậu sinh năm 1996, tại Hải Phòng, sở hữu chiều cao 1,7 m, số đo ba vòng là 87-59-92. Cô hiện là sinh viên khoa Quản trị khách sạn tại Thụy Sĩ. Tại những vòng sơ khảo, Thu Ngân luôn tạo được ấn tượng bởi phong thái tự tin, tính cách gần gũi và điềm tĩnh. Ngoài ra, lợi thế giúp cô nổi bật hơn 38 đối thủ là khả năng thông thạo tiếng Anh và tiếng Pháp. Trong đêm bán kết toàn cầu, Thu Ngân dành danh hiệu Người đẹp Ảnh.

► STYLIST KELBIN LEI BẤT NGỜ HÓA THÂN THÀNH MAD HATTER.

Mới đây, trong bộ ảnh mới nhất của mình, stylist Kelbin Lei đã bất ngờ hóa thân thành gã thợ sửa mũ “điên” Mad Hatter trong bộ phim Alice Ở Xứ Sở Trong Gương với trang phục vô cùng ấn tượng. Xuất hiện cùng chiếc mũ độc đáo và phong cách trang điểm mang đúng thương hiệu Mad Hatter, Kelbin khi đứng bên bàn tiệc trà hay chơi đùa cùng những quân bài đều thể hiện được thần thái của nhân vật này một cách xuất sắc. Alice Ở Xứ Sở Trong Gương dự kiến khởi chiếu ngày 12.08.2016 với các định dạng 2D, 3D, IMAX 3D.





► JENNIFER LOPEZ TRỞ THÀNH NHÀ THIẾT KẾ GIÀY?

Jennifer Lopez vừa tiết lộ kế hoạch hợp tác với thương hiệu giày của Ý, Giuseppe Zanotti để ra mắt bộ sưu tập giày và phụ kiện đầu tay vào tháng 01/2017. “Jennifer luôn là người truyền cảm hứng cho các thiết kế của tôi. Nên việc hợp tác này là một điều rất tự nhiên,” nhà thiết kế người Ý chia sẻ. Bản thân người sáng lập thương hiệu thời trang JLO vào năm 2001 cũng cho biết: “Giống như những phụ nữ khác, tôi rất yêu thích những đôi giày đẹp. Bất kể khi đi dự thảm đỏ hay đơn giản chỉ là đi dạo phố, một đôi giày phù hợp sẽ khiến tôi cảm thấy xinh đẹp, quyến rũ và bản lĩnh hơn.”

Zanotti hứa hẹn bộ sưu tập mới này sẽ mang đậm phong cách của Jennifer Lopez: bốc lửa, đẳng cấp, hiện đại nhưng cũng vô cùng tinh nghịch và sắc sảo. Với phom dáng signature của nhà thiết kế, chúng ta sẽ có những đôi boot hờ ngón đính pha lê theo đuổi xu hướng embellishment; những đôi giày thể thao đế xuống và những đôi sandals chiến binh da rắn. Bên cạnh đó, các mẫu túi da và phụ kiện khác cũng sẽ được ra mắt. Nữ danh ca cũng chia sẻ rằng bộ sưu tập này là “tất cả những gì mà các bạn trông đợi từ chúng tôi. Những đôi giày cao gót ‘chất lừ’ và đương nhiên là sẽ lấp lánh!”



► ANTONIO BANDERAS SẼ VÀO VAI GIANNI VERSACE?

Một bộ phim thuật lại cuộc đời và cái chết bí ẩn của nhà thiết kế huyền thoại Gianni Versace sẽ được bấm máy quay vào tháng 12 năm nay với sự xuất hiện của siêu sao Antonio Banderas (cho vai nam chính, ảnh phải). Nam diễn viên huyền thoại này đã làm cho giới thời trang không khỏi ngạc nhiên khi đăng ký học thiết kế thời trang ở Central Saint Martins vào năm ngoái. Trả lời phỏng vấn của chương trình truyền hình ban ngày Loose Women, ông chia sẻ “Central Saint Martins có lẽ là một trong những trường tốt nhất trên thế giới, vì thế tôi sẽ bắt đầu học với họ. Nó khiến tôi thực sự cảm thấy được trẻ lại khi quay lại trường học một lần nữa và cố gắng tìm hiểu một lĩnh vực khác.” Thông tin chi tiết về bộ phim vẫn còn rất hạn hẹp, nhưng một điều chúng ta có thể biết chắc chắn rằng dự án phim này sẽ được chỉ đạo bởi đạo diễn Bille August tại Milan.



► GWYNETH PALTROW MUỐN TÁCH KHỎI GOOP

Người đàn bà làm chủ trái tim của Iron Man mới đây vừa tiết lộ kế hoạch sớm rời khỏi ấn phẩm lifestyle Goop (do chính cô thành lập năm 2008). Trả lời phỏng vấn tạp chí Vanity Fair tại Hội nghị Thượng đỉnh được tổ chức ở Chicago, cô chia sẻ “Tôi luôn tìm cách phát triển Goop, tìm cách để có thể tách ra khỏi Goop và để ấn phẩm phát triển như một thương hiệu độc lập. Mong ước của tôi là một ngày nào đó, sẽ không ai còn nhớ đến những gì tôi đã làm cho ấn phẩm và tôi không liên quan đến nó.”

Mặc dù chủ đích của Gwyneth Paltrow là tách khỏi Goop nhưng cô cũng chia sẻ, cô đã rất vui khi được dẫn dắt tạp chí. “Những thử thách tôi phải đương đầu mỗi ngày kể từ khi thành lập và điều hành kinh doanh thật sự thú vị nhưng cũng vô cùng đáng sợ. Đó quả là một hành trình tuyệt vời.”



► CEO FERRAGAMO TỪ CHỨC

Michele Norsa – CEO của Salvatore Ferragamo – sẽ từ chức sau 10 năm điều hành và quản lý hãng. Chủ tịch tập đoàn thời trang người Ý, ông Ferruccio Ferragamo cho biết ông rất biết ơn Norsa vì những cống hiến hết mình trong một thập kỷ qua với hãng. Ông nói thêm “Tôi nợ ông ấy một lời cảm ơn sâu sắc trước mặt mọi người” khi đang ngồi họp với Ban giám đốc. Như vậy, có thể thấy rằng nước Ý đang diễn ra một cuộc đại cách mạng với những màn “chuyển nhượng” cho những vị trí quan trọng. Cụ thể, Roberto Cavalli đã bổ nhiệm một CEO cũ của Versace; Versace thì tuyên bố Jonathan Akeroyd – một CEO lâu năm của Alexander McQueen – sẽ về làm Giám đốc điều hành cho Versace sau khi đã được hãng “chiêu mộ” hồi tháng 05. Cuối cùng, Eraldo Poletto – CEO cũ của Furla – sẽ đảm nhận chức vụ của Norsa tại Salvatore Ferragamo.



► BURBERRY KIỆN RAPPER BURBERRY PERRY

Đại diện của thương hiệu Burberry mới đây cho biết “Với tư cách là một thương hiệu cao cấp toàn cầu, Burberry đặc biệt đề cao việc bảo vệ quyền sở hữu tài sản trí tuệ cũng như bảo vệ khách hàng. Vì vậy, chúng tôi sẽ mạnh tay hơn trong việc bảo vệ các thiết kế sáng tạo cũng như sẵn sàng làm mọi hành động cần thiết để chống lại những kẻ muốn lợi dụng thương hiệu của mình.” Được biết thông báo này của Burberry xuất phát từ việc rapper Perry đã lấy tên gọi Burberry làm nghệ danh và lấy logo kỳ sỹ, họa tiết caro đặc trưng của hãng để minh họa album đầu tay của mình ngay cả khi đã hãng đã liên tục gửi thư tay, email và gọi điện. Khi có thông tin rằng đơn kiện của hãng về vấn đề này bị bãi bỏ, rapper này đã chia sẻ một bức ảnh với dòng chú thích “EL OH EL” (cười to) cùng với biểu tượng cảm xúc cười.



► RAF SIMONS VỀ CALVIN KLEIN

Raf Simons mới đây đã được chính thức bổ nhiệm vào vị trí Giám đốc sáng tạo của Calvin Klein. Thông tin này cũng được hãng chia sẻ trên các trang mạng xã hội như Instagram, Facebook và Twitter. CEO của Calvin Klein, ông Steve Shiffman cho biết: “Sự đóng góp (mới này) của Raf Simons trong vai trò Giám đốc sáng tạo báo hiệu một bước ngoặt quan trọng cho tập đoàn. Kể từ sau cuộc chuyển giao số một từ người sáng lập thương hiệu là ngài Calvin Klein, tất cả các dòng sản phẩm của thương hiệu chưa từng được phát triển và quản lý tập trung dưới một định hướng sáng tạo. Tôi tin rằng quyết định này sẽ mang đến một dấu ấn mạnh mẽ cần thiết cho tương lai của thương hiệu.” Được biết, ekip của Raf sẽ chính thức ra mắt BST Thu – Đông 2017 cho dòng sản phẩm Calvin Klein Collections vào tháng 1/2017. Sự kiện này hứa hẹn sẽ là một trong những cột mốc được đón chờ nhiều nhất, và sẽ là một điểm sáng của Tuần lễ thời trang New York sắp tới.

ALLURE GAME

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

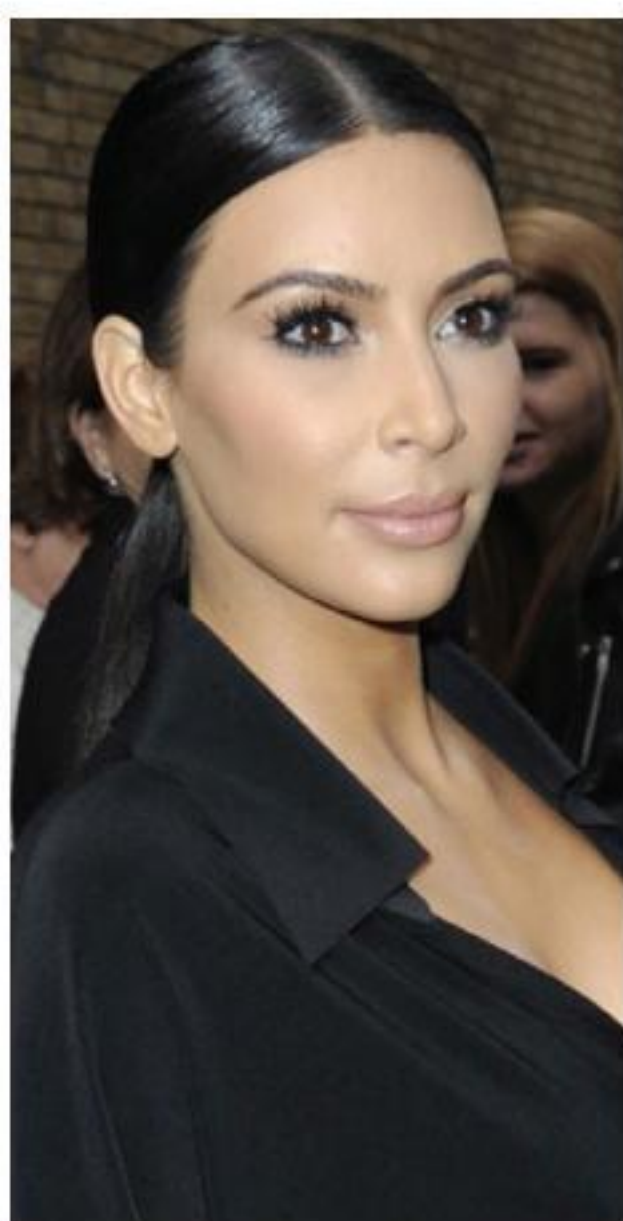


HOLLYWOOD BEAUTY TIPS

Cùng Style tìm hiểu một số mẹo làm đẹp bỏ túi của những ngôi sao Hollywood!

No.1

Xử lý tóc con kiểu Cô Kim!



Các bạn đang gặp rắc rối với đám tóc con lưa thưa khó chịu ở vùng trán mỗi khi cột tóc đuôi ngựa hay búi tóc cao? Vậy thì các bạn có thể tham khảo thêm tuyệt chiêu thú vị của Cô Kim siêu vòng 3. Bí mật của Kim là ứng dụng công nghệ sửa tia laser để loại bỏ tận gốc những sợi tóc con tại vùng cao nhất của trán và xung quanh khuôn mặt để tránh khỏi những khó chịu mà nhiều người vẫn hay vướng phải mỗi khi buộc hay búi tóc. Ra là mọi vấn đề nhứt nhối đều có cách giải quyết triệt để cơ đấy!

No.2

Ăn kiêng kiểu Blake Lively



Bí mật nào giúp ngôi sao của The Gossip Girl có thể nhanh chóng lấy lại dáng chuẩn ngay cả sau khi có em bé? Và đây là tiết lộ của cô: Không đếm số lượng calorie dung nạp trong bữa ăn. Thay vào đó, Blake chọn cách không ngừng tập luyện để bộ máy tiêu hoá có thể đốt cháy lượng calorie vừa được hấp thụ. Cô cũng gợi ý nên thực hiện những bài tập với các nhóm cơ lớn ở các khu vực như chân, bụng, và tay như squat, chống đẩy, nâng tạ. Việc tập luyện các bài tập nặng với các nhóm cơ trên sẽ đốt cháy một lượng calorie lớn và tập cho cơ thể một thói quen tự đốt cháy calorie ngay cả sau khi tập luyện. Đẹp tự nhiên nhưng không phải tự nhiên (mà có) là thế đó các cô gái?

No.3

Adriana Lima tiết lộ bí quyết làm đẹp từ dừa tươi



Mới đây, thiên thần nội y đàn chị của Victoria's Secret đã chia sẻ về “tiền được cho sắc đẹp của mình” là nước dừa tươi. Cô tiết lộ: “Tôi uống ít nhất một quả dừa tươi mỗi ngày – đây chính là tuyệt chiêu bí mật để có một làn da khỏe mạnh và sáng màu. Những loại nước quả từ thiên nhiên như quả acai hay acero-la cũng có công dụng tuyệt vời như vậy.” Trong nước dừa có chứa các thành phần như vitamin tổng hợp, kẽm, sắt, amino acid, v.v... vừa cung cấp dưỡng chất cho cơ thể lại có khả năng giúp giảm cân nếu sử dụng đều đặn. Vừa rẻ lại đặc biệt hiệu quả, phải thử ngay thôi!



Chỉ dùng Highlighter để trang điểm?

Trong các bước trang điểm, highlighter đóng một vai trò quan trọng trong việc tạo độ căng cho da và độ bắt sáng tại những vùng cao trên khuôn mặt như đỉnh gò má, chóp mũi, xương cung mày hay còn có thể sử dụng cho toàn thân để làm nổi bật những đường cong trên cơ thể và tạo cảm giác mịn màng. Nhưng đã bao giờ bạn nghĩ tới việc chỉ dùng highlighter để trang điểm chưa? Beauty blogger 18 tuổi Mariya Lyubashevskaya mới đây đã đề xuất ý tưởng này qua 1 clip hướng dẫn makeup chỉ sử dụng những sản phẩm có thành phần nhũ và bắt sáng và đã thu hút hàng triệu lượt xem trên kênh Youtube cá nhân. Ngay sau đó video này đã tạo nên một cơn sốt mới và có được sự chú ý ngay cả với những beauty blogger kỳ cựu và đình đám như Jeffree Star, Nikkie Tutorials, Jaclyn Hill, Shaaanxo, v.v... Nếu bạn muốn có một làn da căng mịn, bóng loáng và bắt sáng mà đến tận trên cung trăng người ta cũng có thể thấy mình, hãy thử xem sao!

Kylie Jenner giới thiệu phấn mắt mới

Ngay sau khi thông tin về bảng phấn trang điểm mắt với 9 ô màu (mới) xuất hiện mấp mờ qua các bức ảnh chụp sản phẩm có tên Kyshadow Bronze Palette trên trang chủ của Kylie Cosmetics, các tín đồ làm đẹp đã lùng sục thông tin cũng như ngày ra mắt để có nhanh tay sắm cho mình bảng màu mắt này. Dường như cơn sốt Kylie Cosmetics vẫn chưa ngừng giảm sút sau những đợt restock dòng son lì của Jenner và chắc chắn bảng màu mắt này cũng không là ngoại lệ. Ngày ra mắt bảng màu mắt Bronze Palette của cô nàng là 27/7/2016 và giá của nó là \$42. Các bạn đã là người may mắn sở hữu "hiện tượng" này trong đợt ra mắt đầu tiên chưa?



BỘ SẢN PHẨM BAO GỒM:

Dầu gội làm sạch, đặc trị chống rụng tóc: 500ml
Huyết thanh đặc trị chống rụng tóc: 30ml
Dầu gội chăm sóc, đặc trị chống rụng tóc: 200ml
Xịt dưỡng chống rụng tóc 7 ngày: 20ml
Bộ sản phẩm chống rụng, kích thích mọc tóc 30 ngày: 20mlx4



Nashi Argan Capixyl

Hệ thống sản phẩm chống rụng và kích thích mọc tóc theo công nghệ mới nhất từ tinh dầu argan, tế bào gốc thực vật phytostamona và hoạt chất kích thích nang lông capixyl, được chiết xuất từ thiên nhiên, giúp nuôi dưỡng, chống rụng và kích thích mọc nang tóc đạt hiệu quả 35% sau 7 ngày sử dụng. Với tác động của hoạt chất capixyl nuôi dưỡng gốc tóc, làm nang tóc khỏe hơn và đẩy nhanh việc tái tạo những tế bào mới từ tuần thứ 2. Mái tóc sẽ trở nên khỏe mạnh, không còn dấu hiệu rụng tóc, phục hồi hoàn hảo tóc hư tổn và bảo vệ tóc trước những tác động hư hại như tia uv, tia tử ngoại. Đồng thời có tác dụng chống lão hóa, chống oxy hóa, giảm thiểu độ gãy rụng nhưng không gây cảm giác nặng trĩu cho tóc

artèxo

VŨ ĐIỀU 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

Rain Dance có mặt tại các Salon chuyên nghiệp trên toàn quốc - Hotline: 0989 5959 88

MẶT NẠ “vàng lá”

Không phải sản phẩm nào dưới đây cũng được làm từ vàng nhưng có thể khẳng định những sản phẩm làm đẹp này đều rất xa xỉ và đẳng cấp!

Chính vì những đòi hỏi ngày càng cao và cầu kì của khách hàng mà các nhãn hiệu mỹ phẩm đang cho ra đời rất nhiều sản phẩm với các thành phần “có nằm mơ cũng không dám nghĩ tới” nhưng lại thu hút một lượng lớn khách hàng sẵn lòng móc hầu bao để chiều chuộng bản thân. Dưới đây là Top 4 loại mặt nạ dưỡng da được đánh giá là “đắt mà xắt ra miếng” trong giới làm đẹp hiện nay.



The Lifting and Firming Mask (La Mer) - \$245

Với thành phần nghiên cứu hoàn toàn mới, có tác dụng hỗ trợ cấu trúc sâu bên dưới làn da, giúp da lấy lại độ đàn hồi, săn chắc và làm mờ các vết chân chim, khuôn mặt bạn sẽ trở nên thon gọn hơn sau mỗi lần sử dụng sản phẩm. Cần gì phải nâng cơ mặt bằng những loại hình thẩm mỹ đau đớn nữa khi tất cả những gì bạn cần là nằm thư giãn với mặt nạ dưỡng da này.

Le Soin Noir Lace Face Mask (Givenchy) - \$330

Dòng sản phẩm dưỡng da Le Soin Noir của Givenchy cũng là một trong những dòng sản phẩm chống lão hóa cao cấp bậc nhất với chiết xuất từ tảo đen quý hiếm và sử dụng nước từ mạch nước khoáng tinh khiết chảy suốt hàng nghìn năm tại vùng Loire-Atlantique, Pháp. Sản phẩm có thiết kế mặt nạ dạng ren đen siêu mỏng và cầu kì với bề mặt nhẵn mịn để ôm sát vào các đường nét trên khuôn mặt để phát huy triệt để công dụng của dưỡng chất.



Re-Nutriv Ultimate Diamond Revitalizing Mask Noir (Estée Lauder) - \$340

Có công thức kết hợp tinh chất của nấm truffle black diamond vô cùng đắt đỏ với công nghệ tái cấu trúc bề mặt da sâu từ bên trong, sản phẩm sẽ có tác dụng giúp cho làn da trở nên mịn màng như lụa chỉ sau một lần sử dụng. Đi kèm với sản phẩm là một cây cọ tròn để massage mặt trước khi đắp mặt nạ, một chiếc thìa dát vàng để lấy sản phẩm và một cái khay nhỏ. Nghe thật là sang chảnh đúng không?



Orchidée Impériale Mask (Guerlain) - \$385

Loài hoa phong lan đẹp ngây ngất với mùi hương vô cùng quyến rũ là cảm hứng cho dòng sản phẩm Orchidée Impériale này của hãng mỹ phẩm cao cấp Guerlain. Có công thức chứa thành phần tinh chất hoa phong lan và các loại vitamin, sản phẩm có tác dụng nuôi dưỡng và cân bằng độ ẩm cho mọi làn da kể cả với làn da nhạy cảm. Quả là một bước đột phá trong quá trình chăm sóc và nâng niu làn da cho mọi cô gái hiện đại!





Better Beauty Cosmetics

**Bộ sản phẩm cao cấp
thương hiệu BEBECO Hàn Quốc**

Bùng sáng vẻ đẹp tự nhiên.

Bộ sản phẩm cao cấp với thành phần chiết xuất từ Khoáng chất Ngọc trai, thực vật biển tầng sâu & 10 loại Thảo mộc tự nhiên cho lớp trang điểm siêu mịn, thấm dầu và kiểm soát bã nhờn giúp làn da luôn khô thoáng sáng đẹp mịn màng; mang đến cho Bạn sự tự tin & quyến rũ.



Sản phẩm có bán tại các đại lý, cửa hàng mỹ phẩm trên toàn quốc.

NK&PP: VAP Co., Ltd Add: Tầng 4, Nam Hải Lakeview Building, KĐT Vinh Hoàng, Q. Hoàng Mai, HN Tel: 043 872 9480 Hotline: 093 620 1234 Website: www.vietanphu.vn



“ĐỒ CHƠI MỚI” CỦA NARS

Nếu bạn là một tín đồ của các sản phẩm trang điểm mắt có nhũ lấp lánh của NARS (có ai không thích cơ chứ), chắc chắn bạn sẽ cảm thấy cực kỳ hối hận nếu chưa biết tới dòng Hardwired Eyeshadow Collection mới toanh với 6 màu mắt nhũ (bạc kim loại, vàng đồng, hồng lilac, hợp kim đồng, hợp kim vàng, violet). Khi sử dụng, sản phẩm có thể tạo ra hiệu ứng như một dải ngân hà trên đôi mắt. Có thể bạn sẽ cười và khẳng định dòng sản phẩm Hardwired đã có ở NARS từ bộ sưu tập mùa Đông 2014 hay có nguyên cả 1 bảng màu mắt từ bộ sưu tập mùa Hè 2015. Tuy nhiên, đây là bản cập nhật với thiết kế và các thành phần cao cấp hơn, sẽ được giới thiệu với thị trường từ ngày 1/8/2016. Sản phẩm sẽ xuất hiện trong các store của hệ thống Sephora nhưng hãy nhanh chân lên bởi nó đang quá HOT mà!

Nhuộm tóc dưới \$1?

Một bí mật thú vị đang được lưu truyền bởi các beauty blogger về cách đổi màu tóc tạm thời mà không hề gây hại cho tóc lại siêu cấp rẻ. Đó là nhuộm tóc tạm thời bằng giấy Crepe. Giấy Crepe là gì? Đó là loại giấy mỏng, có bề mặt hơn sần luôn được sử dụng để làm hoa giả hay trang trí trong nhà (hoàn toàn có thể kiếm được ở những cửa hàng lưu niệm). Thực hiện vô cùng đơn giản: Hãy cắt nó thành từng miếng nhỏ, thả vào một chậu nước muối ấm và ngâm tóc trong đó trong vòng 15 phút rồi xả lại với nước. Một cách khác để nhuộm kĩ thuật ombre là làm ướt tờ giấy crepe và bọc quanh phần đuôi tóc và cố định bằng dây thun. Tùy thuộc vào chất tóc và số lần bạn gội đầu, nó có thể bám trên tóc đến 1 tuần. Giờ thì đừng ngạc nhiên về việc tại sao các cô nàng beauty blogger có thể liên tục biến hình với những màu tóc của mình nhé.



**OBOJITE KOSU
KREP PAPIROM**



Ngày Quốc Tế Son Môi

Ý tưởng lựa chọn ngày 29/7 hàng năm làm Ngày Quốc tế Son môi đã được Huda Kattan khởi xướng. Nhân cơ hội này, cô nàng hot beauty blogger này cũng giới thiệu dòng son lì Huda Beauty Liquid Matte. 16 màu Must-Have với tone màu vô cùng dễ dùng từ Nude, Nâu trầm, Hồng nữ tính tới Đỏ cổ điển đều được ra mắt vào cùng ngày tại các hệ thống của Sephora với giá \$20. Với 14 triệu lượt người theo dõi trên Instagram, Huda Kattan (@hudabeauty) được mệnh danh là Nữ hoàng làm đẹp khi tạo ra vô số những xu hướng làm đẹp mới (được ủng hộ bởi ngay cả những người nổi tiếng như Kardashian, Jennifer Lopez, Eva Longoria hay Nicole Richie). Đã đủ lý do để bạn thừa nhận 29/7 là Ngày Quốc tế Son môi chưa?

ĐẶT STYLE NHẬN QUÀ HẤP DẪN



12 cuốn/
1 Năm

~~474.000 VNĐ~~

427.000 VNĐ

Đặt báo dài hạn 1 năm từ 15/8 - 15/9
Tặng ngay một thỏi son dưỡng màu
BEBECO OREAF VARY COLOR Hàn Quốc
trị giá 138.000 VNĐ

be **(BE)** co
Better Beauty Cosmetics



Liên hệ đặt báo dài hạn: 0978 327 350



Mùi hương, cái tên hay thiết kế?

Nhà thiết kế lừng danh Christian Dior từng nói “A woman’s perfume tells more about her than her handwriting.” (Nước hoa của một phụ nữ cho biết nhiều điều hơn cả nét chữ của nàng). Nhưng với chính những lọ nước hoa thì thiết kế và những cái tên có tầm quan trọng chẳng kém gì những mùi hương!

Minh Minh



NGÀNH CÔNG NGHIỆP NƯỚC HOA KHÔNG CHỈ BÁN MÙI HƯƠNG

Dùng lời lẽ hay câu chữ để đặc tả một mùi hương, đó luôn là điều khó khăn với bất cứ người nào, kể cả những người làm sales dạn dày kinh nghiệm. Một lọ nước hoa với những nốt đầu của cam, chanh, hương giữa của cây tuyết tùng hay những nốt cuối trầm mặc của gỗ sồi ư? Thật khó để tưởng tượng. Vậy là khách hàng sẽ phải thử tìm ra mùi mình thích hoặc phù hợp nhất với mình. Nhưng nếu chẳng may hôm đó bị cảm cúm, nghẹt mũi, thì coi như người bán hàng đã đánh mất một vài đối tượng khách hàng béo bở. Kể cả khách có khỏe mạnh, bình thường đi nữa, thì cầm lên ba que thử mùi của ba lọ nước hoa thôi cũng đã đủ loạn rồi. Dù có sự trợ giúp của cốc hạt café (giúp khứu giác lấy lại được sự nhanh nhạy và khả năng phân biệt mùi nhanh nhất) thì cũng không thể chọn lựa được ngay mùi hương hoàn hảo nhất cho mình. Vậy điều

gì sẽ quyết định đến việc khi đó khách hàng có móc hầu bao hay không? Chắc chắn sẽ không phải là lời diễn thuyết của người bán hàng rằng mùi hương này thơm lắm, quyến rũ lắm, nó là sự tổng hợp của những thành phần quý giá, đắt tiền bla bla... mà chính là từ thiết kế của chai nước hoa và cái tên của nó.

Nắm bắt được nhu cầu ấy, khi mà nước hoa không chỉ là một thứ đồ trang sức vô hình mà những thiết kế chai lọ bắt đầu được xếp hẳn vào khu vực nhóm đồ vật trang trí phòng ngủ và những cái tên bắt tai bao giờ cũng là bảo chứng cho sự thành công về mặt doanh số, các nhà sản xuất nước hoa đã chú trọng hơn rất nhiều đến thiết kế chai hộp cũng như đầu đầu để “sáng tạo” cho những lọ nước hoa một cái tên mà khách hàng chỉ nghe thôi cũng đã muốn mở ví ra mua liền rồi.

Thiết kế và tên gọi, khi ấy bỗng trở thành hai thế mạnh đặc biệt giúp các nhãn hàng sản xuất nước hoa kiếm bộn, thậm chí còn hơn cả việc bán ra những mùi hương được coi là đặc trưng và nổi bật nhất của mình.



SỨC MẠNH CỦA THIẾT KẾ

Trong thế giới của ngành công nghiệp nước hoa, rất nhiều con đường đều dẫn đến một cái tên mà nghe qua thôi đã thấy được sự bất biến theo thời gian của nó: Coco Chanel. Năm 1921, Coco Chanel cho ra mắt lọ nước hoa Chanel No.5, một mùi hương đa lớp tươi mới đã đánh bật những mùi hoa cỏ hay những nốt trầm của xạ hương ra khỏi vị trí độc tôn của mình. Thế nhưng, thành công của Chanel No.5 không phải hoàn toàn đến từ mùi hương, mà phần nhiều đến từ thiết kế đỉnh cao và kinh điển của nó. Chiếc chai thủy tinh đã chứa đựng cả linh hồn của người phụ nữ với hình dáng như một viên pha lê vàng lấp lánh, dòng chữ Chanel No.5 đen, dùng font đứng và dày hoàn toàn phù hợp với những đường cắt tinh tế ở phần thân và nắp vỏ. Trải qua gần 100 năm tồn tại, Chanel No.5 đã chứng minh được tính phi thời gian của mình. Nó thậm chí còn trở nên bất tử trong bức họa của Andy Warhol.

Những nhãn hàng nước hoa khác cũng rất chú trọng đến thiết kế chai để thu hút được sự chú ý của khách hàng. Nổi bật trong số đó là chai nước hoa 1 Million của Paco Rabanne được ra mắt vào năm 2008. Với thiết kế như một thỏi vàng, chai nước hoa vẽ ra một giấc mơ về cuộc sống của một triệu phú thành đạt, với những chiếc xe hộp xịn, những chai rượu vang đắt tiền và cả những cô đào đẹp như siêu mẫu. Chiến dịch quảng bá dòng nước hoa này cũng nhấn mạnh vào sự giàu có, thành công và tài năng tuyệt đỉnh. Chưa cần biết mùi hương có khiến người dùng có cảm giác mình là một triệu phú tiền đô hay không, nhưng chỉ riêng sắc vàng óng ánh, thiết kế nam tính cùng những thước phim quảng cáo kia thôi cũng đã mang đến sự thành công vang dội về doanh số cho chai nước hoa này.

Một ví dụ điển hình khác chính là hãng nước hoa Jean Paul Gaulti-

er. Năm 1993, hãng này cho ra mắt chai nước hoa Classique với thiết kế như một nàng mannequin với màu hồng ửng nhìn bắt mắt. Phần hộp đựng ngoài như một chiếc ống bơ bằng bạc là điểm nhấn hoàn hảo khiến chai nước hoa này trở nên bắt mắt vô cùng dù được đặt cạnh những chai nước hoa của các nhãn hàng nổi tiếng hơn. Thành công, đương nhiên thành công. Và thừa thắng xông lên, năm 1995, Jean Paul Gaultier tiếp tục cho ra mắt chai nước hoa Le Male với thiết kế tương tự nhưng dành riêng cho nam giới. Giờ đây, nhắc đến những chai nước hoa có hình mannequin, chắc chắn người ta sẽ nhớ ngay đến cái tên Jean Paul Gaultier. Một nước đi quá thành công của hãng nước hoa này, chỉ nhờ vào thiết kế.

Ngày nay, rất nhiều hãng nước hoa đã đánh mạnh vào thị hiếu của người dùng, khi họ chủ yếu mua hàng online và quá lười để đi thử mùi nước hoa ở những trung tâm thương mại. Phần nhìn của chai nước hoa được đặt lên hàng đầu. Marc Jacobs với dòng nước hoa Daisy quá đời thành công là bởi thiết kế tươi mới, trẻ trung, nhìn qua không khác gì những món đồ trang sức mà các nàng hay chơi với nhau thời thơ ấu. Chỉ riêng thiết kế cũng đã gợi cho chúng ta cảm giác về một thế giới thơm ngát mùi hương của những đóa cúc dại, đẹp hoang hoải như người thiếu nữ mới biết yêu lần đầu. Hay nổi bật hơn nữa là hãng nước hoa Moschino với dòng nước hoa Fresh Couture Eau de Toilette, một chai nước hoa được thiết kế y như chai nước xịt lau kính của các bà nội trợ. Ngoài mục đích gây ấn tượng mạnh với người mua thì còn động cơ nào khác nữa đây? Không còn vẻ sang chảnh, nhìn qua khiến người ta dễ nhầm lẫn và tò mò kiểu “Sao lại bán nước lau kính trong boutique nước hoa nhỉ?”, chai nước hoa này (thật đáng ngạc nhiên) lại được bán ra với con số khủng không kém chai nước hoa hàng hiệu đắt tiền nào.

SỰ QUYẾN RŨ ĐẾN TỪ NHỮNG CÁI TÊN

Liệu một anh chàng dùng nước hoa Grey Flannel có thể tìm được hạnh phúc đích thực bên một cô nàng mê mẩn mùi hương Shalimar không nhỉ? Câu hỏi này sẽ hàm ý hơn rất nhiều nếu như chúng ta hiểu được lời tuyên bố ngấm của những chai nước hoa, được gửi gắm qua tên gọi của mình. Chọn tên cho một mùi hương thực sự là một công việc sáng tạo cần rất nhiều cảm hứng và sự điên rồ. Bởi nó có hai mục đích: Một, đó là đánh vào sự tò mò của khách hàng. Liệu cái tên ấy có đủ kêu để khiến người ta nhớ về nó chỉ sau một lần đọc thoáng qua ở đâu đó? Hai, đó là một cuộc chơi với ngôn từ có nhiều nhục cảm dữ dội nhất. Trong lịch sử ngành công nghiệp nước hoa, phổ biến nhất vẫn là những cách đặt tên sau:

Exotica: Những cái tên dùng từ mượn của phương Đông hay chữ La-tin luôn được coi là những cái tên gợi sự bí ẩn và hấp dẫn lạ lùng. Aqua, Opium, Shalimar, Cinnabar... là những chai nước hoa thành công và gây được tiếng vang lớn một phần dựa vào những cái tên rất bắt tai và nghe qua là nhớ của mình. Người ta mua chai Shalimar của Guerlain không chỉ bởi mùi hương, thiết kế mang đậm hơi hướm phương Đông mà còn bởi nó gợi về giấc mơ của nàng Scheherazade trong câu chuyện nổi tiếng "Nghìn lẻ một đêm". Những cái tên dùng từ mượn này luôn được dành cho những chai nước hoa có mùi hương được miêu tả là sexy, quyến rũ và bí ẩn. Đương nhiên, đó toàn là những yếu tố gợi sự tò mò và nhu cầu mua cho người dùng, nhất là phụ nữ.

Sự lãng mạn xa xưa: Những cái tên sẽ gợi về tình yêu của người phụ nữ. Ẩn sâu trong đó là những câu

chuyện tình đầy ngọt ngào và cũng nhiều man trá. Chloé, Ruffles, Chantilly, Lolita Lempicka... là những cái tên nổi tiếng của dòng nước hoa đặt tên theo xu hướng này.

Dùng luôn tên của nhãn hàng sản xuất: Còn gì bảo đảm cho sự thành công của một chai nước hoa hơn là tên gọi nghe qua đã thấy sang chảnh của chính các nhãn hàng sản xuất? Chanel No.5, Oscar de la Renta, Miss Dior, Hermès... là những cái tên bán chạy nhất của dòng nước hoa này.

Ngẫu nhiên nhưng luôn là điều hoàn hảo nhất: Đây là cuộc chơi với ngôn từ đích thực, khi các nhà sản xuất nước hoa được thoải mái sáng tạo mà không cần giữ mình trong khuôn phép nào. Những cái tên từ đơn giản đến phức tạp, từ dễ hiểu đến "so deep", từ lãng lợ gợi tình đến phong trần đầy nhục cảm đều đã được nghĩ ra. Poison của Dior, Daisy Dream của Marc Jacobs, Guilty của Gucci là những cái tên chỉ nghe qua đã muốn thử. Đơn giản vì nó gợi mở cả một thế giới bí ẩn đầy kích thích và cả một chút ngộ nghĩnh, hư hỏng, là lời... Chẳng phải phụ nữ, bất cứ ai đều âm thầm mơ ước mình sẽ trở thành một cô nàng đầy hấp dẫn như vậy sao?

Kết

Khi những giọt nước hoa cuối cùng đã bay nốt mùi hương, điều còn ở lại, chính là vỏ chai và cái tên của nó. Đôi khi, đó mới là điều quyết định xem liệu ta có nên mua thêm một chai nước hoa tương tự để dùng, ta nên vứt cái chai không đó đi hay để lại làm một món đồ trang trí. Khi ấy, một chai nước hoa sẽ là chiếc chìa khóa mở ra những kỉ niệm xa xưa, đẹp để có, đau buồn có. Và cái tên ấy, dáng hình ấy sẽ vĩnh viễn là một phần trong kí ức. Đó mới là giá trị vĩnh cửu của một mùi hương





Đôi khi tôi nhìn vào những ngôi sao hạng A của thế giới như Reese Witherspoon, Lucy Liu, Cate Blanchett, Kate Winslet hay Zoe Saldana rồi tự hỏi họ có phẫu thuật thẩm mỹ không?

Khánh



Oscar và Chuẩn mực đẹp mới

Có những khuôn mặt mà chúng ta chỉ cần nhìn lướt qua vài giây là đủ biết người đó đã làm gì với mặt mình. Như chị em nhà Kardashian (trừ Kendall Jenner) với một khuôn mặt nhìn xinh đẹp nhưng cực kỳ phi tự nhiên. Chôn vùi dưới hàng tấn lớp trang điểm, họ trưng trở với cả thế giới một khuôn mặt đã được chỉnh sửa tỷ mỹ tới từng nét.

Đó là vẻ đẹp khác hẳn với những cái tên mà tôi đã liệt kê ở đầu bài viết này. Khi Cate Blanchett hay Reese Witherspoon xuất hiện ở sân khấu Oscar, nhìn họ thật tuyệt vời. Đó là kiểu tuyệt vời mà bạn vô cùng khó lý giải: họ có nếp nhăn không? Có. Họ có bọng mắt không? Có. Họ có dấu hiệu của tuổi tác không? Có. Nhưng họ vẫn đẹp một cách hoàn hảo với đôi mắt sáng, làn da mịn màng, nụ cười biểu cảm trước ống kính máy ảnh. Họ đẹp như họ sinh ra đã thế và cứ vậy đi thẳng đến Oscar mà chỉ cần chút trang điểm nhẹ. Ở họ, hầu như không có dấu hiệu của bất kỳ mũi tiêm botox làm đông cứng toàn bộ khuôn mặt, hay những gò má sưng phù do tiêm quá liều chất làm đầy, hay đôi mắt xéch thâm hoạ của nâng cơ mặt.

Nếu bạn hỏi họ về bí quyết làm đẹp, câu trả lời của những ngôi sao hạng A vĩnh viễn là một chế độ ăn uống lành mạnh và tập luyện đều đặn. Ai cũng biết vậy. Nhưng thực tế thật sự chỉ có vậy?



SỰ THAY ĐỔI VỀ ĐỘ TUỔI LÀM ĐẸP

Không, nếu bạn hỏi bác sỹ thẩm mỹ của họ thì câu trả lời có nhiều điều thú vị hơn. Bí mật cho vẻ đẹp hoàn hảo nhưng tự nhiên của các ngôi sao hạng A nói trên có thể tóm gọn trong hai từ sau: tiêm thẩm mỹ và laser – cả hai đều rất thường xuyên và rất sớm.

Câu chuyện bắt đầu từ khi những ngôi sao trẻ nhìn thấy quá đủ hình ảnh thẩm họa của những bậc tiền bối lạm dụng phẫu thuật thẩm mỹ giăng kín trên mặt báo. Bạn có muốn tuổi 50 của mình đến với hình ảnh như của Donatella Versace không? Tất nhiên là không. Các ngôi sao bắt đầu ý thức được về việc họ muốn hình ảnh tuổi già của mình trông như thế nào: vẫn trẻ trung, tất nhiên, nhưng phải trẻ trung một cách tự nhiên. Và các tiến bộ của ngành làm đẹp ngày nay đã cho phép họ đạt được điều đó.

Một thập kỷ trước, phẫu thuật thẩm mỹ nghĩa là rất nhiều botox, rất nhiều nâng cơ – một khuôn mặt phẳng lì không có một nếp nhăn. Nửa thập kỷ trước, phẫu thuật thẩm mỹ nghĩa là một gương mặt đầy đặn baby face, môi mọng và mắt to. Ngày nay, phẫu thuật thẩm mỹ nghĩa là không gì cả: Chẳng có gì bất thường, sinh ra đã đẹp thế, mọi thứ đều tự nhiên. Vì Chúa, tôi chẳng làm gì với gương mặt của tôi cả.

Các bác sỹ thẩm mỹ nổi tiếng của Hollywood đã thừa nhận điều này. Họ gọi đây là tiêu chuẩn mới của vẻ đẹp. “Ngoài các chị em nhà Kardashian, tất cả các ngôi sao hạng A giờ trông khá tự nhiên,” tiến sĩ Patricia Wexler nói. “Tôi rất vui mừng khi thấy các nếp nhăn ở vầng trán di chuyển! Meryl Streep và Cate Blanchett đã tìm kiếm sự tự nhiên và giờ họ sở hữu vẻ đẹp thật sự”.

NHỮNG MŨI TIÊM ĐÃ ĐƯỢC THỰC HIỆN NHƯ THẾ NÀO?

Ngày nay, khi lợi và hại của những mũi tiêm botox đã được đặt lên bàn cân, người ta thấy rằng botox cần phải được sử dụng theo những quy chuẩn mới. Các bác sỹ thẩm mỹ tại Hollywood cho biết trong quá khứ họ phải làm việc cả ngày cả đêm khi có những sự kiện lớn như Oscar hay Quả cầu vàng, nhưng tình thế giờ đã khác. Cũng theo tiến sĩ Patricia Wexler, “các ngôi sao thường tiêm botox ba lần một năm nhưng không thực hiện trước các sự kiện lớn. Thay vào đó, nếu cần thiết, họ chỉ thực hiện những chỉnh sửa nhỏ trước sự kiện. Chúng tôi gọi đó là những mũi tiêm mini botox”.

Những mũi tiêm được thực hiện ngày càng tinh tế hơn, sau khi cân nhắc từng vị trí của khuôn mặt, chỗ này cần, chỗ kia thì không, chỗ này thêm một chút, chỗ kia ít đi một chút. Những tiểu phẫu cần được đảm bảo để khuôn mặt đẹp nhưng vẫn phải tự nhiên như nó vốn có. Đây cũng là một xu hướng mới đang diễn ra với ngành thẩm mỹ trên toàn thế giới: tại Mỹ, các biện pháp thẩm mỹ không hoặc ít xâm lấn đang phát triển nhanh gấp hai lần các phẫu thuật thẩm mỹ chuyên sâu với đối tượng phụ nữ từ 20 đến 40 tuổi. Phụ nữ cảm thấy an toàn hơn với thẩm mỹ không xâm lấn, đồng thời họ cũng không còn ngại mà với việc cải tạo dung nhan 100% nhờ các biện pháp dao kéo (bởi họ đã nhìn thấy hậu quả của việc đó).

Một điểm khác biệt quan trọng nữa trong quá trình thẩm mỹ của các ngôi sao hạng A hiện tại và quá khứ, chính là độ tuổi bắt đầu thẩm mỹ. Nếu như trong quá khứ, các ngôi sao thường dành những năm tháng tuổi trẻ để ăn chơi và tiệc tùng rồi chỉ bắt đầu tìm đến các mũi tiêm từ năm 30 - 40 trở đi thì ngày nay, các mũi tiêm đang được đề nghị cho độ tuổi trẻ hơn – có thể là ngay khi kết thúc thời niên thiếu. Với một dung lượng được tinh chỉnh, những mũi tiêm thường xuyên ngay từ độ tuổi 20 có thể sẽ kéo dài sự trẻ trung ở vài thập niên sau đó và bạn sẽ không phải thực hiện những mũi tiêm liều cao vốn đầy rủi ro và bất trắc ở độ tuổi 40. Việc dùng chất độn cũng tương tự như vậy: thay vì chờ đợi sự suy giảm đáng kể về lượng mỡ và collagen thì bác sỹ sẽ tiến hành tiêm chất độn vào mặt ngay từ những năm cuối của tuổi 20. Họ có thể di chuyển chất béo của bạn từ những vị trí đang dư thừa như mông hay bắp đùi để đặt lên gương mặt. Sau đó, họ lặp đi lặp lại quy trình đó hàng năm. Nếu một chiếc xe được bảo dưỡng hàng năm, nó sẽ không cần đến một cuộc đại tu tốn kém và rủi ro khi phải gỡ ra mọi linh kiện để xem xét – nguyên lý này hoàn toàn đúng với những mũi tiêm của ngành thẩm mỹ.



NHỮNG CÔNG NGHỆ MỚI

Sự phát triển của công nghệ cũng góp phần tạo ra vẻ đẹp tự nhiên cho các ngôi sao: với rất nhiều loại laser mới, với rất nhiều loại chất độn mới và các kỹ thuật cải tiến trong việc sử dụng tất cả các thiết bị trên. (Và tại sao lại không? Người Mỹ đã chi \$12 tỷ/một năm cho việc phẫu thuật thẩm mỹ và phẫu thuật thẩm mỹ không xâm lấn, tạo ra một thị trường cực kỳ cạnh tranh nơi các công nghệ mới được cập nhật liên tục).

Hãy lấy một ví dụ là thiết bị laser Fraxel – thiết bị này là một sự cải tiến lớn của laser: thay vì quét qua một diện tích lớn của toàn bộ vùng da, Fraxel sẽ sửa chữa da ở từng điểm. Điều này giúp giảm thiểu những rủi ro mà trong quá khứ laser từng mang đến: như sự đau đớn hay quá trình phục hồi quá lâu, quá tốn kém.

Kết quả cuối cùng là một diện mạo tự nhiên hơn nhiều – thứ mà các bác sỹ có thể kiểm soát hoàn toàn mà không bị lệch khỏi quỹ đạo. Quá nhiều botox? Không sao, nó sẽ mờ dần trong vài tuần. Quá ít botox? Không sao, chúng tôi sẽ thêm chút xíu vào đây. Các nữ diễn viên nhìn vẫn như chính họ và có lẽ chỉ có bác sỹ của họ mới thực sự để ý đến việc họ có bao nhiêu nếp nhăn mờ trên vầng trán mà thôi!

Chăm sóc da CHO MÙA THU

Sự thay đổi của thời tiết sẽ báo hiệu một chế độ chăm sóc da mới với rất nhiều khác biệt so với mùa hè.

Thanh Hoa

1. Thời tiết thay đổi, độ ẩm và nhiệt độ đều giảm xuống. Da chưa kịp thích nghi với những thay đổi này và những phản ứng nhạy cảm có thể xảy ra. Bạn có thể nhận thấy da bắt đầu khô hơn thường lệ và phần thì không mượt mềm như mọi khi. Đó là lúc các protein của tế bào da có thể bị suy yếu, bị xói mòn. Nước thoát ra khỏi các vết nứt trong hàng rào của làn da và quá trình khô da bắt đầu. Quá trình này sẽ lên tới đỉnh điểm khi mùa lạnh ập đến.

2. Đi kèm với sự mất nước, chức năng tự tẩy tế bào chết của da cũng suy giảm. Các tế bào chết bám vào làn da chứ không bị tẩy đi như thường lệ, chúng khiến bề mặt da thô sần không khoẻ mạnh và nhìn sạm đi.

3. Khi các khoảng trống nhỏ trong “hàng rào” của da bị kéo căng ra thành các lỗ hổng lớn, những sợi thần kinh cũng bị căng ra, các tế bào miễn dịch đã giải phóng ra một chất, có tên là histamine – đây chính là nguyên nhân khiến một số người có cảm giác ngứa ngáy khi da khô. Các gốc tự do phát triển và gia tăng tốc độ lão hoá trên bề mặt da.

KHÍ HẬU MÁT MẺ CỦA MÙA THU KHIẾN NHIỀU NGƯỜI TỪ BỎ THÓI QUEN CHỐNG NẮNG VÀ LỖ LÀ VỚI VIỆC DƯỠNG ẨM HÀNG NGÀY.

1. Đừng từ bỏ kem chống nắng.

“Ngay cả trong những ngày không có nắng, tia cực tím vẫn có thể gây trở ngại cho chức năng bảo vệ của da, làm giảm nồng độ cera-

mide (một chất dưỡng ẩm quan trọng) và ngăn chặn việc da hút ẩm. Giải pháp: Sử dụng một kem dưỡng da với SPF 15 hoặc dùng các loại phấn trang điểm có chức năng chống nắng cũng là một bí quyết dưỡng da mùa thu hiệu quả.

2. Chọn kem dưỡng ẩm nào?

Mùa thu là một mùa khá phiền phức cho skincare vì nó không quá nóng cũng không quá lạnh. Kem dưỡng dạng nước cấu trúc water based thì quá nhẹ mà kem dưỡng dạng dầu oil based thì chưa cần đến. Câu trả lời là bạn nên sử dụng các essence/serum tinh chất nồng độ cao với cấu trúc lỏng sệt có độ thẩm thấu cao như Estée Lauder Advanced Night Repair, MISSHA Time Revolution The First Treatment Essence hay SK - II Facial Treatment Essence.

Buổi tối:

Nếu da bắt đầu có triệu chứng khô, nên chọn những loại kem tốt nhất về dưỡng tùy theo đặc điểm của từng loại da. Chọn loại kem cung cấp dầu cho da khô; loại cung cấp nước cho da thường và da dầu. Có rất nhiều lựa chọn tốt trên thị trường từ La Mer, Estée Lauder, Origins, Guerlain, Dr. Spiller. Có giá thành hợp lý nhưng không kém phần hiệu quả là các nhãn drugstore như Nivea, Vaseline.

Ban ngày:

Dùng kem chống nắng cho vùng mặt trước khi ra khỏi nhà. Tại văn phòng, hãy để trước mặt một tuýp kem tay giàu ẩm, một lọ kem toàn thân mà không làm da trơn hoặc dính. Có thể sử dụng 3 lần trong 8 tiếng văn phòng để bảo vệ da tay hoặc vùng cổ.



KEM DƯỠNG ẨM LUÔN CÓ HIỆU QUẢ TỐT HƠN TRÊN LÀN DA ẨM ƯỚT. NÊN ÁP DỤNG KEM NGAY TRONG KHOẢNG THỜI GIAN BA PHÚT SAU KHI RỬA MẶT.

Tối đa hiệu quả của kem dưỡng ẩm bằng cách:

- 1. Tẩy tế bào chết**
Tế bào chết chất đóng trên bề mặt sẽ ngăn chặn kem dưỡng không thể thấm sâu vào da. Nên dùng sản phẩm tẩy nhẹ nhàng khoảng 1-2 lần/tuần.
- 2. Thời gian áp dụng kem dưỡng ẩm**
Ngay sau khi bạn rửa mặt, lau khô. Đây là khoảng thời gian tốt nhất để áp dụng kem dưỡng. Càng để lâu, độ ẩm trong da càng có thời gian thoát ra ngoài trước khi bạn có thể “khóa” nó lại. Chú ý: lau mặt nhẹ nhàng để làm khô ngay sau khi rửa mặt, không để da mặt tự khô vì nước bốc hơi có thể lấy đi một lượng nước trên bề mặt da.
- 3. Áp dụng kem dưỡng ở đâu?**
Trong phòng tắm đầy hơi nước là lý tưởng vì nhiều loại kem có khả năng kéo hơi nước trong không khí vào da.
- 4. Dùng xịt dưỡng với những bộ phận tay không với tới được.**
Nếu muốn dưỡng ẩm toàn thân mà có những vùng da tay bạn không thể thoa kem được, hãy sử dụng sản phẩm xịt với một loại dầu nhẹ. Xịt toàn thân ngay khi bạn lau khô cơ thể và bước ra khỏi bồn tắm.

Dermalogica Age Smart Multivitamin Power Firm: Sản phẩm này tạo ra một màng bao mỏng quanh mắt giúp dưỡng ẩm và cung cấp vitamin, giúp mắt trở nên dịu nhẹ hơn.

Tony Moly Panda's Dream So Cool Eye Stick: Cây dưỡng mắt mát dịu giá rẻ của Tony Moly này rất được giới trẻ yêu thích vì giá hợp lý và khả năng làm mắt dịu xuống nhanh chóng.

Olay Regenerist Advanced Anti-Aging Eye Roller: Bì kim loại của sản phẩm này khiến việc áp dụng kem mắt trở nên dễ dàng và tiện dụng hơn.

Shiseido Future Solution LX Eye and Lip Contour Regenerating Cream: Nằm trong dòng Future Solution LX danh tiếng, sản phẩm này có tác dụng giúp chống lại những dấu hiệu lão hóa và giúp vùng mắt vùng môi trở nên trẻ trung hơn.

Những loại kem dưỡng mắt tốt nhất của 2016

Style xin điểm lại những loại kem dành cho vùng mắt đáng mua nhất vào thời điểm này.

La Mer The Eye Concentrate: Sản phẩm này luôn được công nhận về giá trị của nó (mặc dù có giá siêu đắt). Sản phẩm có tác dụng giảm ngay những vết thâm quầng và khiến mắt tươi trẻ.

Benefit It's Potent! Eye Cream: Hộp kem dưỡng mắt nổi tiếng của Benefit này sở hữu khả năng cung cấp nước dồi dào. Loại kem này là một trong những sản phẩm bán rất chạy của Benefit.

Clarins Super Restorative Total Eye Concentrate: Hấp thụ rất nhanh và giữ cho vùng mắt ẩm, tươi tắn. Chi phí khá cao nhưng đáng giá tiền.

Clarins Super Restorative Total Eye Concentrate: Hấp thụ rất nhanh và giữ cho vùng mắt ẩm, tươi tắn. Chi phí khá cao nhưng đáng giá tiền.



Nếu bạn ghét phải thoa lại kem chống nắng ở hồ bơi. Bạn muốn một loại kem chống nắng nào đó có khả năng chống nắng cao dù bị thấm nước.
Lựa chọn: Shiseido Ultimate Sun Protection Lotion Wetforce SPF 50+

Nếu bạn muốn một loại kem chống nắng đặc biệt cho hoạt động ngoài trời giúp giảm mồ hôi, làm mát da.
Lựa chọn: Neutrogena Cool Dry Sport Sunscreen Lotion

Nếu bạn muốn có một loại kem chống nắng không dầu, không gây bóng, hấp thụ dầu tốt và giảm lỗ chân lông.
Lựa chọn: SkinCeuticals Physical Matte UV Defense SPF 50

Chọn kem chống nắng theo nhu cầu

Style xin đưa ra một vài gợi ý về những loại kem chống nắng theo những nhu cầu khác nhau!

Nếu bạn muốn một loại kem chống nắng không làm da trắng bệch mà hoà với tone màu da một cách tự nhiên.
Lựa chọn: L'Oréal Paris Advanced Suncare Clear Cool Lotion SPF 30

Nếu bạn muốn một loại kem chống nắng an toàn cao, không parabens, không nước hoa, không dầu, cho cảm giác nhẹ nhàng như một lớp dưỡng ẩm, có thể sử dụng dưới make up một cách thoải mái.
Lựa chọn: Avène Ultra-Light Hydrating Sunscreen Lotion SPF 50+.

Nếu bạn ngại thêm bước chống nắng vào thói quen dưỡng da hàng ngày vì đã phải dưỡng quá nhiều bước. Bạn chỉ cần một serum nhẹ nhàng vừa chống nắng vừa dưỡng da.
Lựa chọn: La Roche Posay Anthelios AOX Daily Antioxidant Serum with Sunscreen SPF 50



LET'S HAVE A LIFE

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



Mount Rainier, National Park, Washington State, My

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 | W: 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

Mùa du lịch, party tung bùng thì đương nhiên không thể thiếu những chiếc loa mini không dây để khuấy động không khí rồi. Cùng Style điểm qua những mẫu loa di động nổi bật trong tháng này nhé.



JBL CHARGE 3

Trông như một hộp kẹo đầy màu sắc, chiếc loa JBL Charge 3 này chắc chắn sẽ giúp các bữa tiệc ngoài trời của nàng thêm sôi động. Kết nối bằng cổng Bluetooth với khả năng chống nước; khả năng chống méo tiếng khá ổn khi bật âm lượng ở mức hết cỡ; cùng với trọng lượng chỉ chưa đến 1kg, đây chính xác là chiếc loa của chị em cho mỗi chuyến đi chơi xa. JBL Charge 3 có khả năng phát nhạc liên tục đến 20 giờ. Loa có năm phiên bản màu cho các nàng tùy ý lựa chọn là đỏ, đen, xanh dương, ghi xám và xanh cổ vịt.

Giá: USD149.

NHỮNG MẪU LOA DI ĐỘNG MINI CHỖ NỮ GIỚI



LIBRATONE ZIPP

Với thiết kế hiện đại, trẻ trung; cho chất lượng âm thanh ấn tượng, chiếc loa di động Libratone Zipp này xứng đáng là lựa chọn hoàn hảo cho những bữa tiệc BBQ ngoài trời hay những buổi pool party vui hết cỡ. Loa có trọng lượng khoảng 1,5kg với phần vỏ ngoài có thể thay mới với 4 phiên bản màu sắc khác nhau. Giá cho mỗi chiếc vỏ là \$29. Ngoài khả năng kết nối bằng bluetooth, Libratone Zipp còn có thể chơi nhạc qua Apple's AirPlay (đòi hỏi bạn cần phải có thiết bị chạy iOS và có sóng wifi). Máy có khả năng chơi nhạc liên tục từ 8-10 giờ.

Giá: USD299.



ECOXGEARECOCARBON

Một lựa chọn hoàn hảo cho các nàng “men” mạnh mẽ luôn thích những phá cách và nổi bật, EcoXGear EcoCarbon là một chiếc loa di động được thiết kế như một chiếc cửa với các răng cửa nổi bật viền quanh hai đầu máy. Chiếc loa này không chỉ có khả năng chống nước mà còn có thể tự nổi trên mặt nước, quá hoàn hảo cho một buổi pool party phải không? Chỉ nặng khoảng 1kg và có khả năng chơi nhạc liên tục lên tới 12 giờ, đây sẽ là món phụ kiện không thể thiếu cho những tháng cuối Hè đầu Thu tưng bừng âm nhạc của nàng.

Giá: USD129,99.

BANG & OLUFSEN BEOLIT 15

Nếu nàng cần một chiếc loa để “nâng tầm” căn phòng hay độ sang chảnh của bản thân mỗi khi du lịch cùng bạn bè thì chiếc loa Bang & Olufsen Beolit 15 này sẽ là lựa chọn không thể bỏ qua. Với thiết kế sang chảnh nhìn như một chiếc túi hộp đựng đồ trang điểm cùng phần quai xách được gắn rất đẹp mắt, Bang & Olufsen Beolit 15 cho chất lượng âm thanh cực kỳ tốt ngay cả trong điều kiện môi trường nhiều tiếng ồn hay có không gian rộng. Máy có khả năng chơi nhạc tới 24 giờ liên tục - một con số khá ấn tượng. Tuy giá có hơi chát nhưng chắc chắn sẽ rất đáng đồng tiền bát gạo, nhất là phiên bản màu hồng sẽ làm mềm lòng bất kỳ cô gái nào. Một lựa chọn hoàn toàn ổn cho những cô nàng chịu chơi.

Giá: USD566.



BOSE SOUNDLINK MINI II

Bose luôn nổi tiếng với những chiếc loa cho chất lượng âm thanh trên cả tuyệt vời, và chiếc Bose SoundLink Mini II này cũng không là ngoại lệ. Máy có thiết kế khá đơn giản tạo cảm giác thanh lịch, nhẹ nhàng, có thể kết nối bluetooth với hai thiết bị song song cùng lúc. Đây là điểm cộng cực lớn cho chiếc loa di động này. Máy có thể chơi nhạc trong 10 giờ liên tục.

Giá: USD199.



Những chiếc smartphone dành riêng cho các nàng

Nếu như giới đàn ông luôn thích những chiếc smartphone có cấu hình khủng, lượng pin “trâu bò”, bộ nhớ lớn để tiện bề “vọc vạch”, nghịch ngợm thì với các nàng, thiết kế, màu sắc và camera lại là những yêu cầu hàng đầu cho một chiếc smartphone lý tưởng. Cùng Style điểm qua những mẫu điện thoại được thiết kế dành riêng cho các nàng nhé.



KEECOO K1

Mới đây hãng điện thoại Trung Quốc, Keecoo đã cho ra mắt chiếc điện thoại được thiết kế dành riêng cho phái nữ mang tên Keecoo K1. Với thiết kế máy hình lục giác được mô tả là “double V”, chiếc điện thoại này có kích thước màn hình là 5 inch, khá vừa vặn với bàn tay nhỏ nhắn của các nàng. Máy trang bị vi xử lý 4 nhân 1.3 GHz, RAM 2 GB, bộ nhớ trong 16 GB và có thể mở rộng 128 GB thông qua khe cắm thẻ microSD. Keecoo K1 chạy hệ điều hành Android 5.1 Lollipop và có camera sau và trước lần lượt là 13 và 8 MP, được hỗ trợ bởi một phần mềm giúp chụp hình selfie luôn lung linh. Keecoo K1 được bán ra với ba phiên bản màu là trắng, hồng và xanh lá cây. Hiện giá của chiếc điện thoại này vẫn chưa được tiết lộ.



SPRING

Một phần mềm giúp các nàng kéo dài chân và giảm béo mà không cần đi thẩm mỹ. Chỉ cần đưa ảnh vào và thoải mái kéo, bóp theo ý của bạn. Từ một nàng nạm lùn bạn sẽ biến thành cô nàng siêu mẫu ngay lập tức. Khuyến cáo không nên bóp và kéo quá đà, sẽ dễ gây sốc cho đối phương khi gặp mặt trực tiếp.



MY DIET COACH

My Diet Coach là ứng dụng hướng đến đối tượng là phụ nữ, những người đang muốn giảm cân nhanh chóng. My Diet Coach cho phép bạn thiết lập nhắc nhở cá nhân - ví dụ như “Đến giờ ăn sáng rồi!”, “Nhớ uống nước lọc!”... Ngoài ra, app sẽ giúp bạn chống lại sự lười biếng bằng cách nhắc bạn tập thể dục đều đặn và tránh xa sự cám dỗ của đồ ăn.

DIET TRACKER

Đây là ứng dụng theo dõi chế độ ăn uống dành cho người muốn tập luyện giảm cân. App chứa dữ liệu của hơn một triệu món ăn (có thể tìm kiếm dễ dàng) kết hợp với đó là một máy quét mã vạch khi bạn mua sắm. Ứng dụng cũng có thể theo dõi sự tiến bộ của bạn và giúp bạn so sánh các bài tập với bạn bè. Ngoài ra, ứng dụng này còn chứa hơn 350 bài tập cho tim mạch và luyện tập sức khỏe.



OPPO MIRROR 5

Được ví von như một chiếc gương soi, Oppo Mirror 5 quyến rũ phái đẹp ngay từ cái tên của mình. Máy cực kỳ phù hợp với những cô nàng yêu thích thiết kế độc đáo, sang chảnh và có niềm đam mê selfie sâu sắc. Với nắp lưng vân kim cương lấp lánh, đây chắc chắn là một chiếc smartphone rất được lòng nữ giới. OPPO Mirror 5 còn sở hữu hệ điều hành mới ColorOS 2.1 trên nền Android 5.1 cùng với RAM 2GB, bộ nhớ trong 16GB, màn hình 5 inches, vi xử lý 4 nhân tốc độ 1,2GHz, được xem là chiếc điện thoại có cấu hình mạnh với thiết kế tinh tế sang trọng ở mức giá tầm trung. Camera chính độ phân giải 8MP với công nghệ xử lý hình ảnh Pure Image 2.0+ cho phép chụp những bức ảnh cực sắc nét. Camera phụ 5.0MP ở mặt trước giúp hỗ trợ thoại video và chụp hình selfie. Giá: Khoảng 5 triệu đồng.

SONY XPERIA M5 DUAL E5663

Một chiếc điện thoại hai sim có khả năng chụp hình sắc nét sẽ là lựa chọn cực ổn cho những cô nàng bận rộn nhưng không bỏ quên bản thân với những tấm hình selfie cực chất. Kế thừa khả năng chống nước và chống bụi từ người đàn anh M4, chiếc M5 Dual E5663 này được trang bị vi xử lý MediaTek Helio X10 2.0 Ghz 8 nhân, chip đồ họa PowerVR G6200 cùng RAM 3GB. Ngoài ra chế độ STAMINA thông minh hỗ trợ nhiều chế độ sẽ giúp quản lý tốt các ứng dụng để tiết kiệm tối đa thời lượng pin, giúp trải nghiệm máy được lâu hơn. Máy có khả năng chụp hình sắc nét với camera sau 21.5 MP và camera trước 13 MP, cùng nhiều công nghệ hiện đại hỗ trợ. Máy có giá khoảng 8 triệu đồng.



SAMSUNG GALAXY J5

Máy hấp dẫn nữ giới bởi có thiết kế đẹp, cạnh góc được bo tròn, viền xung quanh được làm bằng nhựa mạ kim loại trông rất sang trọng, cầm máy khá thoải mái. Về cấu hình, chiếc J5 này vẫn được trang bị công nghệ màn hình TFT 5 inch, có độ phân giải HD (1280 x 720), bộ xử lý lõi tứ 64-bit Qualcomm Snapdragon 410 (MSM8916), tốc độ xung nhịp 1,2GHz, RAM 1,5GB, bộ nhớ trong 8GB, hỗ trợ khe cắm thẻ nhớ lên đến 64 GB. Điểm khác biệt nổi bật lớn nhất là các cải tiến, nâng cấp về hệ thống camera. Ngoài cung cấp đèn flash cho camera sau như mọi chiếc smartphone hiện nay, J5 được trang bị thêm đèn flash đối với camera trước với chế độ bật tắt hiển thị trên màn hình, hạn chế ở những nơi thiếu ánh sáng, mang đến một bức ảnh khá hoàn hảo về độ sáng, rõ nét. Camera sau 13 MP, khẩu độ mở rộng đến F 1.9, một con số khá ấn tượng với camera tích hợp trên điện thoại. Giá khoảng 5 triệu đồng.

XIAOMI MI 4

Được xem là bản dupe của iPhone 5, chiếc Xiaomi Mi 4 có khá nhiều điểm cộng được lòng các chị em: Thiết kế kim loại chắc chắn, mặt lưng cong, cầm không bị cản, tạo cảm giác thoải mái, dễ chịu; màn hình IPS phân giải full HD rất đẹp, cùng với nhiều tùy chỉnh màn hình. Máy có hiệu năng xử lý tốt và nhanh chóng nhờ vào cấu hình cao (vi xử lý Snapdragon 810, ram 3GB). Xiaomi Mi 4 cũng gây ấn tượng bởi hai camera trước và sau có độ phân giải lần lượt là 8MP và 13 MP, cho chất lượng ảnh chụp tốt, màu sắc tươi với nhiều tùy biến hỗ trợ, khả năng chụp ảnh HDR, chụp phơi sáng. Máy có giá chỉ khoảng 3 triệu đồng.



Fashion & Cars



Sau rất nhiều năm hợp tác với các nghệ sỹ, các kiến trúc sư và thời trang, cuối cùng – theo một cách nào đó – đã cho thấy được vai trò của một hình thái nghệ thuật. Hoặc ít nhất là các giá trị thương mại được khoác lên mình chiếc áo nghệ thuật. Đây chính là lúc những ngành công nghiệp khác tìm tới thời trang để đưa ra những lời đề nghị hợp tác. Và ngành ô tô chính là một trong số đó.

Không khó hiểu trước xu hướng này. Trong kỷ nguyên mỗi nhà thiết kế là một ngôi sao, mỗi show diễn là một buổi biểu diễn performance art với sự kết hợp của rất nhiều yếu tố như âm thanh, ánh sáng, setting (bối cảnh sân khấu); thời trang đã vượt ra khỏi ý nghĩa thông thường của những món đồ che thân. Nó trở thành một thứ gì đó cao quý hơn – mà theo rất nhiều tay viết nước ngoài ví von thì thậm chí đã trở thành một thứ tôn giáo. Cuốn sách *The Cult of the Luxury Brand: Inside Asia's Love Affair with Luxury* của 02 tác giả Radha Chadha, Paul Husband đã trích dẫn một lời cầu nguyện khá thú vị của một Tài Tài (một bà vợ người Hong Kong): “For thine is the Chanel, the Gaultier and the Versace. For Dolce & Gabbana, Amex.” – “Vì Chanel, Gaultier và Versace. Vì Dolce & Gabbana, Amex” (một kiểu nhại lại câu “Vì vương quốc, quyền năng, vinh quang đều thuộc về Cha đời đời. Amen.”). Hợp tác với các thương hiệu thời trang với số lượng follower qua facebook và instagram lên tới hàng chục

triệu người như Chanel, đương nhiên là một bảo chứng hoàn hảo nhất cho doanh số của mỗi dòng sản phẩm.

Sự kết hợp với các nhãn thời trang đồng thời cũng đảm bảo cho các thương hiệu xe hơi một yếu tố mỹ học, tính sành điệu, và sự mềm mại, cá tính cho những thiết kế vốn mang nặng yếu tố công nghiệp. Nói đơn giản thì thời trang đảm bảo mang tới cho những chiếc xe một cách tiếp cận hoàn toàn mới về thiết kế, đặc biệt là nội thất với những hãng nổi tiếng về đồ da thuộc như Hermès hoặc Gucci. Ngoài ra, các hợp tác này cũng mang lại cho các hãng xe những dòng, những mẫu hoặc những phiên bản đặc biệt với số lượng cực kỳ giới hạn, đảm bảo mỗi chiếc xe sẽ là một kiệt tác lăn bánh trên đường trước sự ngưỡng mộ của cả những người yêu thời trang và xe hơi.

Dưới đây là những chiếc xe - đứa con chung của các thương hiệu thời trang và ô tô:

Maserati Quattroporte Ermenegildo Zegna Limited Edition



Mẫu xe này là sự hợp tác của 02 cái tên hàng đầu của nước Ý, một tới từ thời trang, và một tới từ ngành công nghiệp xe hơi (bạn có thể thấy rõ điều này qua cái tên của xe). Được biết phiên bản giới hạn ở mức 100 chiếc. Thoạt trông, mẫu xe đặc biệt này có thiết kế giống với một chiếc Quattroporte bản thông thường. Tuy nhiên, mẫu xe đã có thêm những điểm nhấn quan trọng của một thương hiệu thời trang. Xe có màu beige ánh bạc, được xử lý đặc biệt và có tên riêng là Platinum Silk. Nội thất xe được bọc da và vải sợi cao cấp do chính Zegna sản xuất tại các nhà máy ở Trivero, Italy. Một hệ thống âm thanh 15 loa Bowers & Wilkins đảm bảo cho những người ngồi trong xe có được trải nghiệm và những giây phút thư giãn nhất. Xe có giá \$175.000, chạy động cơ 523 mã lực, tăng áp kép V8. Đi kèm với xe là một túi quà 19 món phụ kiện Zegna.

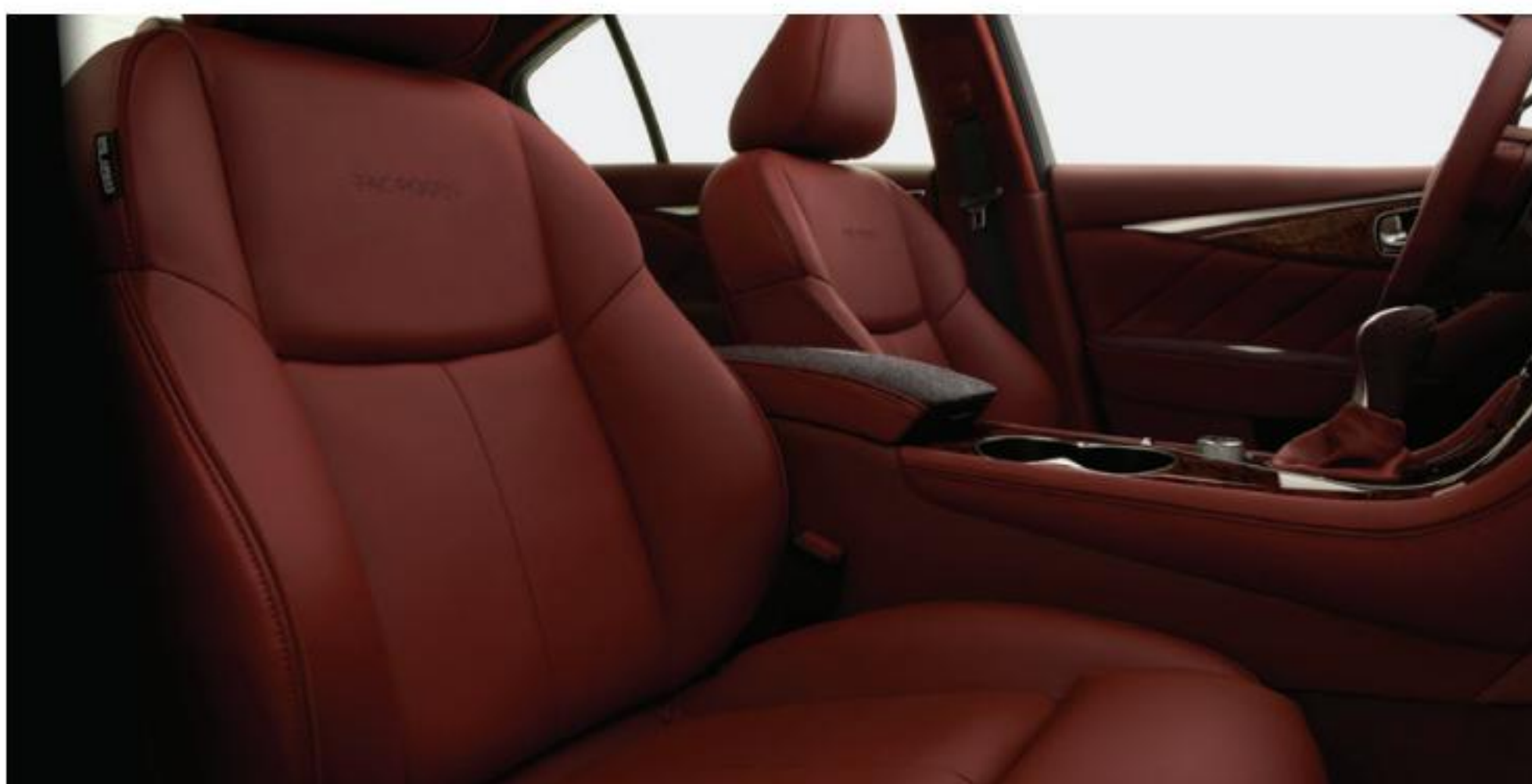
**Designer Minis**

Có lẽ kỷ lục về số lượng xe được kết hợp với các nhà thời trang phải nói tới hãng Mini. Kể từ năm 2001, hãng liên tục hợp tác với các nhà thiết kế thời trang để cho ra mắt các mẫu xe đấu giá với mục đích quyên tiền cho các hoạt động thiện nguyện trong sự kiện Life Ball. Đây là sự kiện thiện nguyện cho các hoạt động chống lại căn bệnh thế kỷ HIV lớn nhất châu Âu. Những cái tên mà Mini từng hợp tác có thể kể ra ở đây là Missoni, Diesel, Agent Provocateur, Kenneth Cole, Diane von Furstenberg, Calvin Klein và Mario Testino (nhiếp ảnh gia).



2014 INFINITI Q50 (BY THOM BROWNE & ZAC POSEN)

Được biết đây dự án mà hãng Infiniti kết hợp với nhà phân phối sản phẩm thời trang trực tuyến Gilt.com. Dự án gồm 02 mẫu xe sedan Q50 đặc biệt được phát triển bởi 02 nhà thiết kế thời trang nổi tiếng là Thom Browne (cho nam giới) và Zac Posen (cho nữ giới). Được biết, khách hàng mua xe sẽ được tặng một chiếc xác ZAC Zac Posen Smartphone Clutch. Với chiếc Q50 do Thom Browne thiết kế, xe có ngoại thất tráng chrome, nội thất có màu đỏ đặc trưng yêu thích của nhà thiết kế. Các sọc trắng và xanh được thiết kế trên ghế và ở các khu vực khác. Thùng (trunk) cốp của xe được thiết kế đặc biệt với một set hành lý. Được biết đây là tác phẩm của Thom Browne. Trong khi đó, mẫu xe do Zac Posen thiết kế được sơn kiểu màu lan tỏa ombré với màu bạc nhạt ở phía trước (hiệu ứng bóng mờ) và màu xám đậm ở phía sau (hiệu ứng bóng sáng). Nội thất xe được Posen lựa chọn những chất liệu đặc biệt như nhung, da thuộc, da shagreen màu đỏ.





HERMÈS CARS

Thương hiệu Hermès cũng có hai hợp tác với 02 hãng xe để giới thiệu 02 mẫu xe phong cách khác nhau. Một cổ điển và siêu xa xỉ, có thể khiến tài khoản bất kỳ người nào bốc hơi một khoản tiền 2,3 triệu đô (chưa thuế) chỉ sau một chữ ký. Một hiện đại và thông minh nhưng “tình yêu” này cũng có thể khiến tài khoản của bạn “âm đi” một khoản ít nhất là 38.000 euro. Hợp tác đầu là với Bugatti Veyron. Hợp tác sau là với tập đoàn Como. Tất nhiên, với 02 chiếc xe này, ngoài những tính năng điển hình như khả năng tăng tốc của Bugatti Veyron; năng lực tiết kiệm fuel và giao diện thân thiện của Fortwo còn có các chi tiết nội, ngoại thất mà chỉ có bậc thầy về đồ da thuộc cũng như hàng xa xỉ phẩm của Hermès có thể thực hiện được.



La Petite Robe Noire Fiat 500c

Được ra mắt năm 2014, mẫu xe La Petite Robe Noire Fiat 500c này là minh chứng cho thấy sự sành điệu của Fiat với các mẫu xe 500 khi kết hợp với hãng nước hoa Guerlain. Với những chiếc xe Fiat 500, hãng đã thực hiện vô số các hợp tác với những tên tuổi hàng đầu trong thế giới thời trang như Diesel (và mới nhất là với nhà thiết kế thời trang Couture người Israel, Ron Arad). Trở lại với mẫu xe La Petite Robe Noire Fiat 500c, sẽ chỉ có 250 chiếc và được bán tại Pháp. Thiết kế logo của dòng nước hoa La Petite Robe Noire của hãng nằm trên cánh gió sau của xe và ở trên bảng dashboard bên trong. Xe có màu trắng ngọc hoặc đen ánh kim. Được biết, chiếc xe sẽ đi kèm 3 loại nước hoa mà hãng gọi là 03 chiếc váy nhỏ màu đen (03 little black dresses) và một hộp đồ trang điểm. Xe có giá khoảng 15.700 euro (chưa thuế), chạy động cơ 1,2l, 69 mã lực và là một thiết kế đặc biệt phù hợp cho những người phụ nữ sành điệu.

Thông tin mới nhất
về QX80 Mega-SUV



NỔI BẬT VÀ SANG TRỌNG

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

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



QX80 5.6L V8

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

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

Hệ Thống Treo Thủy Lực Kiểm Soát Chuyển Động Thân Xe

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

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

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

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



CÓ MỘT LONDON CHƯA AI BIẾT

Tôi đã tới London lần thứ tư. Và gần như lần nào tôi đây, nước Anh cũng cho tôi những ấn tượng mới mẻ!

Nguyễn Xuân Hòa



Thực, nước Anh thời hậu Brexit, tôi không muốn tới. Tôi không muốn nhìn những khuôn mặt buồn thảm của người Anh; không muốn nghe những tiếng thờ dài hơi hận; càng không muốn chìm trong không khí âm ỉ do đồng băng lao dốc. Tôi muốn chạm tay vào một nước Anh tươi mới, thân thiện và cởi mở, chứ không muốn chiêm ngưỡng một nước Anh bảo thủ và chỉ nghĩ đến bản thân và những cái lợi trước mắt. Với tôi, nước Anh đã khác. Tuy nhiên, đó là câu chuyện của riêng tôi, vì tôi có quá nhiều kỷ niệm với đất nước này. Còn nếu bạn chưa đi London bao giờ, đây có thể là một cơ hội tốt.

Bởi đơn giản đồng băng lao dốc đồng nghĩa với việc bạn có thể tận dụng những cơ hội về chênh lệch tỷ giá. Một số người đang có ý kiến rằng nước Anh thời hậu Brexit sẽ thực hiện những chính sách thông thoáng hơn đối với việc xuất nhập cảnh do có rất nhiều người Anh muốn mang quốc tịch Iceland, nguy cơ Scotland tách khỏi Anh cũng là việc hoàn toàn có thể. Thế nên, nếu đã có visa, hãy khám phá London ngay khi có thể - đặc biệt khi bạn có thêm những lời chỉ dẫn đầy kinh nghiệm của Style.

LÊN KẾ HOẠCH VÀ CHUẨN BỊ

Đầu tiên, hãy kiểm tra giá vé máy bay bằng cách vào trang web của tất cả các hãng hàng không. Rồi vào các trang web bán vé giá rẻ để tìm vé nhưng đừng quên để ý cả số trọng lượng hành lý ký gửi, hành lý xách tay cho phép. Còn vì sao, tôi sẽ giải thích sau. Sau khi đặt được vé máy bay rẻ nhất, bạn cần đặt phòng ngay, càng sớm càng tốt.

Khi đặt phòng, tôi thường tính xem mình sẽ ở London bao nhiêu đêm, sẽ đi những tỉnh nào, vùng nào, bao nhiêu đêm. Sau khi lên kế hoạch chi tiết, tôi bắt đầu tìm phòng, căn studio, hay ở chung nhà trên trang www.wimdu.co.uk hay www.airbnb.co.uk. Bạn có thể tùy chọn mức giá hợp với túi tiền. Nếu ở London, bạn chọn zone 1 hay zone 2 là tiện nhất, đi đâu cũng tiện, và hầu như những nơi bạn muốn đến, những thứ bạn muốn xem đều nằm ở hai khu này. Khi chuẩn bị hành lý, bạn hãy tìm hiểu về thủ tục hải quan cũng như xuất nhập cảnh của Anh để biết mình được và không được phép mang gì vào Anh.

Cũng đừng quên truy cập trang Viet Home dành cho cộng đồng người Việt ở bên Anh, đăng tin sẽ mang đồ từ Việt Nam qua, ai cần đặt hàng gì thì mình xách qua. Đương nhiên, họ phải chuyển tiền trước cho bạn, hoặc ít ra cũng 50%. Bên Anh đánh thuế thuốc lá và rượu cực cao, có thể gấp 10 lần so với giá ở Việt Nam. Tôi hay chọn mặt hàng này, tất nhiên tôi cũng mua ở khu Free Duty của Việt Nam hay Hồng Kông hoặc Singapore hay Thái Lan... Các bạn nữ có thể chào mời trái cây, đồ ăn... Nói chung, nếu khéo kiểu gì bạn cũng kiếm đủ tiền thuê phòng và đi lại.



KHỞI HÀNH

Cũng đừng quên tìm hiểu thời tiết và chỉ mang đủ quần áo dùng thôi. Bạn cũng nên có một kế hoạch chuẩn chỉnh với đồ nào để trong hành lý xách tay, đồ nào để trong hành lý ký gửi. Quần áo bạn nên để trong túi xách tay để tránh thất lạc. Nếu bạn hay bị ốm vặt thì nên mang theo thuốc. Bạn có khó ăn không? Ở London Starbucks, McDonald's có mặt ở khắp mọi nơi tuy nhiên, nếu muốn tiết kiệm thì bạn có thể mang theo mì ly hoặc mì gói.

Cùng đừng quên mang theo máy selfie và địa chỉ và số điện thoại của Đại sứ quán Việt Nam tại Anh vì biết đâu bạn sẽ cần đến.

Đừng quên tải bản đồ London, bản đồ metro (tàu điện ngầm) bản đồ xe bus của London vào tablet và nghiên cứu. Chỗ bạn ở gần ga hay trạm nào? Đi thế nào tới nơi? Chuyển line ở ga nào? Rồi những điểm bạn cần tới thì đi thế nào? Tất cả bạn cần ghi vào một cuốn sổ. Sau này chỉ cần nhìn sổ là bạn có thể biết mình sẽ xuống ga nào. Tiện vô cùng!

Dù bạn bay tới Gatwick hay Heathrow thì khi lấy hành lý xong, việc đầu tiên cần làm là mua sim UK. Nhớ mua sim 3 (hãng di động số 3) chứ không phải Lebara nhé đơn giản bởi cách tính cước phí của Lebara và sim 3 khác nhau (một bên tính gói, một bên tính lượng download và cuộc gọi). Thế nên mới có chuyện, với sim 3 (nạp top-up 25 bảng), bạn dùng wifi cả tháng, còn với Lebara (nạp 10 bảng), bạn chưa kịp xem hết bản Chúng ta không thuộc về nhau của Sơn Tùng M-TP đã hết sạch tiền. Để về trung tâm, bạn cũng đừng dại bắt taxi (90 bảng), cab (60 – 70 bảng) hay Uber (45-50 bảng) mà chỉ cần hỏi đường ra tàu điện ngầm. Bạn có thể mua thẻ Oyster theo tuần, 10 ngày hay nửa tháng đều có, đó là chưa kể bạn có thể chọn khu vực di chuyển để mua, giá đều cực kỳ ưu đãi. Đi bằng cách này về trung tâm nhiều nhất là bạn mất 5 bảng (cho mua lẻ), còn nếu mua theo tuần, bạn chỉ mất 2 bảng. Cuối cùng, thẻ Oyster còn sử dụng được cho cả các tuyến xe bus trong thành phố nữa, nghĩa là cũng miễn phí trong vùng bạn đã chọn và mua.

The best deals are made after work

Bánh Trung Thu Pullman Hanoi, giá từ VND 600,000 net/ hộp

40 Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội - T: +84 4 3733 0688 - E: h7579-fo7@accor.com - accorhotels.com, pullman-hanoi.com



*Sản phẩm thực tế có thể khác biệt so với hình minh họa



OUR WORLD IS YOUR PLAYGROUND



ĐI ĐÂU Ở LONDON?

London đẹp và có rất nhiều địa điểm để lựa chọn tùy thuộc vào khoảng thời gian ở thành phố của bạn. Mỗi người có một sở thích, một mối quan tâm riêng và tôi tôn trọng điều đó. Tôi không ép hay khuyên các bạn nên đi đâu hay đến đâu. Bởi khi các bạn đã sử dụng thành thạo bản đồ metro hay bus thì chẳng có chỗ nào ở London là không thể đến cả.

Thông thường, khi tới London mọi người thường lao ngay tới các biểu tượng như các bức điện thoại, hay tới cạnh các lính canh trong trang phục áo đỏ, quần đen và mũ cao. Sau đó, họ sẽ phi tới Tháp đồng hồ Big Ben ở cung điện Westminster; Cầu tháp London bắc qua sông Thames, London's Eye; Đài tưởng niệm Hoàng tử Albert ở công viên Hyde Park; Đài tưởng niệm Nữ hoàng Victoria và khu vườn ngay trước điện Buckingham; The Tower of London (Cung điện tháp London, xây thời trung cổ); Cung điện Kensington (nơi ở của cố công nương Diana); Tu viện Westminster, Thánh đường St. Paul; Tượng đài Nelson và quảng trường Trafalgar (Nelson's Column & Trafalgar Square), Dinh thủ tướng (10 Downing Street); và trải nghiệm xe bus hai tầng nổi tiếng của Anh. Có người lại thích đi thăm các khu vườn hay viện bảo tàng như Bảo tàng Victoria & Albert ở Nam Kensington; Bảo tàng Anh Bloomsbury; Bảo tàng Tate; Bảo tàng Madame Tussauds; Tòa nhà Quốc hội; Khu vườn Kensington; Vườn Bách thảo Hoàng gia London Richmond; khu vườn ở Chelsea...

Tôi mê truyện trinh thám. Từ nhỏ đã thần tượng vị thám tử lừng

danh Sherlock Holmes và luôn nghĩ đó là nhân vật hư cấu. Tuy nhiên, ở London, người ta dành hẳn một địa danh cho nhân vật này (ở ngay trung tâm). Vì thế, tôi còn nhớ lần đầu tiên sang Anh, khi vừa đặt chân đến London, sau khi vội vàng cất đồ vào căn studio, tôi lao ngay tới 221B Baker Street, London NW1 để thăm ngôi nhà của vị thám tử này. Nếu đọc truyện bạn sẽ nhớ ngài Sherlock Holmes ở trong một căn hộ trên gác, nghĩa là ở tầng 1. Khi tôi đến, căn hộ trên gác đó đã biến thành một bảo tàng nhỏ của công, còn căn hộ tầng trệt thành nơi bán đồ lưu niệm về Sherlock Holmes và bán vé lên thăm bảo tàng. 10 bảng cho một lần nhé!

LONDON THỜI HẬU BREXIT

Với các tín đồ của thế giới xa xỉ, khi đồng bảng đang lao dốc xuống dưới 30.000VND thì đây chính là thời điểm cực tốt để bạn săn hàng hiệu giá ốn ở London – bằng chứng là Burberry đang có mức tăng trưởng trở lại. Nếu theo sát thông tin của thị trường xa xỉ, bạn cũng biết rằng Anh là một trong 06 thị trường xa xỉ của thế giới. Nhưng đồng bảng cao khiến người ta còn e dè hay ngần ngại, chứ nếu đồng bảng đi xuống thì không còn gì tốt hơn cả. Xui cho chủ nhà, mừng cho ngành xa xỉ và các tín đồ như chúng ta.

Đồng bảng mất giá, không chỉ ngành xa xỉ hưởng lợi, mà ngành du lịch cũng được hưởng ké. Chúng ta có thể tiết kiệm được khá nhiều trong việc thanh toán tiền phòng, tiền ăn, vé tàu, metro, vé xem bảo tàng... Nói chung, cứ những thứ gì tính bằng bảng Anh thì bạn đều sẽ được hưởng lợi từ những việc chênh lệch về tỷ giá này.



Tùng Thụ 2016

Mid
Autumn
Festival

BÁNH TRUNG THU KHÁCH SẠN HÀ NỘI

LỊCH SỰ - SANG TRỌNG - CHẤT LƯỢNG

*Gửi trao thành ý thật chặt thâm giao
Món quà tri ân ngọt ngào mùa trăng*



MỌI CHI TIẾT XIN LIÊN HỆ:
NHÀ HÀNG KIM LONG HOẶC BỘ PHẬN KINH DOANH

D8 Giang Vo, Ba Đình District, Hanoi, Vietnam
T: (84-4) 3845 2270 F: (84-4) 3845 9209
E: sales@hanoihotel.com.vn | W: www.hanoihotel.com.vn

EUROSTYLE

KHÔNG GIAN BẾP SANG TRỌNG ĐỘC ĐÁO



Nếu phòng khách là “gương mặt”
thì phòng bếp chính là “trái tim” của ngôi nhà.

Nếu bạn đã từng thấy những bộ tủ bếp rất đẹp tại một nơi nào đó ở Châu Âu xinh đẹp hay trên một bộ phim nổi tiếng và bạn tìm kiếm những mẫu thiết kế, những thương hiệu bếp cao cấp tại Việt Nam? Xin mời bạn đến với EuroStyle, tại đây bạn sẽ tìm thấy những giải pháp hoàn hảo dành cho không gian bếp và các sản phẩm chất lượng cao từ những thương hiệu đẳng cấp số một thế giới. Và cũng chỉ tại hệ thống showroom tại tòa nhà Lotte Tower, bạn sẽ có thể thưởng lãm và trải nghiệm những mẫu thiết kế đỉnh cao dành cho không gian bếp từ các thương hiệu danh tiếng Leicht (Đức), Sub-Zero & Wolf (Mỹ)... cho đến những thương hiệu phổ biến trong ngành công nghiệp thiết bị bếp như Gaggenau, Miele hay Siemens....



Mỗi mẫu tủ bếp cổ điển hay hiện đại, đều có sự biến hóa và sáng tạo phù hợp với từng tiêu chí cho từng không gian bếp và thậm chí có thể tùy chọn theo từng phong cách riêng của chủ nhà. Với sự đa dạng về thương hiệu, sản phẩm chúng tôi mang đến sự hoàn hảo từ thiết kế tới chất lượng cho một không gian bếp chuẩn mực. Bên cạnh thế mạnh về sản phẩm, nếu khách hàng còn chút lo lắng băn khoăn về khả năng tài chính thì EuroStyle sẽ có những giải pháp thay thế để có thể phù hợp với tài chính của quý vị nhưng vẫn đảm bảo mang tới không gian bếp tuyệt vời nhất.

Nếu tủ bếp được ví như trái tim thì các thiết bị bếp được ví như khối óc của không gian bếp. EuroStyle kết hợp Sub-Zero & Wolf để có thể khẳng định các thiết bị của quý khách có thể trường tồn và bền bỉ trong suốt 50 năm; với Gaggenau để mang tới các công nghệ hiện đại nhất cho một thiết bị bếp; và với Siemens cho một chất lượng Đức đã được khẳng định với giá cả hợp lý.



Website: eurostyle.com.vn
Showroom: 77 Nguyễn Thái Học, Ba Đình, Hà Nội.
Tầng 5, Lotte Department Store,
34 Liễu Giai, Hà Nội.



HƯƠNG VỊ của biển

Khách sạn Movenpick Hà Nội.
Ảnh: Phạm Công Thành

CÁ HỒI TRÀ XANH VIỆT NAM

NGUYÊN LIỆU

- | | |
|-------------------------------|---------------------------|
| + Cá hồi lọc sẵn: 1.000gr | + Cải mầm: 10gr |
| + Đường trắng: 65gr | + Dầu ôliu: 10ml |
| + Thì là: 30gr | + Chanh vàng: 50ml |
| + Hạt tiêu đen: 30gr | + Ớt cay: 10gr |
| + Muối Thái: 20gr | + Sốt cá: 55ml |
| + Củ dền: 200gr | + Da cá hồi: 150gr |
| + Xoài: 100gr | + Trà xanh Việt Nam: 60gr |
| + Măng tây: 80gr | + Trà sen: 10gr |
| + Dăm Ý đen cô đặc viên: 15ml | + Gia vị: 10gr |

THỰC HIỆN

- + Thăn cá hồi lọc sẵn, rút xương thấm khô bằng giấy ăn.
- + Trộn đều các loại gia vị và trà xanh sấy khô, rồi ướp lên bề mặt cá. Lấy khay nước để lên cá rồi cất vào tủ lạnh trong 48 tiếng.
- + Thái cá hồi thành những lát mỏng. Lấy sốt củ dền quét xuống đĩa, đặt cá lên trên, trang trí rau, sốt xoài, măng tây, dăm ngọc trai và củ dền thái hạt lựu.
- + Da cá hồi chiên giòn, trình bày trên cùng để ăn kèm.



NEM TƯƠI CUỐN CÁ HỒI HUN KHÓI

NGUYÊN LIỆU

- + Cá hồi hun khói: 80gr
- + Quả bơ: 50gr
- + Dưa chuột: 20gr
- + Trứng tôm đen + đỏ: 10gr
- + Rau xà lách xanh: 20gr
- + Bánh đa nem: 0,5kg

THỰC HIỆN

Thấm bánh đa nem vào khăn ướt. Cá hồi hun khói thái lát mỏng. Cho rau xà lách (rửa sạch), trái bơ (thái hình trụ), cà rốt (rửa sạch, gọt vỏ, thái hình trụ), dưa chuột (rửa sạch, gọt vỏ, thái hình trụ) cùng cá đã thái lát vào bánh đa và cuộn chặt tay. Cắt khúc tùy ý và ăn kèm trứng tôm.



HANGOUT CORNER



LẠ MIỆNG VỚI CÁ HỒI NƯỚNG KIỂU PHÁP TẠI AMIGO

Tọa lạc tại vị trí trung tâm đại lộ Nguyễn Huệ, Amigo là nhà hàng nướng theo phong cách steakhouse cổ điển phục vụ các món bò Mỹ, Úc, bò Wagyu lừng danh và cả cá hồi Na Uy nhập khẩu. Ngoài ra, Amigo còn có nhiều loại vang quốc tế trau chuốt khẩu vị cho thực khách và phòng tiệc tại lầu 2 có sức chứa 30 khách, thích hợp cho các bữa tiệc sinh nhật, tiệc kỷ niệm hay các dịp đặc biệt khác. Tháng 8 này, Amigo giới thiệu hương vị tinh tế, béo ngọt của cá hồi Na Uy thượng hạng với rau bó xôi bọc trong lớp bánh vàng tươi, giòn rụm dùng kèm với khoai tây hấp, đậu tây, bông cải xanh và nước cốt chanh. Ngoài ra, Amigo còn phục vụ quầy rau xanh, bánh mì, bơ lạc miễn phí với giá chỉ 779.000VNĐ/02 người. Mỗi thứ Bảy và Chủ nhật hàng tuần hãy đến Amigo thưởng thức bữa tiệc gia đình đầy hứng khởi với ưu đãi giảm 20% cho những món ăn ngon tuyệt như: hải sản nướng tổng hợp, đầu thăn ngoại cao cấp, bò Mỹ, bò Úc nướng tổng hợp.



BUFFET MÙA HIẾU HẠNH TẠI ATRIUM CAFÉ

Theo truyền thống người Việt Nam và các nước Phật giáo Á Đông, Vu Lan Báo Hiếu (Tháng 7 Âm lịch hàng năm) là dịp để tỏ lòng hiếu hạnh với các bậc sinh thành. Thông thường vào dịp này, các gia đình Việt Nam sẽ lựa chọn những món chay để dùng bữa cùng các bậc phụ huynh. Hiếu được mong muốn và thói quen ẩm thực này, nhà hàng Atrium Café đã chuẩn bị một chương trình ẩm thực với những món chay đặc biệt như súp nấm và đậu, xà lách táo và cam, xà lách xoài sốt mật ong, xà lách bơ và cà chua, cà ri rau củ, rau củ hầm.... Tham gia tiệc buffet của nhà hàng, thực khách không chỉ có cơ hội thưởng thức những món ngon đặc sắc mà còn có dịp trao gửi lời yêu thương hay lời tri ân đến đấng sinh thành lên Cây gia đình và cùng nhau chụp hình lưu niệm. Buffet tối tại Atrium Café có giá 1.050.000 VNĐ/ người, bao gồm các loại nước uống.



TIỆC MÙA HÈ TẠI KISSHO

Chỉ với 159.000++, khách hàng sẽ có một bữa trưa gồm các món khai vị, trứng hấp, salad, món chính và canh Miso tại nhà hàng Kissho. Đặc biệt trong tháng 8 này, nhà hàng sẽ thực hiện chương trình ưu đãi miễn phí một đĩa Sushi và Sashimi theo mùa cho nhóm 4 người. Ngoài ra, nhà hàng cũng có menu hương vị ẩm thực Nhật thuần túy với các món đặc biệt dành cho nhóm 03 người. Thực đơn gồm bánh xếp Nhật Bản, gà chiên giòn kiểu Nhật, thuyền Sashimi và Sushi thập cẩm, thịt heo chiên với nước sốt Tonkatsu, Tempura thập cẩm, thịt gà áp chảo kiểu Teppanyaki, cá Saba nướng sốt Teriyaki với giá chỉ 799.000VNĐ. Kissho không chỉ mang tới hương vị Nhật đích thực được chế biến từ các loại thịt nhập khẩu tươi ngon cùng nhiều gia vị truyền thống, mà còn giúp thực khách trải nghiệm nghệ thuật ẩm thực Nhật đặc sắc như Teppanyaki, Sushi và Yakiniku với đầu bếp chuyên nghiệp biểu diễn chế biến ngay tại chỗ.

ROMANCE

BY MELIÁ

YOUR DREAM DAY COMES TRUE



Một không gian lãng mạn cho tình yêu thăng hoa.
Một sự chăm sóc chu đáo cho ngày vui vẹn toàn.

Với mong muốn tạo nên một không gian ngập tràn tình yêu, khách sạn Meliá Hanoi sẽ đồng hành cùng bạn về nên một bữa tiệc cưới lãng mạn như bạn hằng ao ước:

- * Tiệc cưới tại phòng tiệc không cột chống lớn nhất Hà Nội
- * Đêm nghỉ tại phòng Suite được trang trí đặc biệt trong ngày cưới
- * Bữa tối kỷ niệm lãng mạn

Chào mừng bạn đến với Meliá Hanoi, nơi cảm xúc không thể diễn tả bằng lời.

MELIÁ
HANOI
VIETNAM

*Your Date
with the World*

MELIÁ Rewards Get experiences in more than 350 hotels in 35 countries and 7 fantastic brands

Information & Reservation
(844) 3934 3343
meliahanoi.com



CHỦ NHẬT TẠI CAFÉ DU LAC

Tháng 8 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 với giá chỉ từ 1.100.000VNĐ/người. Hoặc bạn cũng có thể tận hưởng những giờ phút thư giãn bên gia đình và người thân bằng bữa tối tự chọn bên hồ tại nhà hàng. Tại đây, bạn và người thân sẽ có cơ hội thưởng thức những món ăn Âu & Á hấp dẫn, bao gồm hải sản tươi sống, những món nướng tươi ngon, quầy salad ngon miệng cùng vô vàn các món tráng miệng độc đáo với giá chỉ từ 990.000VNĐ/người.



THƯỞNG THỨC ẨM THỰC TỪ VÙNG SARDEGNA TẠI OPERA

Sardegna, hay còn được biết đến với cái tên Sardinia, vốn là địa danh du lịch lý tưởng với làn nước xanh trong vắt và bãi biển thơ mộng. Không chỉ nổi tiếng với khung cảnh thiên nhiên rực rỡ, Sardegna còn có truyền thống ẩm thực đặc sắc với các món mỳ pasta hấp dẫn. Vốn ở gần biển nên người dân ở đây cũng rất chuộng hải sản trong việc ăn uống hàng ngày. Một trong những loại hải sản nổi bật nhất ở đây là cá ngừ từ Carloforte, cá đối và tôm hùm từ Alghero. Trong tháng này, bếp trưởng Matteo tại nhà hàng Opera sẽ đưa quý thực khách đến thăm hòn đảo Sardegna xinh đẹp và khám phá những món ăn đặc sắc nhất được làm từ tôm hùm tươi ngon. Bữa tối cùng với món Insalata di astice, xà lách tôm hùm dùng chung với cam, hạt thông, phô mai Pecorino và sốt mật ong cay. Hành trình ẩm thực sẽ càng thú vị với hai lựa chọn là mì Ý dùng chung với tôm hùm áp chảo và sốt tôm hùm vị cà chua hoặc món tôm hùm nướng nóng hổi ăn với hành lá và khoai tây hầm chiên giòn. Và cuối cùng, đừng quên nhấp một ngụm vang từ vùng Tuscany để bữa tối thêm đậm đà.



MÓN NGON XỨ THÁI TẠI NHÀ HÀNG NINETEEN

Trong tháng 08 này, nhà hàng Nineteen (khách sạn Caravelle Saigon) sẽ giới thiệu các món Thái đặc trưng với giới mộ điệu Sài Thành. "Hành trình ẩm thực tự chọn" này sẽ đánh thức vị giác của các thực khách với những lựa chọn đa dạng như gỏi Som Tum trứ danh, gà nướng Gai Yang thơm lừng, cá hấp lá chuối Hor Mok độc đáo. Ngoài ra còn nhiều loại cà ri và tráng miệng tuyệt hảo. Hãy cùng bạn bè và người thân thưởng thức bữa tối tự chọn đậm đà, nồng nàn hương vị Thái 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 (đã bao gồm champagne, 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). Đặc biệt hãng hàng không Thai Airways sẽ dành tặng một cặp vé máy bay khứ hồi đi Thái Lan cho quý thực khách may mắn nhất, được bốc thăm ngẫu nhiên tại Nineteen vào tối Chủ nhật (28/8).



THẢO MỘC BÍ MẬT TRONG TỪNG VIÊN NGẬM RICOLA

Mỗi viên ngậm Ricola là sự kết hợp hài hòa dược tính của 13 loại thảo mộc thiên nhiên từ vùng núi đồi Thụy Sĩ.

Hỗn hợp các loại thảo mộc được phát minh hơn 70 năm trước bởi ông Emil Rich-terich, người sáng lập nên công ty Ricola đến nay vẫn còn là một bí mật. Với công thức sáng tạo trong việc kết hợp dược tính của 13 loại thảo mộc quý: cỏ thi, anh thảo, bạc hà trắng, mã đề... này được xem như trái tim và linh hồn cho sự phát triển của sản phẩm viên ngậm thảo mộc mang tên Ricola.

Ricola cam kết về chất lượng khi sử dụng những loại thảo mộc thiên nhiên đạt chuẩn của hơn 100 trang trại độc lập kéo dài từ Jura ở phía tây, đến Valais và Emmental ở miền Trung Thụy Sĩ. Toàn bộ thảo mộc được trồng hoàn toàn theo phương pháp trồng trọt hữu cơ mà không cần sự giúp đỡ của các loại phân bón hóa học hoặc thuốc diệt cỏ, thuốc trừ sâu, thuốc diệt nấm.

Thông qua hệ thống kiểm soát chất lượng chặt chẽ ngay từ khâu chọn thổ nhưỡng, ươm mầm, trồng trọt cho đến thời điểm thu hoạch, sản xuất, giúp cho thành phần tự nhiên đảm bảo được tinh chất có trong mỗi loại thảo mộc được giữ nguyên vẹn, tạo nên một hương vị độc đáo giúp thông cổ, mát họng và làm dịu cơn ho, đem lại sự dễ chịu và thoải mái cho hơn 290 triệu người dùng trên toàn cầu. Đặc biệt, Ricola có dòng kẹo không chứa đường nên không gây hại cho răng, tốt cho sức khỏe.

Sản phẩm được sản xuất, đóng gói trực tiếp tại Thụy sĩ và xuất khẩu đi khắp nơi trên thế giới. Tại Việt nam, Ricola có bán tại các nhà thuốc, siêu thị trên toàn quốc với nhiều hương vị: Chanh bạc hà, Thảo mộc tự nhiên...



Sản xuất: Ricola AG, 4242 Laufen, Switzerland

Nhập khẩu: Cty TNHH Thực phẩm Ân nam – 322 Điện Biên Phủ, P.22, Q.Bình Thạnh, Tp.HCM

Thông tin sản phẩm vui lòng liên hệ phòng CSKH: +84 (08) 3512 6400

Sản phẩm này không phải là thuốc, không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh.

STYLE TALKS

FEATURES - OPINIONS - ENTERTAINMENT



MODEL: LAN KHUÊ
STYLIST: THÁI KHANG PHẠM
ASSISTANT STYLIST: MY TRƯƠNG
MAKEUP: MID NGUYỄN
FASHION:
MĂNG TÔ: TARA JARMON
ÁO KHOÁC TRONG, QUẦN,
VÒNG CỔ, KHUYỀN TAI :VERSACE
NHÃN: LOUIS VUITTON, KENZO

Lan Khuê

NÀNG MIÊU “BIẾT XÒE MÓNG VUỐT KHI CẦN”

Khi nhận được lời đề nghị phỏng vấn từ Style và biết được phóng viên ở Hà Nội chứ không phải Sài Gòn, chính Lan Khuê là người đề nghị sẽ tìm mọi cách để cuộc phỏng vấn có thể trực tiếp chứ không phải qua email hay điện thoại. Kết quả là tôi có 1 tiếng với Khuê, ngay khi cô vừa kết thúc show Love Songs của Hồ Ngọc Hà và trước khi cô ra sân bay. Buổi phỏng vấn bắt đầu lúc 11h đêm, khi cả hai đều đã thấm mệt, nhưng Khuê nhanh chóng lấy được sự chú ý của tôi với những câu trả lời thông minh, từ tốn, sắc sảo trong từng câu chữ.

Khuê chính là đại diện tiêu biểu của một thế hệ người mẫu mới: bản lĩnh, chân thành, giàu tri thức và đam mê nghề nghiệp.

Anh Trâm



"SHOWBIZ CẦN NHÂN TỐ TỪ TẾ"

Xuất thân từ một gia đình gia giáo, có nhiều người làm giảng viên, giáo sư, chắc chắc Khuê đã được rèn rũa rất kỹ lưỡng từ khi còn nhỏ. Bài học mà chị nhớ nhất là gì?

Điều mà Khuê nhớ nhất là tính từ lập. Từ nhỏ, Khuê đã được khuyến khích tự làm: tự chơi, tự dọn dẹp, tự giác đánh răng, rửa mặt, học bài... không để bị nhắc nhở. Điều đó tạo nên thói quen, làm gì cũng phải có trách nhiệm: không chỉ với mình mà còn với đối tác của mình nữa.

Điều gì ở nghề người mẫu thu hút Khuê, khiến chị đấu tranh với cha mẹ, đi ngược với nguyện vọng của gia đình để theo đuổi cho bằng được?

Phụ nữ thì luôn muốn mình đẹp trong mắt mọi người. Nghề người mẫu cho mình cơ hội và môi trường để hoàn thiện mình hơn: từng milimet trên cơ thể, thậm chí trong cả giao tiếp, tư duy. Nghe thì có vẻ bề ngoài, hào nhoáng quá, nhưng càng đi nhiều, tiếp xúc nhiều người, Khuê càng nhận ra cái đẹp là chất xúc tác, là điều thôi thúc con người ngày càng hoàn thiện. Công việc này đem đến cho Khuê quá nhiều trải nghiệm, Khuê càng ngày càng yêu thích nó.

Nền tảng tri thức, gia đình gia giáo, bên cạnh những lợi thế có khi nào là bước cản khiến chị chật vật hơn trong nghề. Khuê sẽ hơi thiếu đi sự bon chen và tinh quái để lách sâu hơn trong showbiz chẳng hạn?

Khuê thì nghĩ ngược lại. Trong showbiz đã có quá nhiều toan tính, hào nhoáng bề ngoài, sự khác biệt của Khuê là một chất riêng, không lẫn với bất kì ai khác. Sự tử tế là điều nên có, nên tồn tại trong showbiz vốn được miêu tả bằng những tính từ không mấy tích cực.

Khuê hài lòng với những bước chậm và chắc của mình. Nếu cố tình chạy nhanh, biết đâu lại ngã thì sao và chắc gì mình đã thích. Khuê chỉ làm những điều mình cảm thấy thích, thoải mái và tự hào.

Lúc mới vào nghề, Lan Khuê thường được so sánh với Hà Anh bởi khuôn mặt, thần thái và tiểu sử của hai người có nhiều nét tương đồng. Bạn đã làm thế nào để vượt qua cái khung Hà Anh đó?

Trong giai đoạn đầu tiên khi mình là nobody, thì sự giống nhau đó cũng là một cái điểm để mọi người quan tâm, chú ý và nhắc đến. Nhưng ngay sau đó sẽ chuyển sang giai đoạn khác với bài toán khác: Làm thế nào để thoát ra khỏi những gì mọi người mặc định về mình, tìm thấy chất riêng của mình.

Đó là một giai đoạn không hề đơn giản bởi có nhiều người cứ "chết" mãi với danh hiệu là bản sao của ai đó. Nhưng có một sự thật là không bản sao nào hoàn thiện, vượt qua được bản chính. Để vượt qua hay ngang hàng thì chỉ có cách mình phải là chính mình thôi.

"NGƯỜI MẪU THẾ HỆ TÔI KHÁC LÀNH..."

Khi nhắc đến "người mẫu", người ta vẫn thường gắn với những từ ngữ không hay ho lắm như: chân dài, náo nức, đại gia, hành hiệu, scandal, bon chen, đấu đá, chơi bẩn... Đối chiếu với những gì Khuê biết trong nghề, những mặc định đó đúng hay sai?

Không đúng mà cũng không sai. Đương nhiên không có lừa, làm sao có khói. Vẫn có những trường hợp, những câu chuyện nhỏ lẻ tạo nên lời đồn thổi đó. Nhưng nhìn toàn diện, mặt bằng chung người mẫu lứa của Khuê đều là những người trẻ, có học thức và văn minh. Thực sự phải dùng từ "lành" để miêu tả cho thế hệ người mẫu thời điểm này. Tất nhiên cũng có người này, người khác nhưng không thể vì thế mà đánh giá mặt bằng chung của các bạn được.

Bản thân Khuê đang làm giám khảo The Face và cũng là gương mặt thương hiệu cho nhiều nhãn hàng. Theo Khuê, các nhãn hàng cần gì ở một gương mặt thương hiệu?

Điều trước tiên mà các nhãn hàng lựa chọn, tìm kiếm là những người có tên tuổi, tiếng tăm, có nhiều cống hiến trong lĩnh vực mà họ tham gia. Nói cách khác, bạn phải là somebody. Thứ hai, họ sẽ đối chiếu với phong cách sống, tính cách của bạn liệu có đại diện và phù hợp với nhãn hàng không. Bạn phải có kiến thức về thời trang và làm mẫu cho quảng cáo.

Đối chiếu với các chương trình truyền hình thực tế ở nước ngoài, người thắng cuộc sau đó thường biến mất, không thực sự có những dấu ấn nổi bật trong nghề nghiệp. Vì vậy, truyền hình thực tế giống một chương trình để giải trí hơn là một cuộc thi tìm ra những gương mặt tài năng. Sang Việt Nam, điều đó có thay đổi không?

Đối với khán giả, đây là chương trình giải trí, đối với thí sinh, đây là cơ hội để đổi đời. Thị trường thời trang Việt Nam còn nhỏ bé. Để có thể tìm kiếm những gương mặt mới, đáp ứng được yêu cầu của thời trang là điều không dễ. Vì vậy, những chương trình như Next Top Model hay The Face cũng được giới thời trang trong nước mong chờ. Nước ngoài, dân số lớn, những cô gái xinh đẹp từ trên khắp thế giới đổ về, có quá nhiều sự lựa chọn. Việt Nam thì khác. Thực tế, cũng có nhiều quán quân để lại dấu ấn trên thị trường Việt Nam và nhiều bước tiến trên thị trường quốc tế. Điều đó cũng tạo niềm tin để các bạn tiếp tục tham gia.

Chương trình cho các bạn cơ hội tiếp cận với công chúng, để các bạn nói với mọi người bạn là ai. Còn chặng đường về sau, đi được đến đâu, lại phụ thuộc vào bản lĩnh, tầm nhìn, tài năng của các bạn.

"CHỈ NGƯỜI CHIẾN THẮNG MỚI THẤY CÔNG BẰNG"

Có một dạo trên facebook Khuê nhắc nhiều đến sự công bằng. Khuê nghĩ gì về sự công bằng?. Cuộc đời, về cơ bản, có công bằng hay không, theo Khuê?

Trải qua nhiều cuộc thi, Khuê nhận ra một điều: người duy nhất cảm thấy công bằng chỉ là người chiến thắng. Về nhì, về ba, hay trong top, ai cũng cảm thấy thiếu công bằng hết. Nhưng thực ra nó chỉ là thiếu may mắn thôi. Không phải cứ người chiến thắng là giỏi nhất, người không chiến thắng là kém nhất.

Khuê nghĩ cuộc sống có cả sự công bằng và bất công thì mới tạo ra sự cân bằng. Có những lúc mình cảm thấy không công bằng, về sau nhìn lại, nó chỉ là những khó khăn mình phải vượt qua.

Thế còn sự cạnh tranh trong nghệ? Ranh giới giữa cạnh tranh và bon chen là gì?

Cạnh tranh là điều nên có. Nếu mọi thứ bình thường, mình sẽ có sức ỳ. Nhưng nếu đặt trong sự cạnh tranh thì bỗng dưng mình phải thức tỉnh, vận động, đổi mới bản thân để ngày càng tốt hơn. Cạnh tranh một cách văn minh, Khuê nghĩ, sẽ khiến xã hội phát triển hơn.

Bản thân Khuê cũng không phân biệt được đâu là cạnh tranh, đâu là bon chen. Mình đang làm việc trong một môi trường rất nhạy cảm, mọi thứ lúc nào cũng cách nhau một sợi dây mảnh. Khuê nghĩ người có thể đi xa trong nghề phải là người rất có bản lĩnh. Họ phải đủ tỉnh táo để đi những bước chậm và chắc bởi khoảng cách giữa mọi thứ rất mong manh, khó phân định.

Đã đi được một chặng đường khá khá với The Face, có kinh nghiệm hoặc bài học nào mà Khuê tự rút ra cho chính mình?

Cái lớn nhất mà Khuê nhận được đó chính là học cách kiểm soát cảm xúc. Nghe thì không có gì lớn lao, to tát, nhưng thực sự khi mình kiểm soát cảm xúc của mình tốt hơn, công việc nhẹ nhàng, trôi chảy hơn. Để cảm xúc chi phối, mình rất dễ mắc những sai lầm, những quyết định thiếu chính xác.

Phạm Hương hay nhận mình là cô gái tự tin. Còn Khuê thì tự nhận mình là cô gái có niềm tin. Điều khác biệt giữa hai khái niệm này là gì?

Càng ngày Khuê càng nghiệm ra sự thành công trong bất kỳ công việc nào cũng không bao giờ đến từ cá nhân đơn lẻ. Nó là sự hỗ trợ, sự cộng hưởng của rất nhiều người. Chỉ mỗi mình sự tự tin không thể đưa bạn đến thành công được đâu. Nhưng khi mình đặt niềm tin vào người khác, tất cả mọi người cùng mình sẽ đi đến thành công.

Làm thế nào để lấy được niềm tin của Khuê?

Đừng bao giờ cố tạo cho người khác niềm tin. Cứ là chính mình, người ta sẽ nhìn ra bạn là người đáng tin cậy ở mức độ nào. Càng cố gắng gây niềm tin càng thất bại trong mắt người khác thôi.

“Càng đi nhiều, càng tiếp xúc nhiều người, Khuê càng nhận ra cái đẹp là chất xúc tác, là điều thúc con người ngày càng hoàn thiện.”

HỎI NHANH ĐÁP GỌN

- Nếu là một con vật?

Khuê sẽ là con mèo. Luôn nhẹ nhàng, từ tốn nhưng biết xòe móng vuốt ra khi cần thiết. Khiến người khác cảm giác gần gũi, nhưng cũng có thể rất xa xôi.

- Nếu là một loại bóng đèn?

Đèn dây tóc, màu vàng, tạo cảm giác ấm áp, gần gũi.

- Nếu là một loại hoa?

Hoa đồng tiền. Sở thích cá nhân thôi.

- Nếu là một thành phố?

Thành phố nào trộn lẫn giữa chất Sài Gòn và Hà Nội.

Khuê thích sự ồn ào náo nhiệt của Sài Gòn nhưng cũng yêu sự chậm rãi của Hà Nội.

- Nếu là một âm thanh?

Giọng của người mình thương.





Cùng Style Magazine nhận diện ba xu hướng đang làm mưa làm gió tại các phòng chiếu trong thời gian gần đây.

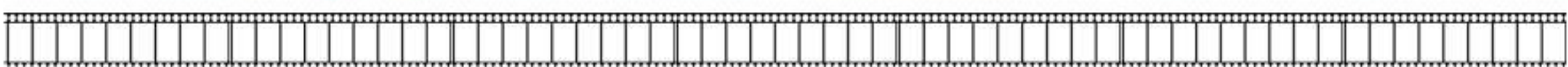
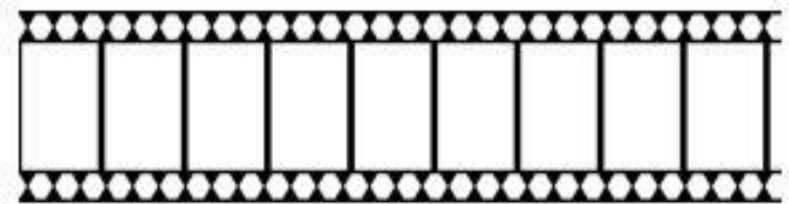
Anh Trâm

VŨ TRỤ ĐIỆN ẢNH MỞ RỘNG

Không còn nghi ngờ gì, đây đang là xu hướng điện ảnh đình đám, tốn giấy mực nhiều nhất ở thời điểm hiện tại. Được khởi xướng bởi Marvel, vũ trụ điện ảnh kết nối những cốt truyện riêng biệt, những nhân vật trước đây vẫn hoạt động độc lập với nhau. Khán giả được chứng kiến những siêu anh hùng như Iron Man, Thor, Hulk, Captain America,... hít thở dưới một bầu trời, chiến đấu cùng một đội. Một ý tưởng táo bạo, kết hợp với phong cách hài hước khó lẫn và các cảnh hành động hoành tráng đã khiến những bộ phim của Marvel cực kỳ thành công. Captain America: Civil War, bom tấn mở màn mùa phim hè năm nay, thắng lớn ở phòng vé gần 1,2 tỷ USD và cơn mưa lời khen từ giới phê bình.

DC Comics, đối thủ lớn nhất của Marvel, tất nhiên không chịu ngồi yên, đã nhanh chóng nhảy vào cuộc chơi. Riêng trong năm 2016, DC tung ra hai bom tấn Batman v Superman và Suicide Squad. Nếu như trong bộ phim đầu tiên, khán giả chứng kiến cuộc thư hùng long trời lở đất giữa hai huyền thoại lâu đời bậc nhất trong thế giới comics thì Suicide Squad đem đến cho khán giả một biệt đội anh hùng "có một không hai" chỉ bao gồm toàn kẻ xấu. Khác với Marvel thường theo phong cách hài hước tươi sáng, DC hướng tới những câu chuyện tăm tối, có chiều sâu hơn. Tuy nhiên cả hai bộ phim nói trên đều làm chưa tới, xử lý chưa tốt nên còn rời rạc, thiếu liên kết và hơi hợt. Điều an ủi là dù nhận được sự ghê lạnh từ giới phê bình, hai phim vẫn thu được những kết quả khả quan từ phòng vé.

Bên cạnh hai đại gia Marvel và DC, các hãng phim khác cũng bắt đầu "tranh nhau" làm vũ trụ điện ảnh mở rộng. Hàng loạt những phần spin-off (phim ăn theo) được ra mắt. Fox "áp ú" vũ trụ điện ảnh Xmen với ba bộ phim cùng ra mắt trong 2016: Deadpool, X-Men: Apocalypse và Gambit. Loạt sử thi Star Wars cũng chen chân vào cuộc đua này với hai ứng cử viên Star Wars: The Force Awakens hồi năm ngoái và Star Wars: Rogue One trong năm nay. Warner Bros cũng tìm ra cách nối tiếp thương hiệu Harry Potter bằng những phần phim mới không có Harry Potter trong đó. Fantastic Beasts and Where to Find Them kể câu chuyện về nhà sinh vật học Newt Scamander và chuyến phiêu lưu đầy giông bão của anh trên đất Mỹ. Vũ trụ điện ảnh mở rộng với quá nhiều ưu điểm được dự đoán sẽ tiếp tục thống trị màn ảnh rộng trong một thời gian dài sắp tới.





PHIM LẤY CẢM HỨNG TỪ GAME

Sở hữu cốt truyện thú vị, những nhân vật có chiều sâu và một lượng fan hâm mộ khổng lồ, thật khó hiểu tại sao chưa có phim chuyển thể nào từ game thực sự thành công. Nếu như những bộ phim lấy chất liệu từ comics liên tục làm mưa làm gió tại các rạp chiếu, thì số phận các bộ phim chuyển thể từ game lại khá lẹt đẹt. Resident Evil, Final Fantasy, Hitman đều gây thất vọng tại phòng vé và nhận được những cái lắc đầu từ giới phê bình. Ngoại lệ từ trước đến nay có lẽ chỉ là Tomb Raider, bộ phim giúp Angelina Jolie một bước lên ngôi sao hạng A.

Tuy nhiên năm nay, mọi sự có thể đổi khác. The Angry Birds Movie dù không thực xuất sắc nhưng cũng tương đối thú vị, đủ để kéo khán giả ra rạp. Câu chuyện về những chú chim giận dữ chống lại loài lợn đã mang lại doanh thu 345 triệu USD trên toàn cầu, một con số đáng khích lệ so với ngân sách 73 triệu USD. Warcraft với phần hình mãn nhãn, câu chuyện bám sát nguyên tác tuy chưa thực sự thuyết phục giới phê bình nhưng vẫn nhận được sự ủng hộ nhiệt liệt từ fan. Phim giành được doanh thu 433 triệu USD trên toàn cầu. Mọi hy vọng đổ dồn vào Assassin's Creed sẽ được ra mắt vào dịp cuối năm. Dựa trên loạt trò chơi nổi tiếng cùng tên của hãng Ubisoft, bom tấn điện này xoay quanh nhân vật chính là Callum Lynch, đối tượng của một thí nghiệm sinh học đáng sợ nhằm truy hồi ký ức của tổ tiên cách đây 500 năm. Phim được đầu tư 200 triệu USD với sự tham gia của những tên tuổi được đánh giá cao về thực lực. Bộ ba Justin Kurzel (đạo diễn), Michael Fassbender và Marion Cotillard (diễn viên) sau thành công của Macbeth hồi năm ngoái, tiếp tục cộng tác với nhau trong phim này. Điều này hứa hẹn Assassin's Creed ít nhất cũng là một tác phẩm tử tế và chín chu.

PHIM LIVE ACTION CỦA NHÀ DISNEY

Những năm gần đây, Disney có xu hướng chuyển thể những phim hoạt hình kinh điển thành các phiên bản do người thật đóng. Có lẽ nhà Chuột đang tìm mọi cách để “tận thu” từ những tài sản cũ. Nổi bật phải kể đến Alice in Wonderland (2010) do Tim Burton làm đạo diễn, Maleficent (2014) với Angelina Jolie đóng vai chính, Cinderella (2015) với Lily James trong vai Lọ Lem. Năm nay, khán giả tiếp tục được theo dõi The Jungle Book, Alice Through The Looking Glass và Beauty and The Beast. Xu hướng này chưa có dấu hiệu hạ nhiệt khi hàng loạt dự án phim như Maleficent 2, Mary Poppins, Tinker Bell, Peter Pan hay Mulan đều đã được công bố.

Tuy không được giới phê bình đánh giá cao, nhưng những bộ phim live action này đều thắng lớn ở phòng vé. Alice in Wonderland dù bị chê tới bời, vẫn mang về hơn 1 tỷ USD cho các nhà sản xuất. Maleficent mang về gần 800 triệu USD, trong khi The Jungle Book cũng mang về hơn 940 triệu USD. Khán giả đổ xô đến rạp để được sống lại không khí thần tiên của những câu chuyện cũ. Công nghệ CGI hiện đại, phục trang xuất sắc, diễn viên trai xinh gái đẹp... khiến các bộ phim đều rất dễ chịu để thưởng thức. Trái với thời kì đầu, Disney thường tìm cách khai thác các câu chuyện cổ tích theo hướng tăm tối, u ám, phức tạp hơn, thì những bộ phim gần đây như Cinderella hay The Jungle Book đều tương đối tôn trọng nguyên tác. Cả hai bộ phim đều giữ được không khí thần tiên, nhiệm màu và kết thúc có hậu như những tác phẩm gốc. Thành công về thương mại của các bộ phim live action là yếu tố đảm bảo để xu hướng này sẽ còn tiếp tục làm mưa làm gió tại Hollywood.



Á HẬU DIỄM TRANG

Hạnh phúc trên con đường riêng



Ở Diễm Trang lúc nào cũng toát lên vẻ viên mãn, hạnh phúc của một người phụ nữ tìm được sự cân bằng giữa gia đình và sự nghiệp. Chị chia sẻ với độc giả Style về cuộc sống của mình đồng thời quan điểm riêng về cuộc thi Hoa Hậu Việt Nam 2016.

So với Kỳ Duyên và Huyền My, chị có đời sống cá nhân lặng lẽ nhất khi nhanh chóng lấy chồng rồi chuẩn bị sinh con. Chị có bao giờ tiếc nuối vì mình bỏ qua nhiều cơ hội phát triển sự nghiệp?

Ngay từ khi đăng kí thi Hoa Hậu Việt Nam 2014, tôi đã khác với Kỳ Duyên và Huyền My là đã có nhiều trải nghiệm và xác định rõ đây là cuộc thi cuối của mình. Tôi biết mình đi thi về điều gì nên tôi rất căng thẳng chứ không thể lạc quan như các em.

Đến bây giờ tôi đã ổn định việc gia đình. Tuy gia đình chồng tôi không quen và cũng không thích truyền thông nhưng anh ấy vẫn ủng hộ tôi trong mọi quyết định của mình. Giờ đây tôi hoạt động với tâm thế vững chắc hơn khi có sự động viên của chồng. Tôi nghĩ đó là may mắn chứ không phải tiếc nuối, nhất là khi tôi đang mang thai chuẩn bị chào đón thiên thần của mình

Nhìn chị có bầu nhưng cơ thể không quá nặng nề mà vẫn rất xinh đẹp, rạng rỡ. Chị có thể chia sẻ bí quyết của mình?

Tôi theo đuổi lối sống organic từ trước khi mang thai. Sự cẩn trọng trong việc lựa chọn thực phẩm giúp da và dáng của tôi cải thiện nhiều. Bên cạnh đó việc theo đuổi yoga và gym gần 1 năm trước khi mang thai là nền tảng cho tôi biết cách chăm sóc bản thân. Tôi đọc và tìm hiểu rất nhiều để có thai kì khỏe mạnh vì thời điểm này rất nhạy cảm, người mẹ luôn gặp phải các vấn đề về sức khỏe, tâm lý. Tôi tâm niệm phải luôn ăn chín uống sôi, chọn thực phẩm organic, bổ sung vitamin, uống nhiều nước, tập luyện điều độ và nhất là phải lạc quan vui vẻ không được stress.

Tôi không bỏ các thói quen làm đẹp mà là điều chỉnh để an toàn cho em bé. Tôi sử dụng các sản phẩm được chứng nhận organic để dưỡng chăm sóc da, gần như hạn chế hoàn toàn với các mỹ phẩm thông thường. Tận dụng các nguyên liệu làm đẹp có trong gian bếp như dầu dừa, mật ong, sữa chua, bột yến mạch...

Cuộc thi Hoa hậu Việt Nam 2016 nhấn mạnh yếu tố tri thức và lòng nhân ái. Theo chị, hai yếu tố này quan trọng thế nào với một hoa hậu tương lai?

Đặt câu hỏi ngược lại thì một hoa hậu được sinh ra để làm gì? Ở nước ngoài, các cuộc thi nhan sắc chỉ mang tính chất giải trí. Kết thúc cuộc thi hầu hết các hoa hậu chỉ tham gia một vài hoạt động xã hội sau đó trở về với cuộc sống như bao người. Danh hiệu lúc này chỉ như một kỉ niệm đẹp. Chỉ rất ít người, thực sự có tài năng, thực lực thì mới phát triển sự nghiệp giải trí.

Còn ở Việt Nam lại là một câu chuyện khác. Mọi người thường xem Hoa Hậu Việt Nam là người đại diện nhan sắc cho phụ nữ của một đất nước. Họ phải mang trọng trách trên vai để quảng bá hình ảnh, tạo những điều tích cực cho xã hội. Chính sự kì vọng quá lớn đã khiến một cô gái khi trở thành hoa hậu trong phút chốc sẽ là trung tâm chú ý của cả nước. Vì vậy, đối với tôi, hai yếu tố tri thức và lòng nhân ái là cực kì quan trọng. Nó thể hiện được người hoa hậu sẽ cống hiến được gì sau cuộc thi chứ không dừng lại là một bình hoa di động.

Trong các hoa hậu Việt Nam, chị thích đàn chị nào nhất? Vì sao?

Tôi thích Ngọc Hân và Thu Thảo. Tôi thích những người có sự phấn đấu, chọn con đường dài bền vững và tạo được những tình cảm đẹp trong lòng công chúng.

Ở chị Ngọc Hân tôi cảm nhận được sự nỗ lực rất rõ rệt từ ngày



chị ấy đăng quang đến thời điểm hiện tại. Chị ấy vẫn hăng say nhận lời các chương trình thiện nguyện và có cơ sở kinh doanh riêng của mình.

Thu Thảo bằng tuổi tôi và xuất thân miền tây. Cô ấy không dừng lại ở những may mắn mình có được mà vẫn nỗ lực cho con đường dài kinh doanh sau này của mình. Nhìn chung, những đàn chị đi trước đều cho tôi những bài học nhất định.

Chị có lời khuyên gì cho những thí sinh Hoa hậu Việt Nam 2016?

Tôi đề cao tâm thế lạc quan, bình tĩnh, tự tin và nhất là đừng bao giờ so sánh mình với bất kì ai để rồi cảm thấy mình tự ti, thiệt thòi. “Các bạn hãy so sánh chính bản thân mình của ngày hôm qua để xem mình đã học được gì, còn thiếu sót gì”. Khâu chuẩn bị rất quan trọng, đừng nghĩ đơn giản chỉ là váy áo, nhan sắc, mà còn là cách đi đứng, ứng xử, thể hiện như thế nào trong cuộc thi qua từng vòng. Hơn hết các bạn thí sinh phải hiểu rằng, kết quả cuộc thi chưa hẳn là điều quan trọng. Quan trọng hơn, bạn đã trưởng thành như thế nào trong suốt chặng đường đó, như thế bạn sẽ nhẹ nhàng hơn



NHÂN DUYÊN VÀNG RỒNG HAY ÁNH SAO BĂNG?

Trong hàng ngàn năm nay, con người luôn có một niềm tin sắt đá vào việc mọi thứ đều phụ thuộc vào một chữ Duyên: “Người đến là duyên khởi, người đi là duyên tận”. Điều thú vị là không hẹn mà gặp cả Đông và Tây đều tán đồng với ý kiến “Thiên lí nhân duyên nhất tuyến khiên” với ý nghĩa nếu hai người đã có nhân duyên thì dù có cách xa muôn dặm, trải bao hiểm nguy, họ vẫn chắc chắn cũng đến được với nhau này. Thế nên không ít các tác phẩm văn học cổ điển của Trung Quốc hay những bộ phim của Âu Mỹ đã khai thác đề tài này.

Nguyễn Cẩm Anh

Câu chuyện về Vi Cố - một văn nhân đã có từ cả ngàn năm trước - là một ví dụ điển hình cho điều này. Thuở nhỏ, cậu bé từng được Nguyệt Lão cho biết về vị phu nhân của mình trong tương lai chính là cô bé nghèo đầu làng. Điều này đã khiến Vi Cố vô cùng thất vọng dẫn đến gây họa cho cả cô bé và cậu. Tuy nhiên, nhiều năm sau khi Vi Cố (lúc này đã trở thành một đại học sỹ), con cô bé nghèo thì trở thành tiểu thư khuê các, họ lại tới với nhau theo thiên định lương duyên.

Bộ phim Serendipity là một ví dụ khác, hiện đại hơn và gần với cuộc sống thật hơn. Hai nhân vật chính Sara và Jonathan là hai con người hoàn toàn xa lạ, tình cờ gặp nhau khi đang tranh mua một đôi găng tay cashmere màu đen ở New York. Là một bác sỹ tâm lý, lại mang tư tưởng cấp tiến nhưng Sara lại luôn tin vào cái gọi là định mệnh.

Cô luôn tin rằng, nếu mình và một anh chàng nào đó có nhân duyên với nhau, thì chắc chắn, họ sẽ không bao giờ có thể lạc mất nhau.

Trước khi gặp gỡ Jonathan, Sara đã có bạn trai, và Jonathan thì đã có bạn gái. Sẽ chẳng có ai nghĩ rằng cuộc gặp gỡ chóng vánh giữa họ có thể dẫn được đến một điều gì đó xa xôi. Bởi thế nên, khoảnh khắc Sara chỉ cho Jonathan chòm sao Cassiopeia trên bầu trời đêm có tuyết rơi và giây phút hạnh phúc của hai tâm hồn đồng điệu vẫn chưa đủ cho Sara ngừng mong muốn được thử thách và chơi đùa với thần tình ái. Nàng lấy số điện thoại và địa chỉ liên lạc của Jonathan và lên một tờ tiền 5 đô nhưng lại đem nó đi mua đồ ở một sạp hàng vỉa hè mà chẳng thèm liếc thông tin trên đó lấy một lần. Nàng cũng viết cách liên lạc của nàng vào cuốn sách Love in the Time of Cholera và dự định bán nó cho một hiệu sách cũ vào sáng ngày hôm sau. Những hành động của Sara khiến Jonathan hết sức ngạc nhiên, anh không hiểu vì sao cô lại làm như vậy. Anh phát điên lên với ý nghĩa họ sẽ chẳng còn cơ hội nào nữa. Và đúng là họ đã bị lạc nhau thật!

Bốn năm sau, trước hôn lễ, Sara và Jonathan ở hai thành phố cách xa nhau, tự hỏi bản thân đang tìm kiếm điều gì trong cuộc sống. Thì ra, trong suốt những tháng năm ấy, họ vẫn không ngừng kiếm tìm nhau. Bất cứ khi nào, chỉ cần nhớ ủa về, cứ thấy có hiệu sách cũ nào chàng lại chạy vào tìm cuốn sách của nàng năm xưa, còn nàng? Cứ nhìn thấy tờ 5 đô nào là lại nhìn ngay xem trên đó có chữ viết của chàng không. Định mệnh vẫn tiếp tục trêu đùa với họ. Khi chàng nhận được món quà của cô vợ sắp cưới trước hôn lễ, chàng bàng hoàng nhận ra chính cuốn sách năm xưa. Ngay lập tức, chàng hủy bỏ hôn lễ và tìm về với Sara. Cũng trong khoảng thời gian đó, Sara lên đường trở lại con phố năm xưa những mong tìm lại được Jonathan. Trên hành trình đó, nàng vô tình bắt gặp tờ 5 đô ngày nào. Nó đang nhìn nàng âu yếm và mỉm cười.

Ở đây, tôi cũng xin kể một câu chuyện rất thật về chữ "Duyên". Trong một tòa cao ốc nằm ở trung tâm thành phố, có rất nhiều công ty làm việc tại đó. Một cô gái tình cờ phải lòng một chàng trai công ty khác khi thỉnh thoảng nàng lại tình cờ bắt gặp chàng khi họ đang trên đường đến nơi làm việc. Nhưng phải làm sao để làm quen chàng



đây? Sự thông minh và cá tính mạnh mẽ đã mang đến cho nàng một ý tưởng. Nàng đem nó bàn với sếp nữ của mình: Chị thử xem, em làm cách này có được không, này nhé... Một sáng đẹp trời nọ, nàng hốt hoảng chạy đến quầy lễ tân của tòa nhà và trình bày về sự việc mình bị đánh rơi giấy tờ tùy thân quan trọng trong thang máy, mà nhiều khả năng người đi chung thang máy (là anh chàng bí ẩn kia) đã nhặt được. Sự việc cần kíp đến nỗi họ phải hỗ trợ nàng tìm cho ra vì công việc đòi hỏi nàng phải lên máy bay đi công tác với sếp ngay buổi sáng hôm đó. Một cách ngoạn mục, nàng đã có được số điện thoại của anh chàng trong mơ. Thế là từ đó, họ quen nhau, mà chàng thì cứ nghĩ hẳn đó là duyên số đã đưa họ gặp gỡ. Sau nhiều tháng ngày hẹn hò, nàng chợt nhận ra rằng họ không phù hợp với nhau. Có lẽ người dành riêng cho nàng vẫn đang ở một nơi nào đó. Một câu chuyện y chang trong tiểu thuyết nhưng không có một cái kết thật đẹp. Bạn có thấy tiếc cho mối tình ấy không?

Mọi cô gái trên hành tinh này đều mong muốn những kết thúc đẹp như trong truyện cổ tích. Sau khi trải qua bao gian nan, cuối cùng hoàng tử cũng cứu được công chúa và hạnh phúc mãi mãi. Ba câu chuyện tôi kể trên đây, nhân duyên tự động đến có, không có nhân duyên thì tự tạo ra điều kiện, hoàn cảnh, cơ hội gặp gỡ nhân duyên cho mình cũng có. Trên trái đất không ngừng quay này, vạn vật không ngừng biến đổi, chuyển động, có biết bao nhiêu câu chuyện nhân duyên thú vị nữa? Rốt cuộc thì, chuyện nhân duyên có thật không? Còn bạn nghĩ sao? Bạn có tin vào chuyện nhân duyên không?

Nhân duyên là một thứ gì đó mơ hồ, vừa giúp ta tin tưởng, nhưng nhiều khi cũng khiến chúng ta hoài nghi, đợi chờ. Tuy nhiên, chắc chắn một điều rằng, những hình bóng một thuở bạn cho là "The one" (người ấy), một khi đã khiến bạn vỡ mộng, đừng ngăn trái tim mình tiếp tục mơ một giấc mơ khác, về một chàng trai khác nhé. Lúc ấy, mong bạn đủ bình tâm và sáng suốt để biết rằng: "Nếu những gì ta tìm thấy là thật, là vàng ròng thì chúng sẽ không bao giờ hư hao và bất cứ lúc nào ta quay về thì chúng vẫn còn nguyên vẹn đó; còn nếu chúng chỉ là thoáng qua như ánh sao băng, khi trở về ta sẽ chẳng tìm thấy gì nữa cả. Nhưng đâu sao bạn cũng đã được sống cái phút thoáng qua ấy và bấy nhiêu đó đã là quý rồi". (Nhà giả kim, Paulo Coelho).



1 - GOLDEN LYPRES® - CHUNG TAY XOẠI DỊU NỖI ĐAU DA CAM

Với văn hóa doanh nghiệp “Thành tâm trọng tín - Hết lòng quan tâm - Biết ơn cống hiến”, GOLDEN LYPRES® hân hạnh là nhà tài trợ đồng hành cùng chương trình “Vì nạn nhân chất độc da cam” toàn quốc lần thứ III và “Mít tinh kỷ niệm 55 năm thảm họa da cam” do Hội Nạn nhân chất độc da cam/dioxin Việt Nam (VAVA) tổ chức, đây là sự kiện quan trọng có ý nghĩa lớn không chỉ với Việt Nam mà còn nhận được sự quan tâm từ bạn bè Quốc tế. Đặt tiêu chí “Sức khỏe là Vàng”, lấy sức khỏe làm trọng tâm để phát triển, GOLDEN LYPRES® mong muốn mang đến những giá trị tốt đẹp trong việc cải thiện sức khỏe và nâng cao giá trị cuộc sống. Thông tin liên hệ: Cửa hàng GOLDEN LYPRES® tại Sheraton Saigon Hotel & Towers, 80 Đồng Du, P.Bến Nghé, Q.1, Tp.HCM; Điện thoại: 08 3827 6446/0919 408 118; Email: pvservice@hsbiotech.com - Website: www.hsbiotech.com.

2 - EASTIN GRAND SÀI GÒN

Ngày 26/7, ông William Ong đã chính thức được bổ nhiệm làm bếp trưởng mới của khách sạn Eastin Grand Hotel Sài Gòn. Với hơn 12

năm kinh nghiệm làm việc trong lĩnh vực ẩm thực tại nhiều nhà hàng và khách sạn tại châu Á, ông William Ong được kỳ vọng sẽ làm thỏa mãn các yêu cầu của thực khách tại các nhà hàng của khách sạn. Sinh ra và lớn lên tại Singapore, William bắt đầu công việc nấu ăn từ năm 16 tuổi. Với sự cố gắng trong công việc cùng với khả năng sáng tạo của mình, ông đã được công nhận và kinh qua nhiều vị trí quan trọng. Điểm dừng chân gần đây nhất của ông trước khi đến với Eastin Grand Sài Gòn là khách sạn Novotel Bangkok Bangna với cương vị là giám đốc Ẩm thực kiêm Bếp trưởng.

3 - FUSION SUITES SAIGON

Fusion Suites Saigon - thành viên mới của thương hiệu nghỉ dưỡng nổi tiếng Fusion trực thuộc Tập đoàn Serenity Holding, chính thức khai trương và đi vào hoạt động tại TP. HCM. Bên cạnh dịch vụ trọn gói, nét đặc biệt giúp spa tại đây nổi bật nằm ở ý tưởng về liệu pháp chuyển màu. Tất cả trị liệu sẽ xoay quanh việc sử dụng màu sắc để phản ánh cảm xúc, tâm trạng, năng lượng và tình hình sức khỏe của du khách. Tại Fusion Suites Saigon, du khách và cư dân thành phố có thể lựa chọn ăn uống tại nhà hàng Fresh phục vụ 24h năm ngày tăng trệt, hoặc khu vực nhà hàng tầng thượng Zen với không gian tinh tế.



4 - HOTEL ROYAL HOI AN

Đồng hành cùng tuần lễ trao đổi văn hóa Nhật Bản tại Hội An, Hotel Royal Hoi An, MGallery by Sofitel tổ chức “Tuần lễ ẩm thực Nhật Bản” từ ngày 16 – 21/8/2016 tại Nhà hàng Wakaku với nhiều hoạt động ẩm thực đặc sắc và các món ăn hấp tiêu biểu do chính tay bếp trưởng trứ danh người Nhật – Chef Hiromi Yonekawa đến từ Sofitel Philippine Plaza Manila chuẩn bị. Những hoạt động ẩm thực đặc biệt bao gồm ‘Thưởng hoàng hôn cùng Sake’ từ 16:00 – 18:00 hàng ngày; Thực đơn ‘Teishoku’ từ 16/8-19/8 với các món ăn truyền thống của Nhật tại nhà hàng Wakaku và Faifo Café; Thực đơn đặc biệt cuối tuần “Đông Tây Giao Hòa” trong 20/8 và 21/8 (thứ 7 và CN) với các món Nhật ăn cùng rượu Vang Pháp tại nhà hàng Wakaku.

5 - LOCCITANE

Ngày 30/7, L'Occitane – nhãn hàng mỹ phẩm thiên nhiên cao cấp từ Pháp - đã khai trương cửa hàng mới TTTM Takashimaya/Saigon Centre. Cửa hàng được thiết kế theo hình mẫu Home Provence – tái hiện lại không khí ấm áp và thân thiện của những ngôi nhà vùng Provence (Pháp). Trong tháng khai trương, khi khách hàng đến check-in địa điểm của cửa hàng trên Facebook cá nhân và mua sản phẩm bất kỳ sẽ được nhận ngay một handcream 10ml trị giá 87.000VNĐ. Trong tuần khai trương từ 30/07 – 07.08, khách hàng còn có cơ hội sở hữu ngay bộ sản phẩm bán chạy nhất Shea Butter - Bơ Đậu Mỡ với mức giá cực kỳ ưu đãi. Đặc biệt hơn, L'Occitane ưu đãi đặc quyền dành riêng cho khách hàng sở hữu thẻ VIP của nhãn hàng khi mua bộ dưỡng da ngăn ngừa lão hóa Divine – Cúc Trường Sinh với mức giá cực hấp dẫn chỉ duy nhất trong một tuần khai trương.

6 - LANCÔME

Vào tối 31/7, nhãn hàng Lancôme đã chính thức khai trương lâu đài sắc đẹp thứ 13 tại TTTM Takashimaya/Saigon Center, là cửa hàng Lancôme đầu tiên với thiết kế hiện đại nhất mang đậm chất Pháp. Luôn trung thành với tuyên ngôn “Mọi phụ nữ đến với Lancôme để trở nên xinh đẹp hơn, họ đều ra về với một nụ cười hạnh phúc”, Lancôme còn chính thức hợp báo giới thiệu với các đơn vị báo chí, beauty bloggers thân quen hai dòng sản phẩm mới vô cùng đột phá & thú vị: Énergie De Vie – dòng sản phẩm dưỡng truyền năng lượng cho làn da & Juicy Shaker – dòng son dưỡng ẩm màu sống động cho bờ môi xinh đem lại một hình ảnh vô cùng trẻ trung năng động cho thương hiệu.

**5****7 - PULLMAN HANOI**

Trung Thu năm nay, khách sạn Pullman Hanoi sẽ mang đến bốn hương vị bánh tinh tế do chính tay đầu bếp của khách sạn thực hiện: Trà xanh, Sen xát, Đậu đỏ, Khoai môn. Thiết kế hộp bánh lấy cảm hứng từ bức tranh ‘Rước Đèn’ của họa sỹ trẻ Vũ Tuấn Anh gợi nhớ về ký ức tuổi thơ. Cụ thể, hộp Mùa Thu gồm 4 bánh, loại 100gram, giá 600.000 VND/hộp; hộp Trăng gồm 6 bánh, loại 100gram, giá 800.000 VND/hộp; hộp VIP gồm 4 bánh, loại 150gram và 1 chai vang Merlot hảo hạng, giá 1.388.000 VND/hộp. Giá đã bao gồm thuế GTGT 10%. Ưu đãi đặc biệt khi mua từ 10 hộp bánh trở lên và thêm chiết khấu 5% khi đặt hàng trước ngày 1/8/2016. Bánh có bán tại sảnh khách sạn Pullman Hanoi.

8 - SHISEIDO

Từ ngày 31/7/2016, phái đẹp yêu mến Shiseido sẽ có thêm một địa điểm yêu thích để trải nghiệm các dịch vụ và sản phẩm làm đẹp của thương hiệu hơn 140 năm lịch sử này ngay tại Takashimaya/Saigon Centre - khu trung tâm thương mại đẳng cấp ngay giữa lòng thành phố địa chỉ số 65 Lê Lợi, Phường Bến Nghé, Quận 1, Hồ Chí Minh. Lần đầu tiên xuất hiện tại Việt Nam và là địa điểm thứ 5 trên thế giới, cửa hàng Shiseido với thiết kế mới tại Takashimaya gây ấn tượng về vẻ đẹp theo phong cách tối giản tinh tế, mang đến cảm giác gần gũi, bất kỳ ai ngay khi bước vào đều có thể lập tức hòa mình vào bầu không khí nhẹ nhàng thư thái.

**7****9 - THE SPA**

The Spa của khách sạn The Reverie Saigon vừa được CNN vinh danh là một trong “Những Spa mới tốt nhất thế giới”. Tại khu vực xông hơi tối tân, các vị khách nữ có thể thả mình thư giãn tại phòng xông hơi khô với đá muối hồng Himalaya hoặc phòng xông hơi ướt với liệu pháp sắc màu, trong khi đó các vị khách nam lại được thỏa sức tận hưởng cảm giác sảng khoái như đang được tiếp thêm năng lượng tại khu vực đập đá lạnh sau khi xông hơi.

10 PURA MELA

Pura Mela, nhãn hàng thời trang cao cấp phong cách Ý, được dẫn dắt bởi giám đốc sáng tạo người Ý – Melania Pintus đã chính thức ra mắt, có mặt tại Hà Nội, Việt Nam. Showroom Pura Mela có địa chỉ tại: 56 Tràng Tiền, Hoàn Kiếm, Hà Nội. Bằng tình yêu sâu sắc đối với đất nước xinh đẹp Việt Nam, với mong muốn được mang tới quý khách hàng, công chúng những tác phẩm hoàn hảo, phù hợp với phom dáng người Việt, nổi bật phong cách cá nhân, hoà chung cùng dòng chảy thời trang thế giới, chúng tôi – Thương hiệu thời trang cao cấp phong cách Ý – Pura Mela hân hạnh được có mặt, phục vụ quý khách hàng Việt.

**8****9****10**

ACCESSORIZE

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

ALDO

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

Axara

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

BALLY

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

BANANA REPUBLIC

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

BÓN MÙA BOUTIQUE

- 30 Hàng Cạn, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

BRUNELLO CUCINELLI

- 63 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

BURBERRY

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

CARTIER

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

CHANEL

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

CHARLES & KEITH

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

CHLOÉ

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

CHOPARD

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

CHRISTIAN LOUBOUTIN

- 143 Đồng Khởi, Q1, Tp. HCM

CHULA

- 43 Nhật Chiêu, Tây Hồ, Hà Nội.

DEVON LONDON

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

EMPORIO ARMANI

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

FCUK

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

GIVENCHY

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

HA LINH THU

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

HA TRUONG SHOWROOM

- 37 Xuân Diệu, Tây Hồ, Hà Nội.

I HATE FASHION

- 38 Phan Bội Châu, Hoàn Kiếm, Hà Nội

JIMMY CHOO

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

JUST CAVALLI

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

KAREN MILLEN

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

KENZO

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

KELLY BUI

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

KIN BY CONG TRI

- 198 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM

LANCÔME

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

LA PERLA

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

LÂM GIA KHANG

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

LOUIS VUITTON

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

LÝ GIÁM TIẾN

- 286/31 Trần Hưng Đạo, Q1, Tp. HCM

MAGONN DESIGN

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

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

MILANO LUALA

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

MOSCHINO

- 3 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

NAF NAF

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

OMEGA

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

RALPH LAUREN

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

RUNWAY

- 13 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

SALVATORE FERRAGAMO

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

SERGIO ROSSI

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

SWAROVSKI

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

THỦY DESIGN HOUSE

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

TOMMY HILFIGER

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

TOPSHOP/TOPMAN

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

VALENTINO

- 59 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

BOBBI BROWN

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

BOURJOIS

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

CHANEL

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

CLARINS

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

CLINIQUE

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

CRABTREE & EVELYN

- Hệ thống Parkson & Vincom, Tp. HCM

DIOR

- Trảng 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

- Trảng 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

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

L'OCITANE

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

ORLANE

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

MENARD

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

SHISEIDO

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

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

THE BODY SHOP

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

M.A.C

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

VICHY

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

YVES ROCHER

- Big C 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 Thánh, Ba Đình, Hà Nội
- Robins Royal City, 72A Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội
- Savico, 7-9 Nguyễn Văn Linh, Long Biên, Hà Nội
- Vincom Center, 191 Bà Triệu, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- Vincom Royal City Mega Mall, 72A Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội
- Vincom Mega Mall Times City, 458 Minh Khai, Vĩnh Tuy, Hai Bà Trưng, Hà Nội.
- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.
- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp. HCM.
- Parkson Cantavil, 1 Sông Hành, Xa lộ Hà Nội, Q2, Tp. HCM
- Parkson Flemington, 184 Lê Đại Hành, Q11, Tp. HCM
- Aeon Celadon, 30 Bà Bao Tân Thắng, Tân Phú, Tp. HCM
- 18 Hai Bà Trưng, Q1. Tp. HCM
- Parkson Hùng Vương, 126 Hùng Vương, Q5, Tp. HCM
- Robins Crescent Mall, 101 Tôn Dật Tiên, Q7, Tp. HCM.

GOLDEN LYPRES

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

STYLE *in* quiz

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



1 Kiểu tóc "Slick hair" này ra đời năm nào và Kendall Jenner đã diện kiểu tóc này khi đi tham dự sự kiện thảm đỏ nào?

5

"Phong cách nên đi đôi với Hạnh phúc" – câu nói này là của nữ diễn viên nào?

2

Chiếc túi này nằm trong bộ sưu tập nào của thương hiệu Dior?



3

Nhân vật truyền cảm hứng nào đã xuất hiện trên số báo mới nhất của Style được phát hành vào cuối tháng 6?

4

Jennifer Phạm xuất hiện trên số báo tháng mấy của Style và mặc trang phục của nhãn hiệu nào?

6

Những liệu trình thẩm mỹ nào được nhắc đến trong số báo của Style cuối tháng 6?

Các câu hỏi trên đây sẽ không hề khó đối với các 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 trước ngày 15 hàng tháng

PHẦN THƯỞNG HẤP DẪN

Dành cho những độc giả
trả lời đúng hết 6 câu hỏi!





Life in the now.

SHARE YOUR #CKMINUTE

lisa bonet
actress
zoe kravitz
actress/musician

Calvin Klein

swiss made



HCM City: Vincom Dong Khoi (39369770) | Vincom Thao Dien (37442889) | Sun Vah Tower (38219279) | Takashimaya (66812758) | Maximark 3/2 (38328991) | Vincom Thu Duc (37223433) | Vincom Go Vap (38945689) | Big C Quận 7 (3932171735) | Hai Trieu (01253246810) | PNI Chain Shops (39959336) | Gale Watch (39290685) | Cititime Plaza (0918068661) | **Ha Noi**: Vincom Ba Trieu (22200268) | Vincom Megamall Royal City (62620560) | Vincom Megamall Times City (66599990) | Lotte Center (32676555) | Duy Anh Watch (66566660) | Sanko Megamall (62550099) | Big C Thang Long (37832301) | Minh Tuong (3828579) | Xwatch luxury (088882345) | Gale 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
thể hiện bản thân.

TISSOT TRADITION.

ĐỒNG HỒ TISSOT TRADITION
AUTOMATIC KẾT HỢP VẺ ĐẸP
THANH LỊCH CÙNG CÔNG
NGHỆ HIỆN ĐẠI. THIẾT KẾ
CỔ XUA VÀ TINH TẾ VỚI CỬA
SỐ TRÊN MẶT SỐ VÀ NẮP
LUNG TRONG SUỐT GIÚP
BẠN CHIẾM NGƯỠNG BỘ
CHUYỂN ĐỘNG
POWERMATIC 80.



T+TISSOT THIS IS YOUR TIME