Người DẪN ĐẦU

Đặc san của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – Vietcombank

Số 3/2019

NỘI THẤT *NHỮNG SẮC MÀU KHÔNG GIAN*

Một thiết kế của Fendi Casa

Dịch vụ
Khách hàng Ưu tiên
Vietcombank Priority

- Ưu đãi đặc quyền
- Sản phẩm chuyên biệt
- Chuyên viên chăm sóc chuyên nghiệp

Vietcombank PRIORITY

Thông tin chi tiết vui lòng liên hệ
Hotline dành riêng cho hội viên Vietcombank Priority **1800.15.65**
hoặc truy cập website: **www.vietcombank.com.vn**

Ảnh bìa: Một thiết kế của Fendi Casa

Người
DẪN ĐẦU

Đặc san của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam
(Vietcombank)

Chịu trách nhiệm nội dung và xuất bản
Tiến sỹ PHẠM MẠNH THẮNG
Phó Tổng Giám đốc Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam

Biên tập
PHAN KHÁNH NGỌC
NGUYỄN HỮU KIÊN
LÊ HƯNG
NGUYỄN MINH HIỀN
TRẦN LIỄU

Phụ trách Sáng tạo
NGHIÊM HOÀNG ANH (admixstudio.com)

Thiết kế
THU HẰNG

Vietcombank
Chung niềm tin vững tương lai

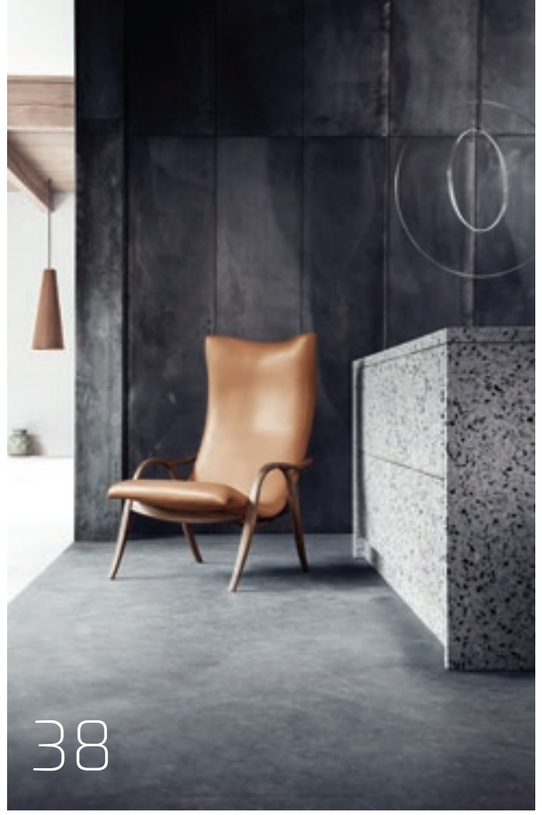
Địa chỉ: 198 Trần Quang Khải - Hoàn Kiếm- Hà Nội
Điện thoại: (84-4) 3824 8919 | Fax: (84-4) 3936 5402
E-mail: nguoidandau@vietcombank.com.vn | Hotline: 0912 469 904

Kích thước: 21x29,7cm. In tại Công ty TNHH Prana Việt Nam, số 8A Khuyến Lương, Phường Trần Phú, Quận Hoàng Mai, Hà Nội

Giấy phép xuất bản Đặc san số 11/GP-XBĐS do Bộ Thông tin & Truyền thông cấp ngày 10/01/2019

Trong số này

Số 3/2019



Tiêu điểm

08 EVFTA những kỳ vọng mới
12 Bức tranh sáng trên thị trường tín dụng

Ngân hàng

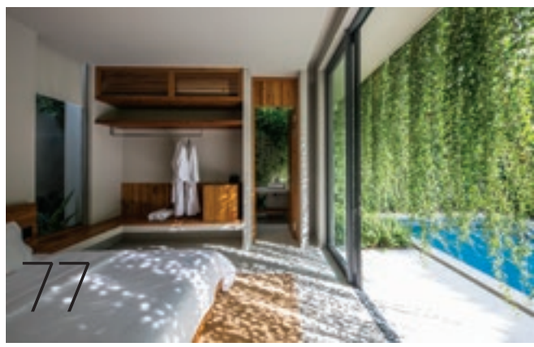
16 Dịch vụ khách hàng ưu tiên - Dấu ấn mới của Vietcombank!
17 Điều gì hấp dẫn ở thẻ Vietcombank Visa Signature?

Nội thất

22 Sinh thái & tối giản: Tất yếu cho cuộc sống hiện đại
28 Nội thất xa xỉ: 10 thương hiệu hàng đầu
34 Những món đồ nội thất đắt nhất thế giới
38 Nội thất: Những xu hướng đón đầu 2020
42 Lalique - Những tạo tác đắm say lòng người
45 Ashley - Câu chuyện 70 năm của nhãn hàng tiên phong
48 Đồ decor biết hát
52 Các dinh thự đình đám Hollywood
58 Sharma Springs - "Biệt thự tre" tuyệt đẹp và ấn tượng

Chuyên mục Văn hoá

66 Biển hồ Galilee: Bồng lai tiên cảnh
70 Chefchaouen - Viên ngọc xanh trên lục địa đen
74 Wyndham Garden Phú Quốc: Thư giãn với biệt thự biển xu hướng Go Green
78 Clash de Cartier - Biểu tượng thanh lịch vượt thời gian
86 Miranda Kerr: Sắc đẹp là một tài sản, và hơn thế nữa



Công nghệ

90 S-lass Saloon mới - Cảm nhận tinh hoa công nghệ

Doanh nhân

94 Ông Mã Thanh Danh - Phó Tổng Giám đốc KIDO - "Khởi nghiệp không phải là mở công ty và làm giám đốc"

73% cử tri Mỹ lo ngại về khả năng suy thoái kinh tế vào năm 2020

Ngày 19/8, theo kết quả cuộc thăm dò dư luận do Hill-HarrisX tiến hành, đa số cử tri Mỹ lo ngại rằng nền kinh tế Mỹ sẽ suy thoái vào năm 2020.

Theo đó, 73% số cử tri tham gia thăm dò cho biết họ rất hoặc hơi lo ngại rằng nền kinh tế lớn nhất thế giới này sẽ rơi vào suy thoái vào năm 2020. 19% cử tri được hỏi cho biết họ không quan tâm, còn 9% không chắc chắn.

Cuộc thăm dò diễn ra trong bối cảnh có nhiều dấu hiệu cho thấy khả năng cao sẽ xảy ra suy thoái kinh tế vào năm tới, ảnh hưởng tới nền kinh tế Mỹ cũng như toàn cầu. Một báo cáo mới đây cũng cho thấy 34% nhà kinh tế tham gia cuộc khảo sát của Hiệp hội Kinh tế Kinh doanh Quốc gia (NABE) cho rằng tình trạng giảm tốc của kinh tế Mỹ hiện nay sẽ chuyển sang suy thoái vào năm 2021. Con số này tăng so với mức 25% trong cuộc khảo sát được thực hiện vào tháng Hai.

Lạm phát tiếp tục suy yếu tại Eurozone

Theo số liệu công bố ngày 19/8 của Cơ quan Thống kê châu Âu (Eurostat), lạm phát tại Khu vực sử dụng đồng euro (Eurozone) trong tháng 7/2019 đã giảm xuống 1%, trượt xa mức mục tiêu 2% do Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB) đề ra. Các số liệu đã điều chỉnh của Eurostat cho thấy, lạm phát của Eurozone trong tháng 7/2019 đã giảm từ các mức 1,3% của tháng 6/2019 và 2,2% của cùng kỳ năm ngoái.

Chủ tịch ECB Mario Draghi hồi tháng 7/2019 đã phát đi tín hiệu rằng một gói kích thích mới có thể được đưa ra nhằm thúc đẩy lạm phát vốn đang suy yếu ở Eurozone, trong bối cảnh những lo ngại ngày càng gia tăng về chủ nghĩa bảo hộ của Mỹ và sự suy yếu tại các thị trường mới nổi và vấn đề Brexit. Giới quan sát đang dự đoán về một sự "bùng nổ" từ ECB với khả năng cơ quan này sẽ cắt giảm lãi suất và thực thi một số biện pháp khác.

Lạm phát trên toàn khu vực Liên minh châu Âu (EU) trong tháng 7/2019 đứng ở mức 1,4%, so với 1,6% trong tháng 6/2019 và 2,2% trong cùng kỳ năm 2018. Theo số liệu từ Eurostat, kinh tế Eurozone đã giảm tốc trong quý II/2019 khi chỉ tăng 0,2%, thấp hơn mức tăng 0,4% trong quý I/2019.

Nhật Bản thâm hụt thương mại 2,34 tỷ USD vì thương chiến Mỹ - Trung

Ngày 19/8, Bộ Tài chính Nhật Bản cho biết nước này đã thâm hụt thương mại 249,6 tỷ yen (tương đương 2,34 tỷ USD) trong tháng 7/2019. Đây là lần đầu tiên trong vòng hai tháng qua Nhật Bản bị thâm hụt thương mại.

Theo báo cáo sơ bộ của Bộ Tài chính Nhật Bản, kim ngạch xuất khẩu của nước này trong tháng 7/2019 đã giảm 1,6% so với cùng kỳ năm ngoái xuống còn 6.640 tỷ yen (khoảng 62,4 tỷ USD). Đây là tháng thứ tám liên tiếp, xuất khẩu của Nhật Bản giảm. Kim ngạch nhập khẩu cũng giảm trong cùng kỳ, nhưng tỷ lệ giảm thấp hơn (1,2%) và đạt 6.890 tỷ yen. Đây là tháng thứ ba liên tiếp kim ngạch nhập khẩu giảm. Kết quả là Nhật Bản thâm hụt thương mại 249,6 tỷ yen.

Nguyên nhân chủ yếu khiến Nhật Bản bị thâm hụt thương mại là do xuất khẩu sang Trung Quốc tiếp tục giảm do tác động tiêu cực của cuộc chiến thương mại Mỹ-Trung. Trong tháng 7/2019, kim ngạch nhập khẩu từ Trung Quốc của Nhật Bản tăng 2,8% so với cùng kỳ năm ngoái, nhưng kim ngạch xuất khẩu lại giảm 9,3%. Điều này khiến Nhật Bản bị thâm hụt thương mại 383,8 tỷ yen với đối tác thương mại lớn nhất của mình. Bên cạnh đó, quan hệ căng thẳng với Hàn Quốc cũng tác động tiêu cực tới kim ngạch xuất khẩu của nước này, nhất là khi Hàn Quốc đang là đối tác thương mại lớn thứ hai của Nhật Bản ở châu Á.

Thư Ban Biên tập

Kính chào Quý độc giả!

Những trào lưu mới về kiến trúc – nội thất đóng vai trò quan trọng giúp con người không chỉ có được căn nhà lý tưởng, không gian sống đáng mơ ước, mà còn thân thiện với môi trường.

Trên tinh thần đó, Ban Biên tập Đặc san Người Dẫn Đầu số 3/2019 hân hạnh giới thiệu đến Quý độc giả chùm bài viết lý thú về không gian sống hiện đại, trong đó nổi bật lên hai khuynh hướng nội thất quan trọng và được ưa chuộng nhất hiện nay: sinh thái và tối giản. Không hẹn mà gặp, cả hai đều hướng tới sự bền vững, đề cao công năng sử dụng và khuyến khích các loại vật liệu gần gũi tự nhiên. Bên cạnh đó, Quý độc giả cũng sẽ có cơ hội tìm hiểu về những xu thế nội thất sẽ "lên ngôi" trong năm 2020, tập trung vào ba khía cạnh chính là phong cách – chất liệu – màu sắc.

Tiếp theo, Ban Biên tập xin mời Quý độc giả tham gia vào một tour ngắn khám phá những cơ ngơi đẹp nhất của các sao Hollywood, ghé thăm biệt thự tre Sharma Spring có một không hai ở đảo Bali. Không dừng lại ở đó, những thông tin ấn tượng về 10 thương hiệu nội thất xa xỉ hàng đầu thế giới, 6 món đồ nội thất đắt giá nhất trong lịch sử hẳn sẽ mang đến nhiều trải nghiệm độc đáo.

Trong chuyên mục Văn hóa – Du lịch, Quý độc giả sẽ dừng chân tại Chefchaouen – viên ngọc xanh của xứ Bắc Phi đầy nắng và gió, những biểu tượng của sự thanh lịch vượt thời gian trong bộ sưu tập trang sức Clash de Cartier. Một bài viết công phu về cách Miranda Kerr giữ gìn sắc vóc, danh tiếng và sự bận rộn của mình hẳn sẽ mang đến thêm nhiều góc nhìn mới mẻ về siêu mẫu lừng danh này.

Quý độc giả thân mến, Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – Liên minh châu Âu (EVFTA) được kỳ vọng mở ra một triển vọng tươi sáng cho quan hệ kinh tế hai bên vì có phạm vi rộng và mức độ cam kết cao nhất từ trước tới nay. Phía Việt Nam sẽ được hưởng nhiều lợi ích trong các lĩnh vực như nông nghiệp công nghệ cao, viễn thông, kiến trúc & tư vấn kỹ thuật, dịch vụ môi trường. Trong bối cảnh đó, thị trường tín dụng cũng có sự tăng trưởng hiệu quả và phù hợp ngay từ đầu năm, góp phần tích cực vào thành tựu phát triển chung của nền kinh tế. Nửa cuối năm 2019 được dự đoán là có khó khăn nhưng vẫn có thể đảm bảo được mục tiêu tăng trưởng toàn ngành 14% do Ngân hàng Nhà nước đặt ra.

Chúc Quý độc giả có những giờ phút thú vị với Người Dẫn Đầu!
Trân trọng,

Ban Biên tập

Moody's: Hệ thống ngân hàng Việt Nam có triển vọng ổn định

Hãng xếp hạng tín nhiệm Moody's Investors Service ngày 19/8 cho biết triển vọng ổn định của hệ thống ngân hàng Việt Nam cho thấy sức tăng trưởng kinh tế mạnh mẽ của Việt Nam, từ đó sẽ hỗ trợ chất lượng tài sản và hoạt động có lãi.

Theo nhà phân tích kiêm trợ lý Phó Chủ tịch Moody's, Rebaca Tan, tăng trưởng GDP của Việt Nam dự kiến đạt 6,7% năm 2019 và 6,5% năm 2020, sau khi đạt 7,1% năm 2018, và tiếp tục là nền kinh tế có mức tăng trưởng nhanh nhất Đông Nam Á. Cũng theo Rebaca Tan, các ngân hàng Việt Nam đã "lành mạnh hóa" bảng cân đối kế toán, củng cố chất lượng tài sản và tỷ lệ nợ xấu trong toàn hệ thống dự kiến giảm còn 4,8% vào cuối năm 2020, từ mức 5,1% cuối năm 2018. Tỷ lệ vốn của các ngân hàng Việt Nam nhìn chung vẫn ổn định trong 12-18 tháng tới, nhờ mức tăng trưởng lợi nhuận thu về, mặc dù nhiều ngân hàng sẽ cần huy động vốn để đáp ứng các quy định nghiêm ngặt hơn về vốn của Thỏa thuận Basel II trong khi duy trì tăng trưởng tài sản.

Việt Nam sắp có mạng xã hội Lotus

Sau hơn 1 năm nghiên cứu và phát triển, Công ty cổ phần VCCorp vừa chính thức công bố việc đầu tư phát triển dự án Mạng xã hội Lotus với sự góp vốn của các doanh nghiệp và cá nhân trong nước.

Lotus là một mạng xã hội đi theo hướng khác biệt, lấy nội dung làm trọng tâm, tạo nên một nền tảng hỗ trợ cho các nhà sản xuất nội dung và các cá nhân thỏa sức sáng tạo để có được các nội dung chất lượng hơn phục vụ người sử dụng. Người dùng tham gia mạng xã hội Lotus sẽ được tiếp cận với những trải nghiệm mới lạ, được nhận token khi sử dụng, tiêu token theo những cách hữu ích và lan tỏa những giá trị tốt đẹp, cũng như tham gia các thử thách, nhiệm vụ, nhận quà.

Mạng xã hội Lotus được thiết kế bởi nhóm chuyên gia trải nghiệm người dùng và được phát triển bởi đội ngũ hơn 200 kỹ sư công nghệ của VCCorp trong các lĩnh vực ứng dụng di động, AI, Big Data, Cloud Computing... Dự án đã huy động được hơn 700 tỷ đồng từ VCCorp và một số nhà đầu tư trong nước, và dự kiến tiếp tục kêu gọi thêm 500 tỷ đồng trong giai đoạn đầu để sẵn sàng lực lượng cho việc phát triển lâu dài.

Lotus

5 trong số 27 "ông lớn" ví điện tử nắm tới 90% thị phần Việt Nam

Theo Ngân hàng Nhà nước (NHNN), lĩnh vực Fintech tại Việt Nam đang có sự tăng trưởng mạnh mẽ trong thời gian gần đây. Thống kê của NHNN, trong quý II/2019, tốc độ tăng trưởng thanh toán dịch vụ mobile banking đạt trên 160%. Trong khi đó, tỷ lệ này trong khu vực chỉ khoảng 60-80%.

Số lượng các công ty Fintech tham gia cung ứng dịch vụ trên thị trường Việt Nam đã tăng hơn hai lần từ con số khoảng 40 công ty cuối năm 2016 lên tới gần 100 công ty ở thời điểm hiện tại, trải rộng trên nhiều lĩnh vực khác nhau. Trong đó lĩnh vực thanh toán đóng vai trò chủ đạo với 27 công ty đã được NHNN cấp giấy phép cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán đang hoạt động. Tuy nhiên, thị phần 90% (cả số lượng giao dịch, giá trị giao dịch) chỉ nằm trong tay của 5 công ty trung gian thanh toán. Và đáng lưu ý, những công ty này đều có sở hữu của nước ngoài, mức sở hữu từ 30%, thậm chí đến hơn 90%. Điều này cũng đặt ra quan ngại lớn rằng lĩnh vực thanh toán, thị trường tiền tệ có thể bị thao túng từ các nhà đầu tư nước ngoài, ảnh hưởng tới chính sách tiền tệ, an ninh dữ liệu quốc gia.

Đẩy mạnh cổ phần hóa các doanh nghiệp nhà nước

Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc vừa ký Quyết định số 26/2019/QĐ-TTg phê duyệt Danh mục doanh nghiệp thực hiện cổ phần hóa đến hết năm 2020. Theo đó, có 93 doanh nghiệp thực hiện cổ phần hóa đến hết năm 2020.

Cụ thể, có 4 doanh nghiệp thực hiện cổ phần hóa, Nhà nước nắm giữ từ 65% vốn điều lệ trở lên gồm: Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Tập đoàn Công nghiệp Than - Khoáng sản Việt Nam - Công ty mẹ; Tổng công ty Lương thực miền Bắc; Công ty TNHH một thành viên Khoáng sản.

Có 62 doanh nghiệp thực hiện cổ phần hóa, Nhà nước giữ trên 50% đến dưới 65% vốn điều lệ như Tổng công ty viễn thông Mobifone, Tập đoàn bưu chính viễn thông Việt Nam (VNPT), Tổng công ty Cà Phê, Tổng công ty công nghiệp xi măng Việt Nam (Vicem), Tổng công ty Vận tải Hà Nội, Tổng công ty Đầu tư và phát triển hạ tầng đô thị (UCID),

Bên cạnh đó, có 27 doanh nghiệp thực hiện cổ phần hóa, Nhà nước nắm giữ từ 50% vốn điều lệ trở xuống hoặc không nắm giữ cổ phần. Bao gồm: Tổng công ty Đầu tư phát triển nhà và đô thị (HUD), Tổng công ty Giấy Việt Nam, Vàng bạc đá quý Sài Gòn (SJC).

Loạt cân đối lớn sẽ thay đổi theo việc đánh giá lại GDP

Trước ý kiến quan ngại của nhiều chuyên gia về việc đánh giá lại quy mô GDP có thể khiến các chỉ tiêu về an toàn nợ công thấp xuống, tạo dư địa vay nợ nhiều hơn; thu nhập bình quân đầu người tăng về mặt con số nhưng không cải thiện điều kiện sống... ngày 16/8, Tổng cục Thống kê cho rằng, việc rà soát, đánh giá lại quy mô GDP được thực hiện dựa trên phương pháp luận do cơ quan thống kê Liên hợp quốc khuyến nghị, xuất phát từ có nguồn thông tin phản ánh đầy đủ kết quả sản xuất kinh doanh của nền kinh tế, hoàn toàn không có sự thay đổi về phương pháp tính.

Do đó, Tổng cục Thống kê khẳng định cách tính GDP của Việt Nam hiện nay theo đúng thông lệ quốc tế. Theo phân tích của Tổng cục Thống kê, kết quả đánh giá lại quy mô GDP lần này sẽ tác động đến các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô của nền kinh tế như: tạo ra mức tăng đáng kể trong tổng giá trị GDP và GDP bình quân đầu người, từ đó tác động đến định hướng phát triển kinh tế - xã hội trong các giai đoạn tiếp theo.

Xuất khẩu rau quả hướng đến 4,2 tỷ USD

Rau quả là một trong số mặt hàng xuất khẩu có mức tăng trưởng liên tục trong nhiều năm. Ước tính kim ngạch xuất khẩu rau quả tháng 7/2019 đạt 244,30 triệu USD; lũy kế 7 tháng ước đạt 2,3 tỷ USD, tăng 0,13% so với cùng kỳ.

Năm 2018, kim ngạch xuất khẩu rau quả đạt 3,8 tỷ USD. Năm 2019, trong điều kiện thị trường khó khăn, xuất khẩu rau quả sẽ hướng đến mục tiêu 4 - 4,2 tỷ USD hoàn toàn có khả năng đạt được. Hiện nay, rau quả của Việt Nam đã có mặt trên gần 55 nước và vùng lãnh thổ.

Theo Tổng cục Hải quan, cơ cấu thị trường trong 6 tháng đầu năm 2019, Trung Quốc vẫn là thị trường chủ đạo tiêu thụ rau quả của Việt Nam, chiếm tới 71,5% trong tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của cả nước, đạt 1,46 tỷ USD, giảm nhẹ 1% so với cùng kỳ năm 2018. EU là thị trường lớn thứ 2, đạt 73,1 triệu USD, chiếm 3,6%, tăng mạnh 33,9%. Tiếp đó là thị trường ASEAN đạt 70,16 triệu USD, giảm 12,2% so với cùng kỳ. Xuất khẩu rau quả sang thị trường Mỹ tăng 13,3%, đạt 70,15 triệu USD, chiếm 3,4%; sang Hàn Quốc cũng tăng 12,2%, đạt 65,14 triệu USD, chiếm 3,2%.

EVFTA
NHỮNG KỲ VỌNG MỚI

TS.NGUYỄN MINH PHONG

HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VIỆT NAM – LIÊN MINH CHÂU ÂU (EU) – EVFTA ĐƯỢC KÝ KẾT ĐANG KỲ VỌNG MỞ RA MỘT TRIỂN VỌNG MỚI CHO QUAN HỆ KINH TẾ HAI BÊN VÌ CÓ PHẠM VI CAM KẾT RỘNG VÀ MỨC ĐỘ CAM KẾT CAO NHẤT CỦA VIỆT NAM VÀ EU TỪ TRƯỚC TỚI NAY.

Mức độ cam kết cao nhất

Theo Bộ Kế hoạch và Đầu tư, những mức cam kết trong EVFTA là cao nhất trong số 16 hiệp định thương mại (FTA) cả song phương và đa phương mà Việt Nam đã ký hoặc đang đàm phán, với tốc độ giảm thuế rất nhanh so với WTO hay các FTA khác.

Theo đó, sẽ loại bỏ ngay lập tức 65% thuế quan đối với hàng EU vào Việt Nam, và 71% thuế quan đối với hàng Việt sang EU và tổng thể sẽ dỡ bỏ 99% hàng rào thuế quan giữa hai bên; Việt Nam sẽ cắt giảm 24% số dòng thuế nông sản cam kết về 0% ngay năm đầu và cắt giảm 99% sau 10 năm. Các nước châu Âu sẽ cắt giảm về 0% lần lượt năm đầu tiên và sau 10 năm là 74,6% và 97,3% số dòng thuế nông nghiệp cam kết. EVFTA được kỳ vọng sẽ giúp kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU tăng khoảng 20% vào năm 2020, 42,7% vào năm 2025 và 44,37% vào năm 2030 so với không có hiệp định.

Ở chiều ngược lại, kim ngạch nhập khẩu vào Việt Nam từ EU sẽ tăng khoảng 15,28% vào năm 2020, 33,06% vào năm 2025 và 36,7% vào năm 2030. Ngoài các cam kết về giảm thuế quan và rào cản thương mại, hiệp định còn bao gồm các cam kết về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, thúc đẩy quyền lao động, phát triển bền vững… Hội đồng châu Âu ca ngợi đây là hiệp định "tham vọng nhất đạt được với một nước đang phát triển" và FTA giữa Việt Nam và EU và là thắng lợi cho cả đôi bên.

Bà Cecilia Malmstrom - Cao ủy Thương mại châu Âu khẳng định: Hai hiệp định thể hiện cam kết mạnh mẽ của EU đối với Việt Nam. Những hiệp định này quan trọng vì nhiều lý do, trước hết là giúp châu Âu tăng đầu tư, tạo thêm việc làm, thúc đẩy thương mại với một trong những nền kinh tế năng động nhất châu Á. Các công ty châu Âu sẽ được ưu tiên tiếp cận thị trường đang phát triển nhanh chóng của Việt Nam với hơn 92 triệu người tiêu dùng; các nhà xuất khẩu Việt Nam cũng dễ tiếp cận châu Âu hơn…

Phòng Thương mại châu Âu tại Việt Nam (Eurocham) thì nhấn mạnh: Hiệp định, về tổng thể, EVFTA sẽ giúp GDP Việt Nam tăng thêm 10 - 15% và nâng xuất khẩu của Việt Nam sang EU thêm 30 - 40% trong hơn 10 năm tới. Dòng vốn chất lượng cao được dự báo sẽ vào Việt Nam, sản phẩm với những chất lượng tiêu chuẩn châu Âu sẽ được xuất khẩu với xuất xứ rõ ràng. 99% thuế quan đánh vào hàng hóa giao thương giữa hai phía sẽ được xóa bỏ. Đặc biệt, EVFTA còn có những vấn đề Việt Nam chưa từng cam kết như: Đầu tư (cả trong sản xuất và dịch vụ), chính sách đối với DN nhà nước (DNNN), mua sắm công, lao động, môi trường…

Nhiều kỳ vọng cho doanh nghiệp Việt Nam

EVFTA khi được thực thi, nhất là việc dỡ bỏ thuế quan, xúc tiến đầu tư, thúc đẩy công nhận lẫn nhau về tiêu chuẩn, cải thiện quy tắc xuất xứ và chứng nhận xuất xứ; cải thiện môi trường tạo thuận lợi thương mại - hỗ trợ kỹ thuật tăng cường nhận thức và áp dụng những tiêu chuẩn của thị trường EU… sẽ mang lại nhiều cơ hội để Việt Nam mở rộng xuất khẩu, thu hút đầu tư và tham gia sâu rộng hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu…

Khi tích cực và chủ động tham gia các FTA, Việt Nam có lợi thế trở thành điểm đến đầu tư hấp dẫn của các doanh nghiệp châu Âu, đặc biệt khi EVFTA có 2 nét mới. Một là, theo dự báo của EuroCham, EU sẽ đầu tư vào nông nghiệp công nghệ cao, là lĩnh vực tiềm năng được nhiều doanh nghiệp EU chờ đón, trong đó, ngoài việc tập trung nguồn vốn còn đẩy mạnh chuyển giao giải pháp công nghệ cao trong nông nghiệp, sản xuất chế biến nông sản, thực phẩm. Với quy mô và tiềm năng về vốn, công nghệ của EU, Việt Nam đang đứng trước cơ hội trở thành địa bàn trung chuyển, cửa ngõ kết nối cho hoạt động thương mại và đầu tư của EU trong khu vực châu Á.

Hai là, việc đầu tư mà EVFTA hướng tới không chỉ nhằm vào sản xuất, xuất nhập khẩu mà còn cả những lĩnh vực dịch vụ đang "sôi sục" trong trào lưu cách mạng công nghệ 4.0 như viễn thông & công nghệ thông tin, kiến trúc & tư vấn kỹ thuật,

dịch vụ môi trường. Khi phát triển các dịch vụ này đạt trình độ quốc tế, Việt Nam chẳng những bớt phần nhập khẩu mà còn có thể xuất khẩu nhiều dịch vụ chất lượng cao, không chỉ tăng đột phá kim ngạch xuất khẩu về giá trị mà còn cả về hiệu quả, cán cân thương mại tích cực.

Cam kết đầu tư trong EVFTA sẽ mở ra nhiều cơ hội cho doanh nghiệp tham gia đầu tư vào thị trường các bên. Theo đó, hai bên sẽ đối xử bình đẳng, bảo hộ an toàn và đầy đủ các khoản đầu tư và nhà đầu tư của nhau, như: (1) Đối xử với các nhà đầu tư của nước thành viên bình đẳng như nhà đầu tư trong nước hoặc ngoài khối về lĩnh vực đầu tư và tiếp cận thị trường; (2) Không áp dụng các chính sách hạn chế như yêu cầu hàm lượng nội địa, sản xuất nội địa, bắt buộc chuyển giao công nghệ, hạn chế nhập khẩu và định mức xuất khẩu; (3) Đảm bảo hoàn trả và bồi thường cho nhà đầu tư nếu xảy ra thiệt hại trong trường hợp xung đột vũ trang, bất ổn xã hội, trường hợp khẩn cấp hoặc thiệt hại do chính sách nhà nước (trưng dụng gián tiếp); (4) Không trưng dụng, quốc hữu hóa các khoản đầu tư, trừ trường hợp dùng vào mục đích công, có bồi thường đúng pháp luật; (5) Công nhận và tạo điều kiện thuận lợi cho các hình thức chuyển nhượng tài sản như góp vốn, trả lãi, giao dịch mua bán và bồi thường; (6) Nếu Hiệp định EVFTA bị hủy bỏ, nước thành viên phải tiếp tục áp dụng các điều khoản về đầu tư thêm 15 năm; (7) Các bên còn thống nhất cơ chế giải quyết tranh chấp chặt chẽ nhưng thân thiện để các khúc mắc, nếu có, sẽ được xem xét, khách quan, thấu đáo và phán quyết cuối cùng được tuân thủ.

Thực tế đã khẳng định nguồn vốn đầu tư trực tiếp FDI của EU là một trong những nguồn lực mới tạo sức đẩy "cỗ đại xa đổi mới" tăng tốc trên "xa lộ" hội nhập, bằng: (1) Mở ra kênh huy động vốn đầu tư quốc tế; (2) Chuyển dịch cơ cấu kinh tế; (3) Thúc đẩy chuyển giao công nghệ; (4) Bổ sung hàng cho thị trường nội địa; (5) Mở mang xuất nhập khẩu và hội nhập quốc tế; và (6) Tạo ra quá trình chuyển đổi từ một quốc gia với lực lượng lao động tay nghề thấp sang tay nghề cao. EVFTA chính là công cụ tạo xung lực để Việt Nam bước tiếp trong tiến trình nói trên.

Cần nỗ lực lớn để thực thi và hiện thực hóa lợi ích

Tuy nhiên, kinh nghiệm thực thi các cam kết WTO và các FTA trước đây của Việt Nam cho thấy, các lợi ích suy đoán từ một hiệp định sẽ không đương nhiên trở thành hiện thực; các quyền và nghĩa vụ theo các cam kết không tự nhiên phát huy tác dụng. Cần những nỗ lực lớn để thực thi các cam kết, hiện thực hóa các lợi ích và xử lý thách thức liên quan.

Trong một FTA thế hệ mới như EVFTA, bên cạnh các cam kết mang tính truyền thống về mở cửa/tiếp cận thị trường, số các cam kết mang tính quy tắc (rules), có ý nghĩa ràng buộc cách hành xử chính sách của các bên, là rất lớn, trải rộng trên nhiều lĩnh vực liên quan tới thương mại, kinh doanh. Việc thực thi các cam kết có liên quan tới trình tự, thủ tục hành chính này đòi hỏi việc cùng lúc rà soát và điều chỉnh về cơ chế, trong một số trường hợp còn điều chỉnh cả bộ máy và phương thức thực hiện, trong các lĩnh vực khác nhau. Hơn thế nữa, phần lớn các cam kết dạng này đều phải thực hiện ngay khi FTA phát sinh hiệu lực hoặc trong một thời hạn rất ngắn sau đó. Điều này đặt ra thách thức lớn không chỉ về năng lực mà cả về nguồn lực thực thi đối với Việt Nam.

Một phần lớn các cam kết trong các FTA thế hệ mới như EVFTA đòi hỏi việc điều chỉnh, sửa đổi, bổ sung pháp luật nội địa trong những lĩnh vực liên quan cho phù hợp. Kinh nghiệm từ thực thi WTO của Việt Nam thời gian qua cho thấy, để đảm bảo việc triển khai thực thi các nghĩa vụ theo cam kết một cách đồng bộ và có hiệu quả cần tránh trường hợp thực thi "bề mặt" trong khi không sửa đổi các quy định có liên quan, khiến cam kết không có ý nghĩa thực tiễn hoặc không thể triển khai hiệu quả.

Do đó, để thực thi hiệu quả các cam kết trong EVFTA tương lai, ít nhất là từ góc độ các nghĩa vụ bắt buộc, cần thiết phải thiết lập một cơ chế chung, thống nhất, ở cấp Chính phủ với các mục tiêu như rà soát hệ thống pháp luật, để điều chỉnh đồng bộ pháp luật, kiểm soát tiến độ, hiệu quả điều chỉnh pháp luật theo cam kết… Cách thức vận hành của thiết chế này cũng cần được thiết kế phù hợp để đảm bảo khả năng chỉ đạo thống nhất việc thực thi trên thực tế.

Trên thực tế, với nguồn lực hạn hẹp của Nhà nước cũng như nhận thức còn hạn chế của cộng đồng doanh nghiệp, ở Việt Nam, câu chuyện vận dụng các quyền trong các cam kết thương mại quốc tế để bảo vệ những lợi ích hợp pháp còn ít được quan tâm. Điều này dẫn tới một thực tế là Việt Nam chưa tận dụng được đầy đủ các quyền của mình từ các cam kết này, khiến những lợi ích kỳ vọng khi đàm phán không được hiện thực hóa, trong khi những tác động bất lợi từ các cam kết lại chưa được hạn chế tối đa.

Việc hiện thực hóa các quyền trong cam kết FTA trên thực tế không chỉ đòi hỏi những thay đổi về nhận thức hay năng lực mà còn đặt ra những thách thức đáng kể về mặt thiết chế/cơ chế, trong đó có về cơ chế minh bạch hóa thông tin để có thể sử dụng các công cụ phòng vệ thương mại; về thiết chế liên quan tới các hàng rào kỹ thuật, vệ sinh dịch tễ (SPS); về tư vấn, hướng dẫn, giải quyết vướng mắc trong quá trình thực thi các cam kết, áp dụng cam kết, gắn trực tiếp với quyền và lợi ích của các tổ chức, cá nhân liên quan. Hiện ở Việt Nam chưa có bất kỳ một đầu mối hay thiết chế nào chính thức thực hiện việc tư vấn, hướng dẫn, giải quyết vướng mắc cho các tổ chức, cá nhân (phần lớn là doanh nghiệp) trong những trường hợp như vậy.

Trong một FTA thế hệ mới như EVFTA, bên cạnh các cam kết mang tính truyền thống về mở cửa/tiếp cận thị trường, số các cam kết mang tính quy tắc (rules), có ý nghĩa ràng buộc cách hành xử chính sách của các Bên, là rất lớn, trải rộng trên nhiều lĩnh vực liên quan tới thương mại, kinh doanh.

Bởi vậy, để nâng cao hiệu quả thực thi EVFTA cần chú ý rà soát các yêu cầu trong EVFTA cũng như thực tiễn hội nhập thời gian qua để thiết lập danh mục các vấn đề về mặt thiết chế cần được xử lý; thiết lập và vận hành các thiết chế cần thiết cho việc đảm bảo thực thi các nghĩa vụ và tận dụng hiệu quả các quyền theo cam kết EVFTA ở Việt Nam, đặc biệt là các hỗ trợ nâng cao năng lực, đóng góp kỹ thuật, thiết kế cơ chế và hỗ trợ nguồn lực xây dựng, vận hành bộ máy cho các thiết chế tương ứng phù hợp với tính chất, chức năng và đảm bảo tính khả thi trong triển khai…

Với tính chất là một FTA thế hệ mới, với sự mở cửa toàn diện, sâu rộng và có tác động mạnh nhất tới nền kinh tế Việt Nam và có vai trò quan trọng trong phát triển quan hệ kinh tế giữa Việt Nam và 28 nước thành viên EU (tính cả Anh) EVFTA đặt ra những thách thức lớn cho Việt Nam không chỉ trong đàm phán, mà cả trong quá trình thực thi, đặc biệt là từ góc độ thiết chế. Việc chuẩn bị các yếu tố cần thiết cũng như xây dựng các tiêu chí, dự liệu các giải pháp để vượt qua các thách thức này, thực thi tốt EVFTA là điều kiện tiên quyết để Việt Nam có thể đạt được những lợi ích kỳ vọng từ FTA quan trọng này.

BỨC TRANH SÁNG

TRÊN THỊ TRƯỜNG TÍN DỤNG

TS NGUYỄN ĐẠI LAI - CHUYÊN GIA KINH TẾ

SÁU THÁNG ĐẦU NĂM 2019, NGÂN HÀNG NHÀ NƯỚC (NHNN) ĐÃ ĐIỀU HÀNH CHÍNH SÁCH TIỀN TỆ CHỦ ĐỘNG, LINH HOẠT, THẬN TRỌNG, PHỐI HỢP THÍCH ỨNG VỚI CHÍNH SÁCH TÀI KHÓA VÀ CÁC CHÍNH SÁCH KINH TẾ VĨ MÔ KHÁC NÊN ĐÃ KIỂM SOÁT ĐƯỢC LẠM PHÁT THEO MỤC TIÊU, HỖ TRỢ TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ, GIỮ ỔN ĐỊNH THỊ TRƯỜNG TIỀN TỆ VÀ NGOẠI HỐI, TRONG ĐÓ THỊ TRƯỜNG TÍN DỤNG LÀ MỘT BỨC TRANH SÁNG MÀU RÕ NÉT NHẤT TRÊN THỊ TRƯỜNG TÀI CHÍNH VIỆT NAM.

Theo Tổng cục Thống kê, tổng sản phẩm trong nước (GDP) quý II/2019 ước tính tăng 6,71% so với cùng kỳ năm trước, trong đó khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 2,19%; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 9,14% và khu vực dịch vụ tăng 6,85%.

Hỗ trợ tốt cho phát triển kinh tế

Bằng việc triển khai nhiều giải pháp điều hành đồng bộ, thị trường tín dụng trong nền kinh tế đã tăng trưởng theo hướng hiệu quả và phù hợp ngay từ đầu năm. Cơ cấu tín dụng được kiểm soát chặt chẽ, trong đó tín dụng tập trung chủ yếu vào các lĩnh vực sản xuất, kinh doanh, các lĩnh vực ưu tiên. Đối với các lĩnh vực tiềm ẩn rủi ro, như tín dụng cho các dự án bất động sản, BOT, BT giao thông đã được khống chế trần và kiểm soát chặt chẽ điều kiện khả thi đối với cả Ngân hàng và từng dự án cụ thể.

Với các giải pháp nói trên, số liệu từ NHNN đã cho thấy, tính đến hết tháng 6/2019, dư nợ tín dụng đối với nền kinh tế tăng 7,33% so với cuối năm 2018. Bước sang tháng 8/2019 tổng dư nợ toàn nền kinh tế đã tăng trên 7,5% so với cuối năm 2018, đạt trên 7,6 triệu tỷ đồng. Nguồn vốn này đã đáp ứng kịp thời nhu cầu đầu tư sản xuất kinh doanh và các nhu cầu tiêu dùng của người dân. Mặt bằng lãi suất từ đầu năm đến nay cơ bản tiếp tục ổn định và thấp hơn cùng kỳ năm 2018, lãi suất cho vay của các Tổ chức tín dụng (TCTD) hiện nay chỉ phổ biến trong khoảng từ 6 đến 9%/năm đối với ngắn hạn, và 9 đến 11%/năm đối với trung - dài hạn. Nhờ đó, dư nợ cho vay phục vụ tiêu dùng tăng 8,14%, chiếm 20,09% tổng dư nợ (cùng kỳ năm 2018 tăng 8,88%, chiếm 17,71%). NHNN đã chỉ đạo các TCTD phải đẩy mạnh triển khai các giải pháp tháo gỡ khó khăn, tạo điều kiện thuận lợi về thủ tục cho các doanh nghiệp và người dân tiếp cận vốn, chống tín dụng đen. Ngành ngân hàng tiếp tục mở rộng chương trình kết nối Ngân hàng - Doanh nghiệp, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp tiếp cận vốn tín dụng; Thực hiện các giải pháp để đơn giản hóa thủ tục hành chính, cắt giảm chi phí, tiếp tục hạ lãi suất cho người vay.

Hầu hết các Ngân hàng khác cũng đều hướng vào nhu cầu hiệu quả của bên vay để phát triển tín dụng theo cơ chế kiểm soát được. Đến cuối tháng 6/2019, tín dụng cho lĩnh vực công nghiệp xây dựng tăng 6,43%, tín dụng đối với ngành thương mại dịch vụ tăng 7,3%, ngành nông lâm nghiệp thủy sản tăng 4%. Đối với các lĩnh vực ưu tiên: dư nợ cho vay xuất khẩu tăng 15,5%; doanh nghiệp vừa và nhỏ tăng 6,03%; lĩnh vực doanh nghiệp ứng dụng công nghệ cao tăng 7,53% (năm 2018 giảm 2,2%, chiếm 0,36%); nông nghiệp, nông thôn tăng 5,8%; công nghiệp hỗ trợ tăng 5,81%.

Song song với việc phát triển cho vay sản xuất kinh doanh vào lĩnh vực ưu tiên, tín dụng trong lĩnh vực bất động sản và các lĩnh vực tiềm ẩn rủi ro khác tiếp tục bị kiểm soát. Trong đó, tín dụng cho vay bất động sản đã được dịch chuyển theo hướng giảm dần tỷ trọng cấp tín dụng kinh doanh bất động sản, tăng dần tỷ trọng dư nợ tín dụng tiêu dùng bất động sản, đáp ứng nhu cầu thực của người dân. Số liệu từ Vụ Tín dụng các ngành kinh tế cho biết, đến cuối tháng 6/2019, dư nợ tín dụng đối với lĩnh vực bất động sản đạt gần 1,4 triệu tỷ đồng, tăng 6,5% so với cuối năm 2018, trong đó: tín dụng kinh doanh bất động sản còn 473,7 nghìn tỷ đồng, chỉ tăng 2,5%, tín dụng tiêu dùng bất động sản đạt 919,6 nghìn tỷ đồng, tăng 9,4% so với năm 2018.

Tính đến hết quí II/2019 đã có hơn 10 ngân hàng lần lượt công bố kết quả kinh doanh quý 2 và 6 tháng đầu năm 2019. Đánh giá chung là lợi nhuận của ngân hàng vẫn tăng trưởng khả quan nhờ dư nợ cho vay tăng tích cực và căn bản kiểm soát được nợ xấu. Trong đó: Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank) hiện dẫn đầu khối ngân hàng thương mại, với lợi nhuận hợp nhất trước thuế lên tới 11.045 tỉ đồng, tăng 43,1% so với cùng kỳ 2018 và hoàn thành 55% chỉ tiêu lợi nhuận cả năm. Dư nợ cho vay khách hàng tới 30/6/2019 lên đến 697,420 ngàn tỉ đồng, trong đó

Thành công cả về chất và lượng trên thị trường tín dụng những tháng đầu năm 2019 là một mảng sáng về cơ chế điều hành đáp ứng nhu cầu thực của doanh nghiệp và người dân hơn là nhu cầu đẩy vốn vào nền kinh tế để hy vọng kiếm tìm lợi nhuận.

chủ yếu là cho vay tổ chức kinh tế và cá nhân trong nước. Tỉ lệ nợ xấu kiểm soát ở mức 1,01%, tương ứng hơn 7.036 tỉ đồng.

Các hoạt động hiệu quả của thị tường tín dụng nói trên đã góp phần tích cực vào thành tựu phát triển chung của nền kinh tế trong những tháng từ đầu năm đến nay. Theo Tổng cục Thống kê, tổng sản phẩm trong nước (GDP) quý II/2019 ước tính tăng 6,71% so với cùng kỳ năm trước, trong đó khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 2,19%; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 9,14% và khu vực dịch vụ tăng 6,85%. GDP 6 tháng đầu năm 2019 tăng 6,76%, tuy thấp hơn mức tăng của 6 tháng đầu năm 2018 nhưng cao hơn mức tăng của 6 tháng các năm từ 2011 đến 2017, chỉ số giá tiêu dùng CPI bình quân 6 tháng đầu năm 2019 chỉ tăng 2,64% so cùng kỳ năm 2018... những con số đó đã khẳng định tính kịp thời và hiệu quả của các nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu được Chính phủ ban hành để thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế-xã hội năm 2019 trong bối cảnh cuộc chiến thương mại thế giới đang có nhiều nhân tố bất lợi cho kinh tế nước ta.

Những tháng cuối năm - Tập trung vào chất lượng và hiệu quả đồng vốn

Chúng ta biết rằng ngay từ đầu năm 2019, NHNN đã đưa ra định hướng chỉ tiêu tăng trưởng tín dụng năm 2019 dự kiến là 14% và điều hành theo phương châm mở rộng tín dụng đi đôi với an toàn, hiệu quả. NHNN đảm bảo mục tiêu tập trung vốn vào các lĩnh vực sản xuất kinh doanh và các lĩnh vực ưu tiên, kiểm soát tín dụng vào các lĩnh vực tiềm ẩn rủi ro. Đến giữa tháng 7/2019, tín dụng đã tăng 7,33% so với cuối năm 2018, theo kế hoạch và cơ chế kiểm soát phát triển thị trường tín dụng thì từ thời điểm giữa tháng 7/2019 đến cuối năm còn dư địa tăng 6,7%.

Tuy nhiên nửa cuối năm có thể nhu cầu tín dụng tăng nhiều hơn, nhưng nhiều ngân hàng đã tranh thủ khai thác "room" từ đầu năm nên vấn đề của tín dụng đến cuối năm căn bản phải là sử dụng và tạo hiệu quả vốn vay hơn là tăng trưởng về lượng cho vay. Đây cũng là chiến lược của cơ chế điều hành tín dụng đúng địa chỉ, đúng thời cơ, tạo hiệu quả sử dụng vốn của bên vay đảm bảo an toàn hệ thống, giảm rủi ro hơn là gia tăng dư nợ song song với gia tăng rủi ro và lạm phát. Những ngân hàng nào đạt chuẩn an toàn theo Basel II về đáp ứng chỉ tiêu an toàn vốn có thể được NHNN ưu tiên về chỉ tiêu "room" tín dụng trong nửa cuối năm, ngân hàng nào không đạt chuẩn chắc chắn sẽ bị cắt giảm "room", thậm chí phải dừng cho vay.

Từ đầu năm, NHNN đã cấp chỉ tiêu tăng trưởng tín dụng cho từng TCTD, phổ biến từ 7 - 13%. Đến hết 6 tháng đầu năm, nhiều ngân hàng đã tăng trưởng tín dụng đạt quá nửa chỉ tiêu hoặc dùng gần hết "room" được giao. Trong 2 quý cuối năm thì quý IV sẽ tăng mạnh nhất thường là khoảng 5%. Quý này, các doanh nghiệp cần vốn cho sản xuất đáp ứng cầu hàng hóa tăng mạnh theo qui luật, nếu tín dụng bị ngưng thì doanh nghiệp sẽ gặp khó khăn. Vì vậy thông thường đến cuối quý III, NHNN căn cứ các yếu tố kinh tế vĩ mô và năng lực an toàn cụ thể của từng TCTD để xem xét điều chỉnh hạn mức tín dụng nếu lạm phát vẫn dưới 4%.

Năm 2019, NHNN đặt mục tiêu tăng trưởng tín dụng toàn ngành ở mức 14%. Theo định mức này, những tháng còn lại của năm sẽ còn "room" xung quanh 5% nữa, trong đó phần lớn sẽ rơi vào quí IV. Vấn đề của thị trường tín dụng sẽ căn bản là chất lượng: Vốn phải đến đúng với năng lực sử dụng về thời gian, thời cơ và địa chỉ có chương trình hiệu quả cụ thể để đáp ứng nhu cầu tăng trưởng kinh tế nhưng phải giữ ổn định vĩ mô. NHNN sẽ tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát đối với các TCTD có tốc độ tăng trưởng tín dụng bất bình thường. Chống tăng tín dụng kèm tăng rủi ro và lạm phát.

Liên quan đến thị trường tín dụng những tháng cuối năm, ngoài những thuận lợi, còn bao gồm nhiều khó khăn trong việc đảm bảo an toàn chất lượng sử dụng vốn của khách hàng, đó là: sản xuất nông nghiệp bị tác động tiêu cực bởi thiên tai thường dồn dập vào mùa mưa bão quý 3 kéo theo dịch bệnh, thị trường tiêu thụ nông sản thiếu ổn định; tín dụng đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ còn thiếu giải pháp chính sách về cách xác định vốn điều lệ của Quỹ bảo lãnh khi thực hiện chuyển đổi mô hình.

Những nhân tố nói trên diễn ra đồng thời với môi trường kinh tế quốc tế bất thuận bởi các cuộc chiến thương mại nên sẽ xuất hiện thêm những cản trở cho sự phát triển bình thường của thị trường tín dụng trong các tháng còn lại của năm 2019. Vì vậy, việc kiểm soát thị trường tín dụng càng phải lấy hiệu quả làm trọng hơn là phát triển về số lượng.

Tóm lại, thành công cả về chất và lượng trên thị trường tín dụng những tháng đầu năm 2019 là một mảng sáng về cơ chế điều hành đáp ứng nhu cầu thực của doanh nghiệp và người dân hơn là nhu cầu đẩy vốn vào nền kinh tế để hy vọng kiếm tìm lợi nhuận. Với quan điểm chính sách và tổ chức phát triển vốn như vậy nên cả Ngân hàng và khách hàng đều gặp nhau ở hiệu quả sử dụng vốn trên thị trường tín dụng những tháng qua. Trong những tháng còn lại của năm 2019, thị trường tín dụng Việt Nam dù đối diện với nhiều khó khăn hơn song vẫn sẽ vận động theo hướng cả bên vay và bên cho vay sẽ gặp nhau ở hiệu quả sử dụng vốn vay hơn là tăng về lượng dư nợ!

Ưu đãi hoàn tiện tại Zara cho chủ thẻ Vietcombank Cashplus Platinum American Express

Thời gian: Từ 01/05 - 31/12/2019.

Vào ngày thứ 6,7: Hoàn 30% giá trị giao dịch, áp dụng cho giao dịch có giá trị tối thiểu từ 03 triệu đồng chi tiêu tại hệ thống cửa hàng Zara tại Việt Nam, hoàn tối đa 02 triệu đồng/ giai đoạn trả thưởng.

Các ngày còn lại trong tuần: Hoàn 15% giá trị giao dịch, áp dụng cho giao dịch có giá trị tối thiểu từ 03 triệu đồng chi tiêu tại hệ thống cửa hàng Zara tại Việt Nam, hoàn tối đa 02 triệu đồng/giai đoạn trả thưởng.

Chương trình khuyến mại Kích hoạt thẻ ghi nợ quốc tế Vietcombank năm 2019

Thời gian: 16/5/2019 - 31/5/2020.

Chương trình dành cho khách hàng mới, phát hành lần đầu thẻ ghi nợ Vietcombank trong khoảng thời gian từ 1/1/2019 - 31/12/2019 và phát sinh giao dịch chi tiêu tối thiểu 1 triệu đồng trong vòng 3 tháng đầu từ khi phát hành. Theo đó, khách hàng sẽ được hoàn 100.000 đồng vào tài khoản thanh toán VNĐ còn hoạt động.

Số lượng ưu đãi có hạn, chương trình chỉ áp dụng cho khách hàng nhận được đề xuất ưu đãi của Vietcombank (qua Email/ SMS) và có tài khoản thanh toán VNĐ còn hoạt động tại thời điểm Vietcombank gửi đề xuất ưu đãi/ trả thưởng.

Chi tiết tại website www.vietcombank.com.vn.

Mở thẻ đẳng cấp, tặng ngàn dặm bay

Thời gian: Từ 02/07 - 31/10/2019

Tặng 1 cặp voucher vào Phòng chờ Bông Sen Vàng (bao gồm 1 voucher phòng chờ quốc tế và 1 voucher vào phòng chờ nội địa) cho khách hàng mở thẻ Vietcombank Vietnam Airlines Platinum American Express thành công; Tặng 12.000 dặm thưởng Bông Sen Vàng cho khách hàng mở thẻ Vietcombank Vietnam Airlines Platinum American Express và chi tiêu thẻ đạt từ 20 triệu đồng trong vòng 60 ngày kể từ ngày phát hành thẻ.

Chi tiết liên hệ các địa điểm giao dịch của Vietcombank trên toàn quốc hoặc Trung tâm Hỗ trợ khách hàng 24/07: 1900.54.54.13.

DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG ƯU TIÊN

DẤU ẤN MỚI CỦA VIETCOMBANK!

KHÔNG NẰM NGOÀI XU THẾ TRONG VIỆC TẬP TRUNG CHĂM SÓC PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG CAO CẤP TRONG LĨNH VỰC TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG, NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM (VIETCOMBANK) RA MẮT DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG ƯU TIÊN (VIETCOMBANK PRIORITY) VỚI SẢN PHẨM CHUYÊN BIỆT, DỊCH VỤ ĐẲNG CẤP VÀ ƯU ĐÃI ĐẶC QUYỀN VƯỢT TRỘI DÀNH RIÊNG CHO NHÓM KHÁCH HÀNG VIP.

Với sự nỗ lực không ngừng trong việc đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ và ứng dụng công nghệ hiện đại trong lĩnh vực ngân hàng bán lẻ, dịch vụ Khách hàng Ưu tiên của Vietcombank hướng tới mục tiêu đem lại những trải nghiệm ngân hàng đẳng cấp nhất dành riêng cho nhóm khách hàng VIP với sản phẩm dịch vụ ngân hàng chuyên biệt và chất lượng phục vụ chuyên nghiệp của Vietcombank. Vietcombank tự tin khẳng định dịch vụ mới sẽ mang đến những giá trị tốt nhất tới các khách hàng đã luôn ủng hộ và đồng hành với Vietcombank trong suốt thời gian qua cũng như các khách hàng tiềm năng của Vietcombank.

Những chính sách vượt trội khách hàng được hưởng khi sử dụng dịch vụ Khách hàng Ưu tiên liên tục được Vietcombank hoàn thiện. Có thể kể đến trước hết là không gian giao dịch sang trọng, riêng tư và đẳng cấp đang được tiếp tục mở rộng tại các điểm giao dịch trải dài khắp cả nước. Tại đó, khi đến giao dịch, khách hàng được hỗ trợ với các bước thủ tục tối giản giúp giảm thiểu thời gian chờ đợi. Đội ngũ chuyên viên chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp của Vietcombank - những người giàu kinh nghiệm với kiến thức chuyên sâu sẽ trực tiếp phục vụ và đáp ứng các yêu cầu tài chính của khách hàng. Là hội viên Vietcombank Priority, bạn cũng được hỗ trợ dịch vụ qua hotline riêng 24/7 và hoàn toàn miễn phí theo đầu số 1800 1565 với đội ngũ tổng đài viên chuyên nghiệp, am hiểu về sản phẩm dịch vụ.

Phần cốt lõi của những ưu đãi mà Vietcombank dành tặng cho Khách hàng Ưu tiên chính là các sản phẩm tiền gửi, tiền vay hay dịch vụ ngân hàng được thiết kế riêng với lãi suất và mức phí ưu đãi, hấp dẫn vượt trội; hay trong lĩnh vực đầu tư, khách hàng có thể hoàn toàn yên tâm với sản phẩm Đầu tư quỹ, Ủy thác vốn do đội ngũ chuyên gia tư vấn đầu tư tài chính thiết kế riêng cung cấp. Đặc biệt, khi là Khách hàng Ưu tiên của Vietcombank, bạn cũng sẽ trở thành chủ nhân tấm thẻ tín dụng Vietcombank Visa Signature - sản phẩm cao cấp nhất trong các sản phẩm thẻ tín dụng trên thị trường với nhiều dịch vụ đẳng cấp và ưu đãi đặc quyền vượt trội.

Với thẻ Vietcombank Visa Signature, khách hàng còn được trải nghiệm sản phẩm và dịch vụ đẳng cấp nhất, như Quyền sử dụng phòng chờ VIP không giới hạn số lượt sử dụng, không cần đặt trước tại các sân bay quốc tế trên toàn cầu; các ưu đãi tại nhà hàng khách sạn sang trọng, câu lạc bộ Golf đẳng cấp...

Với việc ra mắt dịch vụ Khách hàng Ưu tiên, Vietcombank hoàn toàn tự tin cung cấp các sản phẩm dịch vụ cho khách hàng cao cấp, khẳng định vị thế của mình trong việc phát triển sản phẩm dịch vụ đa dạng và toàn diện.

Điều gì hấp dẫn ở thẻ

VIETCOMBANK VISA SIGNATURE?

NGAY TỪ KHI RA MẮT, THẺ VIETCOMBANK VISA SIGNATURE ĐÃ MANG ĐẾN NHỮNG DẤU ẤN ĐẶC BIỆT CHO KHÁCH HÀNG VIETCOMBANK PRIORITY. VẬY ĐIỀU GÌ ĐÃ LÀM NÊN SỰ KHÁC BIỆT VÀ SỨC HẤP DẪN RIÊNG Ở THẺ VIETCOMBANK VISA SIGNATURE?

Nhóm khách hàng cao cấp (hay còn gọi là khách hàng VIP) luôn là mục tiêu chăm sóc quan trọng của các doanh nghiệp bởi phân khúc khách hàng này tuy chỉ chiếm số lượng nhỏ nhưng mang lại tỷ trọng doanh thu và lợi nhuận lớn. Phát hành thẻ VIP định danh khách hàng kèm theo nhiều ưu đãi hấp dẫn nhằm tạo sự gắn bó và giữ chân khách hàng đã trở thành xu thế của thị trường. Đặc biệt đối với dịch vụ ngân hàng, thẻ khách hàng VIP không chỉ đơn thuần là tấm thẻ định danh khách hàng, mà còn là tấm thẻ thanh toán tiện ích đi kèm với nhiều ưu đãi đặc quyền chỉ dành riêng cho khách hàng cao cấp.

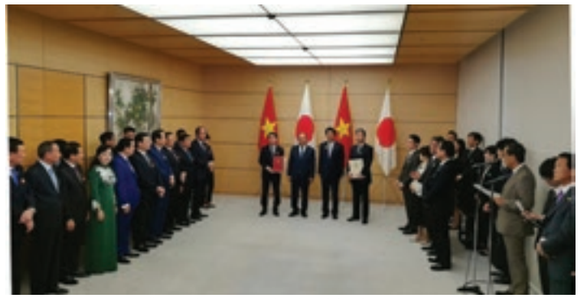
Đầu năm 2019, Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank) chính thức ra mắt dịch vụ Khách hàng Ưu tiên Vietcombank Priority và thẻ Vietcombank Visa Signature dành riêng cho nhóm khách hàng này. Ngay từ khi ra mắt, thẻ Vietcombank Visa Signature đã mang đến những dấu ấn đặc biệt cho nhóm khách hàng Priority. Vậy điều gì đã làm nên sự khác biệt và sức hấp dẫn riêng ở thẻ Vietcombank Visa Signature?

Ngoài việc sử dụng như tấm thẻ định danh khách hàng ưu tiên tại các điểm giao dịch của Vietcombank, thẻ Vietcombank Visa Signature mang những tính năng ưu đãi đặc quyền vượt trội dành riêng cho khách hàng Priority như: quyền vào phòng chờ VIP tại các sân bay trên toàn cầu không giới hạn số lần sử dụng, hoàn tiền lên đến 10% tại một số đơn vị đặc biệt, ưu đãi về dịch vụ golf, quyền lợi bảo hiểm du lịch toàn cầu lên đến 10.5 tỷ đồng/người hay 21 tỷ đồng/gia đình,...

Đặc biệt hơn, Vietcombank đã xây dựng cho thẻ Visa Signature tính năng ưu đãi vượt trội về ẩm thực tại một số nhà hàng sang trọng, đẳng cấp 5* tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, đáp ứng nhu cầu của khách hàng cao cấp trong cuộc sống hiện đại đối với loại hình thưởng thức đặc biệt đã được nâng tầm để trở thành văn hóa. Có thể kể đến một số nhà hàng như Akira Back - J.W Marriott, La Table Du Chef, Oven D'or, Ming - Pan Pacific Hotel,... ở Hà Nội và Prime XXI - Deutsches Haus, Basta Hiro, LAI - SedonaSuites,.... ở TP. Hồ Chí Minh. Tại các nhà hàng này, chủ thẻ Vietcombank Visa Signature được giảm trực tiếp 50% hóa đơn, tối đa 2 triệu đồng/lần sử dụng. Nhằm đảm bảo việc phục vụ khách hàng, Vietcombank có riêng một đơn vị để vận hành chương trình ưu đãi giảm giá cho khách hàng, đồng thời hỗ trợ khách hàng đặt chỗ 24/7.

Ngoài ra, theo chương trình Ưu đãi ẩm thực dành cho dòng thẻ cao cấp của Tổ chức thẻ Quốc tế Visa, khách hàng còn được hưởng đặc quyền tặng 02 món chính khi dùng bữa từ 02 người trở lên tại hàng chục nhà hàng sang trọng tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh.

Không chỉ tràn ngập ưu đãi trong các dịch vụ giúp khách hàng tận hưởng cuộc sống, thẻ Vietcombank Visa Signature còn mang đến sự an tâm tuyệt đối cho khách hàng với sự chăm sóc sức khỏe dành cho khách hàng cùng tất cả các thành viên trong gia đình bằng sản phẩm Bảo an toàn gia, dịch vụ Bảo lãnh viện phí hay dịch vụ Hỗ trợ tư vấn y tế toàn cầu.



Ông Nghiêm Xuân Thành - Chủ tịch HĐQT Vietcombank (bên trái) và ông Kazuhiko Amakawa - Tổng Giám đốc điều hành JBIC (bên phải) thực hiện nghi thức trang trọng tại Lễ trao văn kiện trước sự chứng kiến của Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc và Thủ tướng Nhật Bản Shinzo Abe

Vietcombank và JBIC trao đổi văn kiện hợp đồng tín dụng 200 triệu USD hỗ trợ dự án năng lượng tái tạo

Vừa qua, tại Nhật Bản, đã diễn ra Lễ trao văn kiện hợp đồng tín dụng trị giá 200 triệu USD tài trợ các Dự án năng lượng tái tạo (năng lượng xanh, bảo vệ môi trường) giữa Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank) và Ngân hàng Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JBIC). Đây là sự kiện quan trọng mang tầm quốc gia diễn ra ngay trước Hội nghị cấp cao của chính phủ hai nước Việt Nam và Nhật Bản dưới sự chứng kiến của Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc và Thủ tướng Nhật Bản Shinzo Abe. Ông Nghiêm Xuân Thành - Chủ tịch HĐQT Vietcombank và ông Kazuhiko Amakawa - Tổng Giám đốc điều hành JBIC đã thực hiện nghi thức trang trọng tại Lễ trao văn kiện.

Hợp đồng tín dụng giữa Vietcombank và JBIC không chỉ có ý nghĩa hợp tác giữa hai định chế tài chính hàng đầu của hai nước mà còn là biểu tượng cho hợp tác giữa Việt Nam và Nhật Bản nhằm góp phần phát triển kinh tế - xã hội bền vững, bảo vệ môi trường, nâng cao hình ảnh của Việt Nam như một điểm đến đầu tư uy tín, an toàn và thân thiện, qua đó góp phần tiếp tục đưa quan hệ hợp tác giữa Việt Nam và Nhật Bản lên tầm cao mới.

Vietcombank nhận giải thưởng "Ngân hàng tốt nhất Việt Nam" của Euromoney

Vừa qua, Tạp chí Euromoney đã tổ chức Lễ trao giải thưởng "Ngân hàng tốt nhất năm 2019", Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank) vinh dự là ngân hàng duy nhất của Việt Nam được tạp chí Euromoney mời tham dự Lễ trao giải và nhận giải thưởng "Ngân hàng tốt nhất Việt Nam năm 2019". Đây là lần thứ 5 Vietcombank nhận được giải thưởng này từ Euromoney.

Giải thưởng (Awards for Excellence) do Tạp chí Euromoney bình chọn là hệ thống giải thưởng danh giá bậc nhất thế giới trong ngành tài chính ngân hàng, bao gồm trên 20 giải thưởng quốc tế và các giải thưởng "Ngân hàng tốt nhất" (Best Bank) trao cho các ngân hàng dẫn đầu tại 100 quốc gia trên thế giới. Giải thưởng "Ngân hàng tốt nhất Việt Nam" được trao cho một ngân hàng dẫn đầu tại Việt Nam hằng năm, dựa trên các yếu tố: khả năng phát triển bền vững, kết quả kinh doanh, quản lý rủi ro, công nghệ thông tin, chất lượng điều hành và những đóng góp cho thị trường tài chính ngân hàng nội địa.

Đại diện Vietcombank, bà Nguyễn Thị Kim Oanh – Phó Tổng Giám đốc (thứ 2 từ phải sang) và ông Nguyễn Tiến Đạt – Phó Trưởng phòng Kế hoạch Trụ sở chính (thứ 2 từ trái sang) nhận giải thưởng "Ngân hàng tốt nhất Việt Nam" năm 2019 do tạp chí Euromoney trao tặng

Vietcombank - ngân hàng Việt Nam duy nhất lọt Top 100 doanh nghiệp quyền lực nhất trong bảng xếp hạng của Nikkei

Tạp chí Nikkei vừa công bố Bảng xếp hạng Asia300, cung cấp cái nhìn tổng quan về những doanh nghiệp đang hướng tới việc trở thành lực lượng thống trị trong thế kỷ 21. Lựa chọn của Nikkei dựa trên vốn hóa thị trường, tiềm năng tăng trưởng và cân bằng địa lý. 5 đại diện của Việt Nam gồm: Vietcombank, FPT, PetroVietnam, Vinamilk và Vingroup có mặt trong danh sách Asia300 của Nikkei.

Nikkei đồng thời cũng công bố top 100 doanh nghiệp quyền lực nhất trong bảng xếp hạng này và có xếp thứ hạng. Ngoài xếp hạng tổng thể, danh sách này còn phân tích 5 chỉ số đã sử dụng để tính toán các bảng xếp hạng - tăng trưởng trung bình 5 năm về doanh thu và lợi nhuận ròng, lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu, tỷ suất lợi nhuận ròng và tỷ lệ của các cổ đông vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản. Ba doanh nghiệp Việt Nam lọt top 100 là Vinamilk - đứng vị trí thứ 25, Vietcombank - đứng thứ 54 và PetroVietnam, xếp thứ 84.

The Asia300 Power Performers: Top 100

By overall standing, with ranking for each criteria

	COMPANY	SECTOR	REVENUE GROWTH	NET PROFIT GROWTH	NET PROFIT MARGIN	ROE	EQUITY RATIO
50	Swire Pacific (China/Hong Kong)	Conglomerate	96	91	30	199	59
51	Spring Airlines (China/Hong Kong)	Airline	64	75	125	111	102
52	Dabur India (India)	Consumer products	202	114	87	29	46
53	Formosa Plastics (Taiwan)	Chemicals	247	49	30	108	32
54	Commercial Bank for Foreign Trade of Vietnam (Vietcombank) (Vietnam)	Finance	43	21	71	42	103
55	Singapore Exchange (Singapore)	Financial exchange	207	187	12	14	93
56	Bank Central Asia (Indonesia)	Finance	78	85	99	68	262
57	Kalbe Farma (Indonesia)	Pharmaceuticals	168	152	132	73	6
58	Adaro Energy (Indonesia)	Coal	122	85	134	136	93
59	Indorama Ventures (Thailand)	Chemicals	193	4	167	87	190
60	Hindustan Unilever (India)	Daily products	183	118	98	2	147

NỘI THẤT *NHỮNG SẮC MÀU KHÔNG GIAN*

Sinh thái & tối giản:

Tất yếu cho cuộc sống hiện đại

BÀI: HOÀI DIỆP – ĐĂNG BÙI

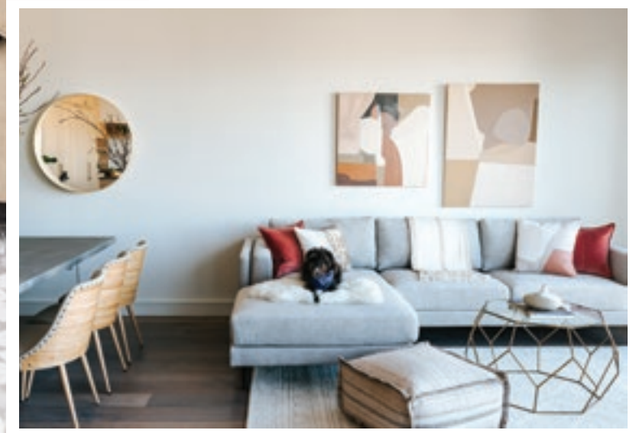
THOẠT NGHE, HAI TRÀO LƯU KIẾN TRÚC VÀ NỘI THẤT NÀY DƯỜNG NHƯ KHÔNG CÓ BẤT KỲ ĐIỂM CHUNG NÀO. TUY NHIÊN, CẢ TỐI GIẢN VÀ SINH THÁI ĐỀU KHUYẾN KHÍCH CHÚNG TA HẠN CHẾ CHẠY THEO CHỦ NGHĨA TIÊU THỤ, BIẾT HÀI LÒNG VỚI NHỮNG NHU CẦU THIẾT YẾU, ƯU TIÊN KHÔNG GIAN MỞ, THÔNG THOÁNG VÀ GẦN GŨI VỚI THIÊN NHIÊN...

Sự tương đồng của hai trào lưu này nhiều hơn chúng ta nghĩ. Những người truy cầu vẻ đẹp của chủ nghĩa tối giản hay hướng đến môi trường bằng những không gian sinh thái đều đưa ra nhiều lời khuyên giống nhau, như dũng cảm loại bỏ bớt đồ đạc cũ và không cần thiết, bố trí nhiều cửa sổ, tận dụng ánh sáng tự nhiên, giúp "khí" trong nhà lưu thông, qua đó tạo ra nguồn năng lượng tích cực...

Kiến trúc sinh thái: hướng tới sự bền vững

Cho dù các phong cách thay đổi thế nào theo từng năm thì riêng kiến trúc sinh thái và kiến trúc xanh vẫn luôn được quan tâm yêu thích và được theo đuổi nhiều nhất trong khoảng một thập niên trở lại đây, nhất là khi cả thế giới đang phải đối mặt với những hiểm họa về môi trường do ô nhiễm cũng như tình trạng biến đổi khí hậu.

Vì sao một căn nhà với những ô cửa sổ lớn tận dụng được nhiều ánh sáng trời cũng đã được xem là mang tinh thần sinh thái? Bởi đơn giản, chủ nhà sẽ không phải bật thêm đèn vào ban ngày, qua đó tiết kiệm điện năng tiêu thụ. Vận dụng phương pháp xây dựng tiêu tốn ít năng lượng, sử dụng cây xanh trong nội thất, che nắng, chống nóng (ở các nước nhiệt đới), bố trí sân, cửa sổ trời để tạo độ



thoáng, thông gió tự nhiên. Đó là sử dụng các loại vật liệu như đá, gỗ, mây tre đan, gạch mộc trong thiết kế và nội thất, vừa thân thiện môi trường vừa chống nóng tự nhiên tốt hơn các loại vật liệu nhân tạo khác. Kính chỉ nên dùng cho các cánh cửa sổ và những ô lấy sáng nhất định, không nên xây cả một bức tường kính. Đây là những yếu tố có tính sinh thái hoàn toàn áp dụng được, tùy theo mức độ nhiều ít vào các không gian sống trong đô thị hiện đại.

Nằm trong trào lưu kiến trúc sinh thái, việc đưa cây xanh vào không gian như một điểm nhấn nội và ngoại thất đang bùng nổ ở khắp nơi, trong đó có cả Việt Nam. Dựng cả một khu vườn trên tường giờ đây cũng không phải chuyện quá khó khăn, nhưng gia chủ sẽ phải nhờ đến sự can thiệp của các công ty chuyên về lĩnh vực này. Mang cây cảnh vào nhà dễ dàng hơn nhiều, tuy nhiên, nên lưu ý, ngoài sở thích cá nhân, ngoài yếu tố thẩm mỹ, cây xanh trong nhà cũng nên có những công dụng nhất định và phải tuân theo cả các quy tắc về phong thủy nữa. Theo các kỹ sư của NASA (Cơ quan hàng không vũ trụ Mỹ), cây xanh chính là vũ khí hữu hiệu nhất trong việc chống lại mức độ gia tăng ô nhiễm không khí. Nếu chọn đúng chủng loại, chúng có thể hấp thụ tới 85% các chất độc gây hại cho sức khỏe, bao gồm: formaldehyde - ở trong đồ nội thất như thảm, giường, sofa, đồ dùng bằng nhựa; trichloroethylene - ở trong sơn, sơn mài, vải, chất tẩy rửa; benzen - ở trong sơn, sơn mài, sơn dầu, xà phòng lỏng, cao su, thuốc lá. Các chất này là tác

nhân gây ra dị ứng, kích ứng niêm mạc, bệnh suyễn, bạch cầu, khó thở, co giật, ảnh hưởng rất xấu đến gan và thận.

Những loại cây được NASA "hết sức" khuyên dùng và có thể dễ dàng mua ở Việt Nam bao gồm hồng môn, hoa đồng tiền, dây nhện, thường xuân, dương xỉ, cọ tre, ngũ gia bì, thiết mộc lan, hoa cúc, lan Ý, trúc Quan Âm. Tất cả đều thuộc nhóm cây nội thất, thu khí CO2 về đêm và nhả khí oxy, giúp làm tăng dưỡng khí, điều tiết và làm sạch không khí trong phòng. Những loại cây này cũng khá thuận theo phong thủy, đầu tiên ở mặt kích thước. Cây nội thất nên có cỡ nhỏ, tối đa là cỡ trung, nếu to quá sẽ ảnh hưởng tầm nhìn, lâu ngày khiến người sống trong nhà dễ nảy sinh cảm giác ức chế, bực dọc dẫn đến tính khí thay đổi thất thường.

Một trong những vấn đề chính của nhà Việt Nam trong việc giải quyết vấn đề sinh thái là sự ngăn cách quá rõ ràng giữa bên trong và bên ngoài nhà. Ngày nay, sự ngăn cách đó hầu như không còn tồn tại, nhưng nó cũng cần thể hiện được tính ưu việt: mùa Đông vẫn ấm và mùa Hè vẫn mát. Khái niệm cách ly nhiệt độ thực ra rất đơn giản: nó đòi hỏi có luồng không khí lưu thông bên trong bức tường ngoài cùng hay mái nhà. Trong trường hợp này, việc tạo ra một khoảng rỗng giữa bức tường, mái nhà với lớp vật liệu che phủ bên ngoài là vô cùng cần thiết. Khoảng rỗng này sẽ điều chỉnh sự chênh lệch nhiệt độ giữa bên trong và bên ngoài nhà. Phương pháp tạo khoảng rỗng này rất phổ biến ở châu Âu vì nó hạn chế được sự gia tăng nhiệt độ trong nhà. Một vài kiểu nhà Việt truyền thống cũng sử dụng

Nằm trong trào lưu kiến trúc sinh thái, việc đưa cây xanh vào không gian như một điểm nhấn nội và ngoại thất đang bùng nổ ở khắp nơi, trong đó có cả Việt Nam.

phương pháp này bằng cách lợp mái hai lớp với một khoảng trống ở giữa.

Hãy nhìn lại các căn nhà ống từ thế kỷ 19 còn sót lại ở Hà Nội – tất cả đều tuân thủ các quy tắc sinh thái tốt đến kinh ngạc. Chúng được làm chủ yếu từ gỗ, gạch và tre, thường chỉ có hai tầng và được xây theo kiểu mở rộng dần dần. Ban đầu chỉ có một khối nhà, trổ cửa ra mặt phố, đa số là sử dụng làm cửa hàng. Tiếp theo, một khối nhà khác

mọc lên ở phía đằng sau. Giữa hai khối nhà bao giờ cũng là một khoảng không gian mở, thường là một mảnh sân nhỏ, nhằm lấy ánh sáng và giúp lưu thông không khí.

Đáng tiếc là nhà ống đô thị ở Việt Nam hiện nay hầu như không giữ được ưu điểm như trước. Chúng thường có những nhược điểm thấy rõ là thiếu ánh sáng và khí trời một cách nghiêm trọng với những hậu quả bao gồm: không khí trong nhà bị ô nhiễm, độ ẩm tăng cao (do sự lưu thông không khí sạch - ô nhiễm diễn ra không tự nhiên, không liên tục), số lượng quạt và điều hoà cũng phải nhiều lên, thiếu sáng nên số lượng bóng đèn phải gia tăng, thường xuyên phải bật đèn, kể cả ban ngày, dẫn đến lượng điện tiêu thụ lớn. Rõ ràng là nhà ống hiện đại xấu hơn nhà ống truyền thống, ở không thoải mái bằng mà chi phí lại cao hơn hẳn.

Trong trường hợp này, giải pháp mang tính sinh thái sẽ được các kiến trúc sư nêu ra như sau:

Thiết kế một mảnh vườn nhỏ ở phía sau nhà. Điều này có nghĩa là căn bếp truyền thống sẽ mở ra một khoảng không nhỏ, với cây cối, hoa cỏ... Mảnh vườn này còn giúp làm bay mùi trong bếp. Cây cối sẽ giúp lọc bớt ánh sáng và hơi nóng. Mảnh vườn này cũng mang lại ánh sáng tự nhiên hợp lý cho căn phòng ngủ, đặc biệt trong trường hợp cả ngoại thất và nội thất đều quét sơn trắng. Màu trắng giúp tăng ánh sáng và giảm sự nóng bức. Nếu có thể, hãy che mảnh vườn bằng loại mái trong suốt, biến nó thành một căn phòng theo kiểu hiên nhà.

Thiết kế một khoảng sân nhỏ, lộ thiên ở giữa nhà. Khoảng sân này sẽ cung cấp thêm ánh sáng cho các căn phòng ở phía trong cũng như ở đằng trước (phòng ở đằng trước sẽ có hai nguồn sáng). Giải pháp này khá giống với hình thái nhà ống cổ điển, với hai khối nhà được ngăn cách bằng khoảng sân ở giữa.

Tuy nhiên, khoảng sân trong nhà ống hiện đại nên có mái trong để lấy ánh sáng mà vẫn đảm bảo được an toàn, mái hắt để lọc ánh sáng và giảm thiểu sức nóng. Khoảng sân này có thể cao, hoặc có 3 – 4 mức. Bên cạnh việc phân chia căn nhà, nó còn tạo thành những góc nhìn lý tưởng từ các phòng hoặc từ mặt sân, mang lại ấn tượng đặc biệt về không gian và phối cảnh. Nên đặt cây ở khoảng sân này để cung cấp thêm không khí sạch cho căn nhà. Ngoài ra còn một cách xử lý khác là sử dụng kiểu kiến trúc lệch tầng.

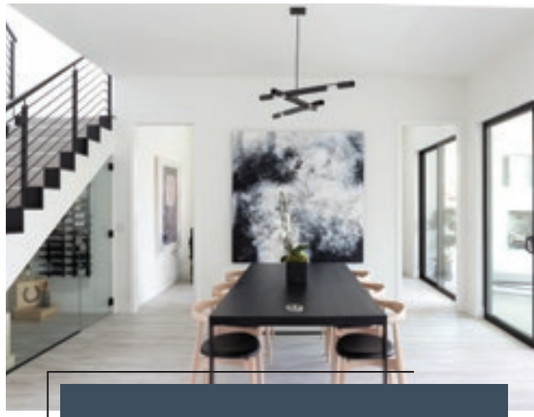
Hầu hết kiến trúc sư phương Tây nghiên cứu về nhà ống đô thị Việt Nam đều thống nhất một quan điểm, là gia chủ phải tạo ra nhiều khoảng không gian mở nếu muốn chất lượng cuộc sống được cải thiện, mang đến bầu không khí tích cực và thoải mái cho gia đình mình. Bổ sung những khoảng sân nhỏ hoặc một mảnh vườn, dù diện tích sử dụng có bị thu hẹp lại thì giá trị của căn nhà sẽ được nâng lên gấp bội. Số lượng phòng hay giá trị của đồ đạc không bao giờ phản ánh được chất lượng và sự sang trọng của cuộc sống, mà chỉ có bầu không khí trong lành và ánh sáng tự nhiên trong căn nhà mới làm được điều đó mà thôi.

Chủ nghĩa tối giản: khi ít là nhiều

Ra đời cuối thế kỷ 19, chủ nghĩa tối giản (minimalism) được coi như cách thể hiện tinh thần chống đối lối thiết kế phô trương, kiểu cách và rườm rà của những thời đại trước đó. Nói một cách ngắn gọn, nó đề cao việc giảm thiểu tối đa các chi tiết thừa, chỉ giữ lại những thành phần thật sự cần thiết và đáp ứng được yêu cầu về công năng lẫn thẩm mỹ. Bên cạnh đó, việc hạn chế sử dụng màu sắc cũng là một đặc trưng dễ nhận diện nhất của trào lưu này.

Với triết lý "less is more – ít là nhiều", các kiến trúc sư, các nhà thiết kế và trang trí nội thất đều tuân thủ một tinh thần chung đã được kiến trúc sư thiên tài người Đức Ludwig Mies van der Rohe nêu ra năm 1947, như sự thừa nhận chính thức về chủ nghĩa tối giản trong lĩnh vực này. Tác phẩm để đời của ông, tòa nhà Farnsword ở bang Illinois (Mỹ) được mô tả như đang "trôi nổi trên thảm cỏ, tạo nên mối quan hệ gần gũi, thân mật giữa người sống trong đó với thiên nhiên", đồng thời không có những ngăn cách không gian cụ thể, cho phép khách hàng sắp xếp và phân chia mọi thứ theo ý thích cá nhân.

Xu hướng tối giản hướng tới giá trị không gian vì bản chất của kiến trúc chính là không gian, qua đó, tạo lập những không gian chặt chẽ, khúc chiết, cô đọng, thoáng đãng, tràn ngập ánh sáng.



Phong cách tối giản theo kiểu mới ở Nhật Bản được biết đến dưới cái tên Danshari, tức là phải vứt bỏ hết những đồ đạc không cần thiết trong nhà, từ chối mang về những thứ không cần thiết, chỉ giữ lại một số vật dụng tối thiểu, thông thường là chăn đệm, đồ dùng cá nhân để sẵn trong va-li, ba-lô để có thể lên đường bất kỳ lúc nào, TV và máy tính. Những căn phòng Danshari thường vô cùng thoáng đãng bởi nó gần như… trống trơn, và như thế, sẽ giúp giải phóng tinh thần khỏi những ám ảnh về vật chất.

Dù vô tình nhưng Ludwig Mies van der Rohe đã nêu bật được ý niệm của hai chữ "tối giản": nhà chỉ là một cái khung, một chỗ ở mà cuộc sống có thể diễn ra trôi chảy, không có sự cưỡng ép. Hay nói khác đi, ông đã đưa kiến trúc về trạng thái gần như không-có-gì, hòa vào cảm xúc tinh khiết. Di sản của Mies van der Rohe để lại cho hậu thế chính là những không gian trong sạch, đơn giản, tinh tế, trật tự: là những đường thẳng, những mặt phẳng, những góc vuông,… bộc lộ rõ cấu trúc của hệ thống kết cấu.

Vậy một căn nhà theo phong cách tối giản trong thời đại của chúng ta sẽ như thế nào? Nếu có một không gian mở thông thoáng, hòa quyện môi trường, sử dụng những khung cửa sổ lớn với tầm nhìn bao quát là điều tuyệt vời nhất. Còn trên thực tế, phong cách tối giản có thể áp dụng cho bất kỳ không gian kiến trúc nào, từ biệt thự tới căn hộ chung cư hay nhà ống đô thị. Dĩ nhiên, những nguyên tắc chủ đạo của nó cũng không nằm ngoài hai chữ "hạn chế".

Thông thường, có không quá ba màu trong không gian nội thất theo phong cách tối giản: một màu nền, một màu chủ đạo và một màu nhấn. Gam màu trung tính cũng có tác dụng tạo sự tương phản mạnh mẽ giữa các thành phần trang trí và tác dụng kết nối các thành phần này lại với nhau. Các mảng tường trắng được sử dụng rất phổ biến trong phong cách tối giản như một phông nền trơn nhằm tăng giá trị đồ đạc xung quanh, đồng thời mang lại hiệu quả thị giác về một không gian rộng rãi, thoáng đãng hơn.

Xu hướng tối giản hướng tới giá trị không gian vì bản chất của kiến trúc chính là không gian, qua đó, tạo lập những không gian chặt chẽ, khúc chiết, cô đọng, thoáng đãng, tràn ngập ánh sáng. Sự đơn giản của hình thức tổng thể, chi tiết kiến trúc, sự tiết chế trong sử dụng vật liệu, màu sắc… nhằm đem lại tính tập trung vào không gian và đưa không gian thành nội dung chủ đạo của công trình. Không gian của những công trình kiến trúc theo phong cách tối giản có tính cân bằng, tĩnh tại, thuần khiết, được tạo nên bởi những mảng tường, mảng trần phẳng, đồng nhất, những đường thẳng, những hình khối đơn giản và những khoảng trống lớn. Việc loại bỏ, hạn chế các chi tiết, màu sắc, những thứ không cần thiết nhằm hướng sự tập trung cho không gian kiến trúc. Chính không gian tạo nên cảm xúc chứ không phải bất kỳ chi tiết trang trí, đồ đạc hay điều gì khác.

Do hạn chế màu sắc nên việc sử dụng ánh sáng, nhất là ánh sáng tự nhiên trở nên vô cùng quan trọng. Ánh sáng tự nhiên lọc qua các rèm cửa, xuyên qua các tán cây bên ngoài có chủ đích để khi xuyên vào đến không gian bên trong đạt được hiệu quả chiếu sáng và thẩm mỹ mà các kiến trúc sư đã định hướng trước. Trong khi đó, ánh sáng nhân tạo cũng cần được bố trí hợp lý để tạo ra các hiệu ứng thị giác và thẩm mỹ: tạo bóng đổ, bóng xuyên, đồng thời thể hiện được rõ nét nhất hình dạng và cấu trúc của các thành phần trang trí nội thất.

Đối nghịch lại với trường phái cổ điển và nhiều trường phái khác làm đầy, làm đẹp, hoàn thiện kiến trúc bằng những chi tiết, bằng trang trí nội thất; xu hướng tối giản tự hoàn thiện bằng những gì ít nhất có thể - đó chính là nhiều. Ít nhất, cũng là hướng tới sự hoàn mỹ và thành công. Từ xuất phát đó, thì "hạn chế" là một trong những nguyên tắc - biểu hiện cụ thể của kiến trúc tối giản.

NỘI THẤT XA XỈ: 10 thương hiệu hàng đầu

BÀI: HOÀI ĐIỆP

THIẾT KẾ VÀ SẢN XUẤT ĐỒ NỘI THẤT ĐÃ TRỞ THÀNH MỘT TRONG NHỮNG NGÀNH CÔNG NGHIỆP ĐA DẠNG NHẤT. GIỚI THƯỢNG LƯU VÀ CẢ TRUNG LƯU CŨNG SẴN SÀNG CHI NHIỀU HƠN CHO NHỮNG SẢN PHẨM ĐẮT TIỀN, MIỄN LÀ KIỂU DÁNG BẮT MẮT, PHÙ HỢP NHU CẦU SỬ DỤNG CŨNG NHƯ PHONG CÁCH TỔNG THỂ CỦA KHÔNG GIAN SỐNG, THỂ HIỆN ĐƯỢC CÁ TÍNH VÀ ĐỘ SÀNH SỎI CỦA GIA CHỦ. XIN ĐƯỢC GIỚI THIỆU ĐẾN ĐỘC GIẢ 10 THƯƠNG HIỆU NỘI THẤT ĐƯỢC COI LÀ XA XỈ HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI HIỆN NAY.

Bentley Home

Không phải ai cũng biết thương hiệu xe hơi siêu sang Anh quốc còn có một nhánh chuyên về đồ nội thất, chỉ dành cho giới thượng lưu. Ra đời năm 1919, Bentley Home không ngừng làm ra những sản phẩm tao nhã, quý phái với thiết kế tinh tế, vừa vặn với mục tiêu thỏa mãn tốt nhất mọi nhu cầu của người sử dụng. Bentley Home luôn dẫn đầu về mặt chất liệu với đủ chủng loại đến từ nhiều nơi trên thế giới: Italia, Mỹ, châu Phi... Đội ngũ thợ thủ công lành nghề luôn đảm bảo mọi sản phẩm khi xuất xưởng đều hoàn hảo ở mọi góc cạnh. Nếu tinh ý sẽ nhận ra, bất kể là giường, tủ, bàn, ghế, đèn, đôn kệ... thậm chí là thùng rác trong nhà bếp – tất cả đều có phong cách rất gần với nội thất trên những chiếc xe hơi Bentley. Đó là lý do vì sao rất nhiều người trong giới thượng lưu ở xứ sở sương mù cũng như trên toàn lục địa châu Âu khi đã đi xe Bentley đồng nghĩa với việc sở hữu một ngôi nhà với toàn đồ nội thất đóng mác Bentley Home.

Boca do Lobo

Mới thành lập năm 2005 nhưng cho đến thời điểm hiện tại, công ty có trụ sở ở thành phố cảng Porto đã luôn dẫn đầu danh sách những thương hiệu nội thất đắt đỏ nhất thế giới. Sản phẩm của Boca do Lobo bao gồm các loại bàn, ghế, tủ, kệ, két an toàn, gương, đèn, bồn tắm, đồ trang trí và đồ trẻ em, ngoài khía cạnh đắt đỏ ra thì luôn đảm bảo yếu tố độc đáo và độc nhất. Quy tụ những nhà thiết kế xuất sắc nhất, những người thợ lành nghề nhất, sản phẩm đóng mác Boca do Lobo đều được làm thủ công ở Bồ Đào Nha trước khi chuyển tới showroom trên toàn cầu. Không bám theo các khuôn mẫu cổ điển, Boca do Lobo luôn biết cách làm khách hàng kinh ngạc với những ý tưởng có tính cách tân cao, tràn ngập tinh thần đương đại, mang ý nghĩa nghệ thuật nhiều hơn một món đồ nội thất thông thường.

Essential Home

Thương hiệu của Canada nổi danh nhờ việc lấy cảm hứng từ những vật phẩm nổi tiếng trong lịch sử và điện ảnh từ thập niên 1930 – 1960, biến chúng thành những món đồ nội thất độc đáo và đắt giá, qua đó giúp người sở hữu thực hiện chuyến du hành ngược thời gian đầy thú vị. Sản phẩm của Essential Home bao gồm các bộ sưu tập bàn, ghế, sofa, thảm, đèn phụ kiện và đặc biệt là khâu sử dụng họa tiết trang trí và màu sắc hết sức khác thường. Chúng luôn mang hơi hướng retro, có sự hài hòa giữa vẻ khỏe khoắn nam tính và mềm mại nữ tính, tạo ra giải pháp tuyệt vời cho những gia chủ muốn tìm sự tao nhã, lịch lãm kiểu cổ điển nhưng vẫn để lộ ra nét xa xỉ một cách khéo léo, không phô trương. Nguyên tắc của Essential Home là luôn sử dụng các loại chất liệu đắt giá nhất, chế tác thủ công để làm nên sức quyến rũ không gì cưỡng nổi.

Fendi Casa

Là cái tên quen thuộc của làng thời trang xa xỉ, Fendi cũng rất thành công trong lĩnh vực nội thất với thương hiệu con Fendi Casa. Kể từ năm 1987, Fendi đã đưa tinh thần tao nhã, lịch lãm và sang trọng của mình vào ngôi nhà của hàng trăm ngàn người thông qua những món đồ nội thất, đồ trang trí, được thiết kế bởi đội ngũ designer tài năng do Alberto Vignatelli cầm trịch. Fendi Casa mang đến cho khách hàng những bộ sưu tập sản phẩm theo khuynh hướng lifestyle thời thượng, trải rộng qua các phong cách từ cổ điển tới đương đại và cả hậu hiện đại. Các concept không gian của Fendi Casa dựng lên luôn được ca ngợi bởi thẩm mỹ, cá tính và đặc biệt là sự pha trộn hài hòa giữa thời trang và thiết kế nội thất. Một trong những designer chủ chốt của Fendi Casa ở thời điểm hiện tại là người gốc Việt: anh Toàn Nguyễn.

KOKET

Trái tim của thương hiệu chính là tình yêu dành cho nghệ thuật thủ công và các loại vật liệu tốt nhất. Cũng như Boca do Lobo, trụ sở chính của KOKET nằm ở Bồ Đào Nha, toàn bộ sản phẩm cũng được thiết kế tại đây, do các nghệ nhân chế tác thủ công, đặc biệt là các khâu bọc nhồi, tráng phủ và hoàn thiện. Sản phẩm của KOKET luôn sở hữu vẻ đẹp táo bạo, tinh thần xa hoa không giấu giếm nhưng rất biết cách truyền cảm hứng. Đội ngũ thiết kế của KOKET – dưới sự dẫn dắt của Janetftime luôn khát khao cống hiến hết mình cho sự hoàn hảo – mà hai bộ sưu tập Guilty Pleasure và Exotic Opulence là những minh chứng rõ rệt nhất. Da cao cấp, lông thú, kim loại đắt tiền, đá quý, các loại hợp chất – tất cả cùng góp phần làm nên những món đồ nội thất chỉ dành cho những người sành sỏi và chịu chơi nhất.

Herendon

Thành lập năm 1945 ở North Carolina (Mỹ) bởi bốn người đàn ông muốn tạo ra những sản phẩm có chất lượng thỏa mãn nhu cầu của mọi khách hàng, sau hơn 70 năm, Herendon đã trở thành một trong những thương hiệu nội thất đắt giá nhất thế giới. Phong cách đặc trưng và không thể trộn lẫn của Herendon luôn là cổ điển – từ dáng vẻ cho tới kiểu cách, thể hiện sự sang trọng và tinh tế không gì sánh nổi. Người ta yêu thích Herendon không chỉ nhờ phần gỗ được chế tác cầu kỳ và tỉ mỉ qua nhiều công đoạn với chất lượng cao nhất, mà còn ở phần vải vóc với các chất liệu hàng đầu, kỹ thuật cắt may siêu đẳng, hoa văn, họa tiết và màu sắc luôn tao nhã, hợp thời, mang đến sự êm ái, dịu dàng tối đa cho người dùng. Herendon đại diện cho sự trầm ổn, mực thước, cho chất lượng đã được khẳng định theo thời gian và cho cả tình yêu vô bờ bến với mái ấm gia đình.

Edra

Giới chuyên môn đánh giá, thương hiệu Italia này luôn giữ được vị trí độc đáo trong lĩnh vực thiết kế đồ nội thất nhờ những sản phẩm vượt xa khỏi các trào lưu thịnh hành, tạo ra hiệu ứng tích cực về mặt trải nghiệm và cảm xúc. Đúng vậy, những món đồ đóng mác Edra mặc dù mang hơi hướng đời sống thị thành một cách rõ nét nhưng cũng rất đậm đà tinh thần hậu hiện đại, giống một tác phẩm nghệ thuật chỉ dành cho người sành sỏi. Được xây dựng trên sự kết hợp giữa di sản thiết kế Italia, công nghệ hiện đại đi cùng kỹ thuật chế tác thủ công và việc nghiên cứu kỹ càng các loại vật liệu cao cấp, không ngạc nhiên khi sản phẩm của Edra dù có giá ngất ngưởng nhưng vẫn luôn được lòng khách hàng. Bất kể sở hữu căn nhà theo phong cách cổ điển, đương đại hay tối giản, Edra đều có thể chiều theo mọi nhu cầu về nội thất, đặc biệt là sofa, bàn, ghế, đèn và đồ trang trí.

Baxter

Thành lập năm 1990 ở Brianza – "thánh địa" của đồ nội thất cho quý tộc Italia, chỉ trong vỏn vẹn 20 năm, Baxter đã trở thành thương hiệu nổi tiếng khắp châu Âu, Bắc Mỹ và cả Đông Á thông qua kỹ nghệ chế tác đồ da hoàn hảo cùng những mẫu thiết kế thanh nhã, lịch lãm, đẹp đến không tì vết. Hiện tại, Baxter vẫn tiếp tục chinh phục khách hàng bằng việc liên tục đổi mới phong cách và kỹ thuật chế tác cũng như mở rộng sử dụng nhiều loại vật liệu thời thượng, đắt giá, màu sắc đảm bảo bền vững qua thời gian và không bao giờ bị lỗi mốt. Ngoài đội ngũ designer vốn đã rất tài năng của hãng, Baxter cũng liên tục cộng tác với những tên tuổi hàng đầu trong lĩnh vực sáng tạo nội thất xa xỉ như Paola Navone, Pierro Lisoni, Roberto Lazzeroni… Hiện tại, nhóm sản phẩm được ưa thích nhất của Baxter vẫn là sofa, ghế bành, giường, bàn ghế - những thứ có liên quan đến chất liệu da. Tiếp theo là đèn, thảm, giá, tủ, kệ…

Restoration Hardware

Sau đúng 40 năm, Restoration Hardware đã là một đế chế trong lĩnh vực nội thất xa xỉ với 36 cửa hàng ở Mỹ và Canada, gần 100 galleries với đủ chủng loại sản phẩm, từ phòng khách, phòng ngủ, phòng tắm tới đèn, thảm, cửa sổ, đồ trang trí, tranh, ảnh nghệ thuật. Mặc dù luôn đưa ra những mức giá cao nhất so với các đối thủ cạnh tranh, hàng hóa của Restoration Hardware vẫn bán chạy nhờ sự ưu việt trong ngôn ngữ thiết kế. Các designer của hãng luôn có sự hợp tác chặt chẽ với các nghệ sĩ đương đại để tạo ra những sản phẩm vừa có công năng tốt vừa có cá tính riêng biệt với điểm nhấn nằm ở các chi tiết đầy bất ngờ. Dĩ nhiên, chất liệu, kỹ nghệ chế tác của Restoration Hardware luôn ở đẳng cấp hàng đầu - sự sang trọng có thể đến từ những khía cạnh bình thường nhất. Phong cách giao thoa giữa cổ điển và tối giản.

Ligne Roset

Ligne Roset được biết đến như một trong những nhà cung cấp đồ nội thất hàng đầu nước Pháp và châu Âu, chủ yếu theo phong cách lifestyle tân tiến, hơi ngả sang tối giản, sang trọng và xa xỉ kiểu… hiện đại. Những bộ sưu tập của Ligne Roset luôn có dấu ấn của các nghệ sĩ đương thời, tạo ra sự khác biệt và những điểm nhấn độc đáo ở chi tiết cũng như tổng thể. Trong khi đó, đội ngũ designer của hãng luôn thể hiện được những sáng tạo năng động, kết hợp cùng công nghệ hiện đại, qua đó đưa Ligne Roset từ một công ty nhỏ trở thành tập đoàn quốc tế như ngày nay. Nguyên tắc của Ligne Roset hết sức đơn giản: không bao giờ từ chối cung cấp vật liệu và phương thức sản xuất mới nếu các sản phẩm mới đòi hỏi điều đó. Ý tưởng đi trước và kỹ thuật chế tác theo sau. Hiện Ligne Roset đang sở hữu 200 cửa hàng chính hãng cùng hơn 750 nhà bán lẻ ở khoảng 15 quốc gia trên toàn cầu. Rất phù hợp với giới trẻ thành đạt.

Những món đồ nội thất *ĐẮT NHẤT THẾ GIỚI*

BÀI: LÔI PHONG

MỘT CĂN NHÀ, DÙ ĐẸP ĐẾN MẤY CŨNG SẼ TRỞ NÊN VÔ HỒN NẾU NÓ TRỐNG RỖNG. ĐỒ NỘI THẤT KHÔNG CHỈ MANG ĐẾN CẢM GIÁC ẤM CÚNG, ĐỦ ĐẦY MÀ CÒN CẢ CÁ TÍNH CHO NGƯỜI SỞ HỮU. ĐỒ NỘI THẤT TỐT CHƯA BAO GIỜ RẺ, ĐỒ NỘI THẤT XA XỈ LẠI CÀNG ĐẮT ĐỎ, THẬM CHÍ HIẾM CÓ, KHÓ TÌM. VÀ NẾU QUÝ ĐỘC GIẢ TỪNG THẮC MẮC MỘT MÓN ĐỒ NỘI THẤT CÓ THỂ BÁN ĐƯỢC TỐI ĐA BAO NHIÊU TIỀN THÌ XIN MỜI KIỂM TRA DANH SÁCH DƯỚI ĐÂY...

Tủ Badminton – 36,7 triệu USD

Tủ Badminton hoặc chiếc rương Badminton được Henry Somerset, Công tước đời thứ 3 của gia tộc Beaufort đặt hàng vào năm 1726, do 30 thợ thủ công lành nghề nhất thực hiện trong 6 năm ròng rã. Nó được đặt theo tên đất của nhà Beaufort ở Gloucestershire (Anh quốc) và nằm nguyên vị ở đó cho tới khi con cháu ông đem ra bán đấu giá vào cuối thế kỷ 20. Chiếc tủ gỗ mun này có 8 chân, cao 386 cm, rộng 232,5 cm, trên bề mặt là những bức tranh được thực hiện bằng kỹ thuật khảm đá cắt với khá nhiều đá quý, ngà voi, được tô màu tinh xảo. Mặt đồng hồ ở nóc tủ vẽ hình hoa bách hợp, hai bên có tượng mạ vàng, gia huy nằm phía trên cùng.

Trong lần đấu giá đầu tiên năm 1990, người mua đã phải trả khoảng 17 triệu USD để sở hữu chiếc tủ Badminton này. Sang đến năm 2004, nó tiếp tục lập kỷ lục ở lần đấu giá thứ hai do nhà Christie's tổ chức – 36,7 triệu USD là số tiền cuối cùng được đưa ra. Cho đến thời điểm hiện tại, tủ Badminton vẫn là món đồ nội thất đắt đỏ nhất thế giới và sẽ rất khó tìm được kẻ soán ngôi. Danh tính người sở hữu, vị trí của nó vẫn hoàn toàn là bí mật.

Ghế Rồng – 27,8 triệu USD

Chiếc ghế bành độc đáo này là tác phẩm của kiến trúc sư kiêm họa sĩ thiết kế người Ireland Eileen Gray, được bà làm ra trong giai đoạn 1917 – 1919. Trong dáng hình của những cánh hoa đang vươn mình, nó được bọc bằng da nâu, đứng vững trên bộ khung gỗ điêu khắc màu cam và nâu sơn mài mô phỏng chuyển động của loài rồng, đôi mắt chạm trổ kiểu sơn mài, những đám mây vần vũ trên cơ thể. Hình tượng rồng này gần với rồng trong nghệ thuật Trung Hoa hơn là rồng phương Tây, nữ tính, mềm mại. Tác phẩm như chắt lọc tất cả những gì được xem là riêng tư và đầy mộng mơ trong giai đoạn thăng hoa đầu tiên của Eileen Gray, được chế tác tinh xảo và được cả thế giới công nhận là một kiệt tác từ ý tưởng cho đến khâu hoàn thiện.

Người đầu tiên sở hữu ghế Rồng là Suzanne Talbot – nhà bảo trợ của Eileen Gray. Năm 1973, nó được bán cho nhà thiết kế thời trang lừng danh Yves Saint Laurent và đến năm 2009, được nhà Christie's đấu giá như một vật phẩm thuộc bộ sưu tập chung của Yves Saint Laurent và Pierre Bergé. Nhà buôn nghệ thuật Cheska Vallois đã phải trả 27,8 triệu USD để mang ghế Rồng về cho người mua giấu tên – ông gọi đó là "cái giá của khát khao". Đây cũng là mức giá kỷ lục cho một món đồ nội thất sản xuất trong thế kỷ 20. Đặc biệt, Cheska Vallois cũng là người đã mua ghế Rồng vào năm 1971 với giá 2.700 USD và bán cho Yves Saint Laurent.

Tủ commode Harrington - 6,8 triệu USD

Ra đời vào khoảng năm 1770, chiếc tủ commode này hoàn toàn mang kiểu cách cổ điển, đúng với trào lưu chung của cả châu Âu ở thời điểm đó. Nói một cách chính xác, chiếc tủ này là sự pha trộn hoàn hảo giữa hai trường phái nội thất Hy Lạp và La Mã, cách phối màu tuyệt hảo và hoàn toàn không bị cũ theo thời gian – thật ngạc nhiên, cho đến giờ người ta vẫn thấy nó đẹp kiểu hiện đại và dễ dàng phù hợp với nhiều không gian khác nhau. Người tạo ra nó – nghệ nhân đồ gỗ hàng đầu Anh quốc Thomas Chippendale – còn khiến hậu thế kinh ngạc bằng việc sử dụng tài tình nhiều loại gỗ khác nhau, bao gồm gỗ sồi trắng, gỗ dương và hồng mộc. Mặt trước của chiếc tủ có những đường nét uốn lượn nhẹ nhàng gợi hình ảnh ngai vàng, hình họa giản dị nhưng bí ẩn, những nét chạm khắc chạy dọc theo bốn chân tạo cảm giác vững vàng và khỏe khoắn hơn. Năm 2010, chiếc tủ này đã được mang ra đấu giá ở nhà Sotheby's và được mua với giá 6,8 triệu USD, gần gấp 3 lần mức kỳ vọng ban đầu. Đây cũng là món đồ nội thất có xuất xứ từ đảo quốc sương mù đắt tiền nhất từ trước tới nay.

Bàn Tufft – 4,6 triệu USD

Cuối thế kỷ 18, Thomas Tufft là nghệ nhân làm đồ gỗ nổi tiếng nhất bang Philadelphia (Mỹ). Ông được một chủ cửa hàng ở Lumberton, bang New Jersey đặt làm chiếc bàn "độc đáo, khác biệt và phải đậm chất nghệ thuật". Trong hai năm 1775 – 1776, Thomas Tufft đã tự mình thiết kế và chế tác một chiếc bàn chân cao kết hợp giữa phong cách Rococo của Pháp (thiên về thẩm mỹ hơn công năng) với một chút biến tấu từ bàn tròn của người Trung Quốc, trang trí nhẹ nhàng bằng một vài hình chạm khắc và những ô trống lấy cảm hứng từ ô cửa sổ của những căn nhà phương Đông. Không có quá nhiều thông tin về vật phẩm này, chỉ biết nó được đấu giá một lần duy nhất ở nhà Christie's vào năm 1990, người mua đã phải trả 4,6 triệu USD để mang nó về nhà. Theo các chuyên gia, số tiền này cao hơn mức kỳ vọng khoảng 1,5 triệu USD. Cho đến giờ, bàn Tufft vẫn chưa xuất hiện trở lại.

Trường kỷ Lockheed – 2,1 triệu USD

Được thiết kế từ năm 1985 – 1988, hoàn thiện vào năm 1993, trường kỷ Lockheed có 10 chiếc cả thảy, tất cả đều sở hữu lõi nhựa polyester gia cố sợi thủy tinh, phần khung làm bằng các tấm nhôm có đinh tán, lớp vỏ ngoài bọc nhựa sơn epoxy. Kiểu dáng của nó mang nặng tinh thần hậu hiện đại, gây khá nhiều tranh cãi khi ra mắt nhưng cho tới ngày nay đã được coi là một món đồ nội thất có tính biểu tượng. Người tạo ra chiếc trường kỷ này là Marc Newson, designer hàng đầu nước Úc, từng được Nữ hoàng Anh vinh danh vì những cống hiến cho lĩnh vực thiết kế trên toàn cầu. Năm 2010, một chiếc trường kỷ đã được bán trong buổi đấu giá do nhà Phillips tổ chức với mức giá 2,1 triệu USD – cao nhất với một tác phẩm thuộc về một nghệ sĩ còn sống. Chiếc số 7 trong bộ Lockheed hiện đang trong tay nhà Christie's và được rao với giá khởi điểm gần 2 triệu USD.

Ghế văn phòng Aresline Xten – 1,5 triệu USD

Hãng design Pininfarina (Italia) vốn nổi tiếng với các sản phẩm thuộc lĩnh vực xe siêu sang như chiếc Ferrari Enzo hay Maserati GranTurismo bỗng nhiên cho ra đời loạt ghế văn phòng Aresline Xten – được đảm bảo sử dụng các loại vật liệu công nghệ cao cùng thiết kế công thái học (tăng cường ưu điểm, bù trừ nhược điểm). Đúng vậy, trên Aresline Xten, người ta thấy sự hiện diện của Technogel, một dạng polyurethane độc đáo giúp giảm căng thẳng ở phần lưng. Sau một thời gian ngắn sử dụng, nó sẽ có sự điều chỉnh để phù hợp nhất với cơ thể người dùng, lưng ghế di chuyển độc lập, mang đến sự thoải mái tối đa trong nhiều giờ liên tục. Nó cũng được trang bị vải Dynatec – xưa nay vốn chỉ được dùng để may trang phục cho các vận động viên điền kinh hay bơi lội, cực kỳ thoáng khí, mềm mại và bền bỉ. Nó có 4 màu, bao gồm xanh ánh kim, xám, xám đen và đỏ. Mức giá 1,5 triệu USD/chiếc là hoàn toàn hợp lý, các chuyên gia đã nhận xét như vậy.

Nội thất: những xu hướng đón đầu 2020

BÀI: NHẬT MINH

2019 ĐÃ BƯỚC QUA NỬA CUỐI NĂM, ĐÂY CHÍNH LÀ THỜI ĐIỂM VÔ CÙNG THÍCH HỢP ĐỂ CẬP NHẬT NHỮNG THÔNG TIN MỚI NHẤT VỀ CÁC XU HƯỚNG NỘI THẤT CŨNG NHƯ VẬT LIỆU, MÀU SẮC SẼ LÊN NGÔI TRONG NĂM MỚI. THEO XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CHUNG, NHỮNG TIÊU CHÍ THIẾT THỰC, TIẾT KIỆM, THÂN THIỆN VÀ THOẢI MÁI SẼ TIẾP TỤC LÊN NGÔI, TỪ ĐÓ QUYẾT ĐỊNH CHO PHONG CÁCH CỦA KHÔNG GIAN SỐNG.

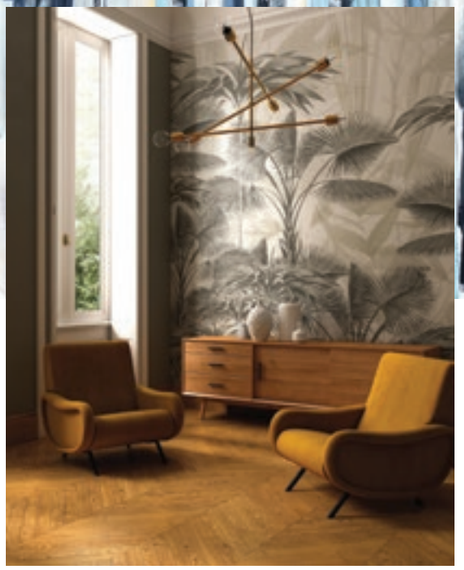
Da, gỗ và đá sẽ là những chất liệu nội thất lên ngôi trong năm 2020

Khi có ý định xây hoặc sửa nhà, việc nắm bắt và đón đầu xu hướng quan trọng hơn bạn tưởng, bất kể bạn tự mình lên ý tưởng thiết kế hay phó thác việc đó cho các kiến trúc sư. Biết rõ mình cần gì, mình muốn gì, mình phải làm thế nào để không lạc hậu với thời cuộc không chỉ giúp bạn sở hữu "tổ ấm" như ý mà còn dễ dàng lên kế hoạch chi tiết về mọi thứ cần thiết sao cho phù hợp với phong cách của các thành viên trong gia đình, đạt công năng và hiệu quả thẩm mỹ cao, tốt cho sức khỏe. Nếu có sự tham gia của kiến trúc sư và họa sĩ trang trí, trình bày rõ ràng ý đồ của bản thân cũng sẽ giúp họ thực hiện công việc thuận tiện và nhanh chóng hơn.

Sự lên ngôi của kim loại và da

Về chất liệu, 2020 sẽ là một bước tiếp nối hoàn hảo cho việc đưa nhiều kim loại hơn vào trang trí nội thất, vốn đã được khởi xướng từ năm 2018. Đây cũng được xem như sự hỗ trợ tuyệt vời cho xu hướng minimalism – nhất là với các chất liệu như thép không gỉ, inox thiên về các gam xám, ánh bạc, phay xước, vân mờ. Bởi chúng cực kỳ phù hợp với các không gian hiện đại, không tham đồ đạc, được thiết kế theo tinh thần "thẳng và phẳng" hoặc "less is more – ít là nhiều", dùng chính chất liệu làm điểm nhấn cho nội thất. Nó gợi lên vẻ đẹp quyến rũ của sự giản dị, coi trọng công năng. Trong khi đó, với những người ưa chuộng kiểu cổ điển châu Âu, vàng và đồng (chủ yếu là đồng thau, đồng đỏ) chính là những chất liệu được các kiến trúc sư gợi ý nhiều nhất để mang lại vẻ sang trọng, lịch lãm mà vẫn ấm cúng cho ngôi nhà của khách hàng. Đồng thau và đồng đỏ cũng có thể xuất hiện trong những căn hộ

Đồng thau luôn là lựa chọn lý tưởng để mang đến sự ấm áp và sang trọng



tối giản nhưng đòi hỏi phải được phối màu và lựa chọn đồ nội thất thật cẩn thận để tránh tình trạng "xung đột" về màu sắc cũng như phong cách.

Kèm theo đó, các chuyên gia cũng dự báo về sự xuất hiện dầy đặc của da các loại, từ bình dân đến cao cấp. Tuy nhiên, da sẽ được dùng làm điểm nhấn trang trí cho đồ nội thất (sofa, giường, ghế ăn, ghế thư giãn) nhiều hơn chứ không trở thành chất liệu chủ đạo. Trong khi đó, các loại đá như thạch anh, granite, cẩm thạch cũng sẽ có cuộc đổ bộ ồ ạt do mang đến nhiều hiệu quả tích cực về mặt phong thủy. Lối trang trí bằng vân đá cũng sẽ được ưa chuộng nhiều hơn do tạo được chiều sâu và sẽ góp mặt trên bàn ăn và bàn phòng khách, tấm ốp tường hay bề mặt nội thất nói chung. Sự cân bằng màu sắc một cách tự nhiên của vân đá cũng có thể kết hợp với những màu đơn sắc nổi bật nhằm tăng tính tương phản, đáp ứng nhu cầu sử dụng thêm các bề mặt đơn sắc hiện đại.

Geometric và vân vải ngày càng được ưa chuộng

Một kiểu trang trí bắt đầu được áp dụng nhiều từ cuối năm ngoái và sẽ tiếp tục được ưa chuộng là dùng các họa tiết hình học (geometric), và nó cũng là một sự bổ sung lý tưởng cho những ngôi nhà "thẳng và phẳng". Từ hơn một thập niên trước, kiểu trang trí này từng được biết đến dưới cái tên backsplash (ốp tường nhà bếp), tuy nhiên, khi trở lại cùng trào lưu tối giản, nó đã trở nên đa dạng và

Đi kèm sự phát triển của chủ nghĩa tối giản là các loại họa tiết trang trí kiểu geometric

biến hóa hơn hẳn. Với các họa tiết hình học như vuông, chữ nhật, tam giác, hình tròn, các kiến trúc sư, họa sĩ như đưa cả một làn sóng chuyển động vào không gian sống, làm mất đi cảm giác nhàm chán khi phải đối mặt với bức tường, trần nhà hay sàn nhà trong một quãng thời gian dài. Gỗ và xi-măng sẽ là những chất liệu chính đưa phong cách geometric lên ngôi.

Bên cạnh đó, thị trường cũng sẽ chứng kiến sự bùng nổ của một xu thế khá mới mẻ: trang trí nội thất ứng dụng cấu trúc vân vải - các thiết kế này gợi nhớ loại vải dành riêng cho các quý ông với những đường chỉ cắt ngang sử dụng kỹ thuật dệt tương tự vải lanh. Phong cách trang trí này trở thành ý tưởng táo bạo cho các bề mặt gỗ, thiết kế khung sườn hay kệ tủ, đem lại nguồn cảm hứng sáng tạo cho người tận hưởng không gian. Vân vải cho bề mặt nhã nhặn, tươi mới và rõ ràng, đem lại cảm giác giống như chất liệu vải thật. Sự nhẹ nhàng, đường nét cổ điển và các mẫu thiết kế đơn giản hứa hẹn sẽ chiếm lĩnh cảm tình của các gia chủ trong năm tới.

Pastel chiếm ưu thế tuyệt đối

Và trong những không gian sống đó, màu sắc còn phải truyền tải được nhiều ý nghĩa khác nhau. Theo những nghiên cứu của Viện màu Pantone, trong năm tới, các kiến trúc sư sẽ muốn nhấn mạnh nhiều hơn đến sự cuốn hút – thể hiện sự gắn kết chặt chẽ giữa con người và địa điểm; sự kết nối – lấy cảm hứng từ những tiến bộ của khoa học công nghệ, tượng trưng cho sự tươi mới và tràn đầy năng lượng; sự chân thành – lối sống mang tính nhân văn, gạt bỏ những khoảng lặng để trải lòng và thấu hiểu lẫn nhau, tạo ra những yếu tố tích cực và khiến người ta thấy yêu đời hơn.

Đây cũng là thời điểm các gam hi-tech nhường chỗ cho pastel với các sắc hồng nhạt, xanh nhạt, tím nhạt, màu kem. Lấy ví dụ như hồng nhạt – đã lâu rồi người ta không còn gắn nó với vẻ nữ tính, thay vào đó, màu hồng được xem như công cụ hữu hiệu để khơi lên những cảm xúc từ niềm vui sống, đem lại nguồn năng lượng tinh thần hoàn hảo. Và khi kết hợp với những điểm nhấn màu đen mạnh mẽ, nó sẽ mang đến cho không gian sống nét cá tính độc đáo bất ngờ.

Một lý do nữa để các gam màu pastel chiếm ưu thế chính là chúng rất hợp với vật liệu công nghiệp, dễ hòa nhập với tổng thể, được ưa thích trong nhà bếp – đặc biệt ở các căn hộ chung cư. Kèm theo đó là xu hướng dùng hai màu đen trắng đơn giản, bởi chúng mang đến cảm giác tinh tế đến khó tin. Dĩ nhiên, nội thất và thiết bị bếp sẽ phải tuân thủ theo nguyên tắc tối giản – thẳng để tạo ra sự ăn ý tuyệt đối. Kệ và các loại giá sẽ nhỏ dần đi, chỉ để những thứ thường dùng nhất, còn lại, tất cả nên được giấu kỹ sau những cánh tủ. Sàn gỗ sẽ là một gợi ý chính xác và tông màu nâu ấm được khuyên dùng trong trường hợp này.

Đồng hợp với phong cách cổ điển, còn inox, thép không gỉ hay kim loại ánh bạc hợp tối giản

Cây xanh và phong cách nhiệt đới

Trái đất ngày càng nóng lên, mùa Hè ngày càng khắc nghiệt, những ngôi nhà ở xứ nóng như Việt Nam cần được hạ nhiệt, không chỉ bằng máy lạnh hay quạt điện mà còn bằng cả tài năng của kiến trúc sư trong việc nắm bắt những trào lưu, kỹ thuật xây dựng, trang trí cả cũ lẫn mới. Trong đó, mang cả thiên nhiên vào không gian sống chưa bao giờ được xem là lạc hậu, nhất là trong bối cảnh sống xanh, sống sạch đang trở thành tiêu chuẩn quan trọng nếu không muốn nói là cốt lõi ở khắp mọi nơi.

Có rất nhiều hướng phát triển khác nhau trong xu hướng này, dễ nhận ra nhất là việc sử dụng tường kính hoặc những ô kính lớn để tận dụng tối đa ánh sáng tự nhiên. Bên cạnh đó, nhóm sản phẩm nội thất có chất liệu tự nhiên – mà gỗ, bê tông thô, đá cẩm thạch là những đại diện tiêu biểu - sẽ được ưa chuộng hơn, ngoài ra, còn phải đáp ứng được cả tiêu chí bền bỉ và dùng được cả ở ngoài trời. Cũng có nhiều kiến trúc sư thích phong cách trang trí lấy cảm hứng từ hình ảnh cây cỏ, sông núi, động vật, tuy nhiên, không phủ kín cả căn nhà mà chọn nhấn nhá bằng chi tiết, mang lại hiệu quả cao về mặt thị giác.

Một trào lưu mới cũng đang trở nên phổ biến hơn chính là sử dụng thảm thực vật lớn quanh nhà, hoặc trên các bức tường. Nhưng điều này đòi hỏi sự táo bạo của cả kiến trúc sư và gia chủ trong khâu phát triển ý tưởng, và việc chăm sóc sau khi nó đã thành hình là cả một vấn đề lớn cần lưu tâm. Do vậy, cây cảnh vẫn là lựa chọn lý tưởng hơn cả,

Một chút cây xanh và ánh sáng tự nhiên luôn mang lại cảm giác thông thoáng và dễ chịu

và chúng cần xuất hiện với mật độ dầy hơn, không chỉ trong phòng khách mà còn "tiến quân" vào bếp, nhà tắm, phòng ngủ. Mới nhất, dạng thảm thực vật xanh làm từ các chất liệu nhân tạo đã ra đời, tuy nhiên chúng vẫn chưa được khuyến khích sử dụng nhiều.

Và chắc chắn, phong cách nhiệt đới sẽ chính thức lên ngôi từ mùa Hè tới. Một kiến trúc sư cao tay có thể biến nó thành một chủ đề xuyên suốt cho toàn bộ công trình, hoặc nhẹ nhàng hơn, sử dụng họa tiết nhiệt đới ở chăn, đệm, rèm, tranh tường, thảm treo, mang đến cảm giác dịu mát. Phong cách này chắc chắn rất phù hợp với nhà ở những nơi có khí hậu nóng bức quanh năm.

Có thể nói, các xu hướng nội thất chính của năm 2020 hướng đến tự nhiên, nâng cao hơn nữa tầm quan trọng của các loại chất liệu, từ đó cung cấp thêm nhiều phương án thiết kế, trang trí không gian đa năng và có tính ứng dụng tốt. Kết hợp với các phong cách Art Nouvo và Art Deco, mỗi món đồ nội thất trong nhà sẽ còn là một tác phẩm nghệ thuật hoàn hảo, có tính thẩm mỹ cao, đây chính là mục tiêu cuối cùng của các xu hướng thiết kế…

Ngày nay, các nhà sản xuất, các kiến trúc sư đã nói nhiều hơn đến tính bền vững, coi đó như một yếu tố cốt lõi của sản phẩm. Nhưng bền vững cũng có thể được hiểu là thực dụng. Bởi trong câu chuyện nội thất hiện đại, tính bền vững (hoặc thực dụng) đã là khâu then chốt đưa đến các quyết định lựa chọn chất liệu, sử dụng năng lượng, tính đa năng. Những món đồ có thể bắt mắt nhưng vô dụng sẽ bị thay thế, bị loại bỏ và một sản phẩm nội thất sẽ đảm đương nhiều hơn một công năng. Tính bền vững cũng phần nào có mối liên hệ chặt chẽ với xu hướng mang cả thiên nhiên vào nhà, bởi nó cổ vũ người dùng đặt niềm tin vào các vật liệu tự nhiên, vật liệu tái chế, giảm tác động có hại lên hệ sinh thái đang ngày càng trở nên yếu ớt trên Trái đất.

Lalique

Những tạo tác đắm say lòng người

BÀI: HOÀI ĐIỆP

NHẮC ĐẾN PHA LÊ CÙNG NGHỆ THUẬT TẠO HÌNH THỦ CÔNG CAO CẤP TRÊN PHA LÊ VÀ THỦY TINH THÌ LALIQUE - THƯƠNG HIỆU 130 NĂM TUỔI TỚI TỪ NƯỚC PHÁP HOA LỆ CHÍNH LÀ MỘT TRONG NHỮNG CÁI TÊN HÀNG ĐẦU. KHÔNG CHỈ VẬY, ĐÂY CŨNG LÀ THƯƠNG HIỆU ĐƯỢC HƠN 50 VIỆN BẢO TÀNG DANH TIẾNG TRÊN THẾ GIỚI RỘNG CỬA CHÀO ĐÓN, TRƯNG BÀY CÁC SẢN PHẨM THƯƠNG MẠI NHƯ NHỮNG TÁC PHẨM NGHỆ THUẬT ĐÍCH THỰC.

Từ cuối thế kỷ XIX cho đến đầu thế kỷ XX là thời kỳ hoàng kim thịnh vượng của nước Pháp, đi kèm hội hè miên man, tiệc tùng thịnh soạn. Ngoài sự cạnh tranh giữa các xưởng kim hoàn chuyên sản xuất đồ trang sức cầu kì và đắt tiền cho giới thượng lưu, các xưởng sản xuất pha lê mỹ nghệ cung cấp ly, chén, đĩa hảo hạng và đồ trang trí nội thất dành cho tầng lớp quý tộc cũng theo đó mà hình thành.

Năm 1913, từ một xưởng chế tác thủy tinh được mua lại tại số nhà 24 đường Quatre-Septembre (Paris), René Lalique đã thành lập nên thương hiệu Lalique. Với phương châm đặt bàn tay và khối óc của người thợ thủ công lên trước giá trị đắt tiền của chất liệu, René Lalique nhanh chóng tạo dấu ấn và trở thành một trong những bậc thầy về nghệ thuật thiết kế và chế tác trang sức.

Cho tới tận thời điểm này, René Lalique vẫn được coi là nhân vật kiệt xuất góp phần phục hưng ngành chế tác kim hoàn Pháp. Nghệ thuật đích thực không đòi hỏi những hào nhoáng sáo rỗng. René thực sự trung thành với tôn chỉ đó khi rất mực kiên định với tư duy, sử dụng kết hợp nhiều chất liệu đôi khi rất tầm thường như men sứ, thủy tinh... để tạo nên những món trang sức tao nhã hớp hồn, những món đồ trang trí nội thất được chủ sở hữu nâng niu cất giữ, giới sưu tập thèm khát săn lùng.

Kể từ năm 1921, Lalique luôn giữ vững đẳng cấp thương hiệu bằng chất lượng và kĩ thuật tạo tác đỉnh cao. Tất cả sản phẩm của Lalique đều do những nghệ nhân thủ công bậc thầy làm ra tại công xưởng của hãng, nằm ở Wingen-sur-Moder thuộc miền Tây nước Pháp. Cái tên Lailique luôn đại diện cho những mẫu hình khó tin nhất mà con người có thể tạo ra từ những khối pha lê đục – trong. Có thể nói, đồ trang trí nội thất đóng mác Lalique, cùng các sản phẩm nghệ thuật trưng bày, đồ trang sức và nước hoa chính là thế giới xa xỉ với phong cách sống thượng lưu, tinh tế và tao nhã đến từng chi tiết.

Với phương châm đặt bàn tay và khối óc của người thợ thủ công lên trước giá trị đắt tiền của chất liệu, René Lalique nhanh chóng tạo dấu ấn và trở thành một trong những bậc thầy về nghệ thuật thiết kế và chế tác trang sức.

Trong suốt cuộc đời của mình, René Lalique nhiều lần được tin tưởng đảm nhiệm những dự án kiến trúc quan trọng và đồ sộ. Phong cách của ông gắn liền với hai trường phái nghệ thuật nổi tiếng đầu thế kỷ 20 là Art Nouveau và Art Décor. Chính sự nhạy cảm về đường nét, hình khối và sự cân bằng trong thiết kế đã giúp ông đạt được những thành tựu đáng kinh ngạc trong sự nghiệp. Đơn cử như đài phun nước "Suối nguồn nước Pháp" dành cho sự kiện Hội chợ Thế giới tại Paris năm 1925; công việc trang trí nội thất cho tuyến xe lửa huyền thoại "Oriental Express – Tốc Hành Phương Đông", hoặc thiết kế cánh cổng chính cho Cung điện Hoàng gia của Hoàng tử Asaka tại Tokyo.

Rất nhiều đồ trang trí nội thất nổi bật của Lalique trong gần 100 năm qua vẫn được hãng tiếp tục gìn giữ và phát triển cho đến ngày nay, dĩ nhiên đã thêm thắt vào đó một số cải tiến về chất liệu, kiểu dáng, màu sắc cho phù hợp với thời cuộc. Ví dụ như Cactus Table – một trong vài tác phẩm quan trọng và có tầm ảnh hưởng lớn nhất của hãng. Ban đầu, nó ra đời chỉ phục vụ cho việc trưng bày ý tưởng chủ đạo về một thủy cảnh tinh tế, nơi

Được tráng men bằng vàng, Angelique xứng đáng với những ngợi ca, mô tả như: "Bài thánh ca hoan lạc về thiên nhiên và tính nữ thiêng liêng".

những con cá pha lê tự do bơi lội quanh tám nhánh lá trong suốt của một cây xương rồng khổng lồ, tuy nhiên, ngay lập tức đã chinh phục được cả thế giới và được xem như sự tôn vinh cho năng lực kỹ thuật và tầm nhìn nghệ thuật của thương hiệu pha lê này.

Một chiếc bàn xương rồng ra đời năm 1951 hiện đang được đấu giá tại nhà Christie's với mức khởi điểm là 32.500 bảng Anh, trong khi đó, bàn xương rồng "mới cứng" bán tại Mỹ không bao giờ có giá thấp hơn 110.000 USD mà vẫn luôn cháy hàng. Hay bình Bacchantes với phần trang trí lấy ý tưởng về những nữ thần Bacchantes chuyên tháp tùng thần rượu nho Dinonysos trong thần thoại Hy Lạp, thiết kế năm 1927 trên chất liệu pha lê màu trắng sữa, được mua với giá gần 50.000 USD và chưa bao giờ xuất hiện trở lại. Hoặc mới mẻ hơn, những chiếc bình Angelique làm từ pha lê hổ phách có thể coi là sản phẩm thương mại mang đậm chất nghệ thuật nổi tiếng bậc nhất của Lalique. Được tráng men bằng vàng, Angelique xứng đáng với những ngợi ca, mô tả như: "Bài thánh ca hoan lạc về thiên nhiên và tính nữ thiêng liêng". Nó dễ dàng tạo được cơn sốt ngay sau khi trình làng, không chỉ do mức độ hoàn thiện hoàn hảo mà còn bởi số lượng giới hạn 99 chiếc. Một trong số đó hiện đang có mặt tại showroom của Lalique Việt Nam.

Kể từ năm 2008, hãng đã có nhiều hợp tác thành công với những cái tên xuất chúng; có thể kể tới như kiến trúc sư Zaha Hadid, Parmigiani, Rembrandt Buggati, ca sĩ Elton John hay nhà sưu tầm nghệ thuật người Anh Damien Hirst. Một kỹ thuật trứ danh nhất do René Lalique phát minh là "cire-perdue" (đúc khuôn mẫu chảy) và những sản phẩm làm bằng kỹ thuật này đã trở thành mục tiêu săn lùng gắt gao của các nhà sưu tập. Năm 2011,nghệ sĩ Yves Klein đã vinh danh con người tài năng này bằng việc tạo nên tác phẩm "La Victoire de Samothrace - Tượng thần Chiến thắng Samothrace" bằng chính kĩ thuật "cire-perdue". Chỉ có 83 mẫu trên toàn cầu.

Ashley

Câu chuyện 70 năm của nhãn hàng tiên phong

LÀ SẢN PHẨM TIÊN PHONG ĐƯỢC ÁP DỤNG CÔNG NGHỆ KỸ THUẬT ĐỂ CÓ ĐƯỢC "ÁNH SÁNG HOÀN HẢO", POLYESTER LAMINATE "THIÊN NIÊN KỶ" CỦA ASHLEY MANG TÍNH DẪN DẮT THỊ TRƯỜNG NỘI THẤT NƯỚC MỸ NÓI RIÊNG VÀ THẾ GIỚI NÓI CHUNG, TẠO RA MỘT XU THẾ NỘI THẤT HOÀN TOÀN MỚI MẺ. VÀ CHO ĐẾN NAY, DÒNG NỘI THẤT NÀY VỚI NHỮNG ƯU ĐIỂM VƯỢT TRỘI VẪN LÀ MỘT TRONG NHỮNG DÒNG SẢN PHẨM ĐƯỢC THƯỢNG KHÁCH "CƯNG CHIỀU".

Khởi nghiệp từ một công ty bán đồ nội thất vào năm 1945 tại Mỹ, kể từ đó, Ashley đã mở rộng để trở thành nhà sản xuất đồ nội thất lớn nhất thế giới. Hiện tại, công ty có hơn 860 Ashley HomeStores, 15 cơ sở sản xuất và phân phối trên toàn cầu. Sản phẩm của Ashley được bán bởi hơn 6.000 đối tác bán lẻ với hơn 20.000 mặt tiền cửa hàng tại 123 quốc gia, các nhà máy sản xuất có diện tích trên 120ha tại Mỹ.

Ashley có một lịch sử phong phú về những câu chuyện thành công, minh họa cho quá trình chuyển đổi mạnh mẽ từ một "ẩn số" sang một nhân tố quan trọng trong ngành nội thất tại Mỹ. Một trong những bước đi táo bạo và thành công nhất của Ashley Furniture Industries, Inc. chính là đi tiên phong trong chất liệu và đầu tư công nghệ hiện đại khi vào năm 1986, Ashley giới thiệu dòng sản phẩm polyester laminate 'Thiên niên kỷ'. Giám đốc Ron Wanek và các nhà thiết kế của ông đã xác định rằng người tiêu dùng thích đồ nội thất sáng bóng. Vì vậy, Ashley đã đưa ra một kỹ thuật hoàn thiện polyester độc đáo mang lại cho đồ nội thất gỗ một ánh sáng hoàn hảo. Có thể nói, đây là dòng sản phẩm mang tính dẫn dắt thị trường nội thất nước Mỹ nói riêng và thế giới nói chung lúc bấy giờ, tạo ra một xu thế hoàn toàn mới mẻ và độc đáo cho thị trường.

Đi tiên phong sáng tạo ra dòng sản phẩm polyester laminate "Thiên niên kỷ" với doanh số khủng, cho đến nay, dòng nội thất này với những ưu điểm vượt trội vẫn là một trong những dòng sản phẩm hút khách. Được biết, chỉ riêng việc đầu tư máy móc công nghệ trong tiên phong sản xuất dòng sản phẩm dẫn dắt thị trường này, Ashley đã bỏ ra 55 triệu USD, một khoản đầu tư không nhỏ vào những năm 90 của thế kỷ trước.

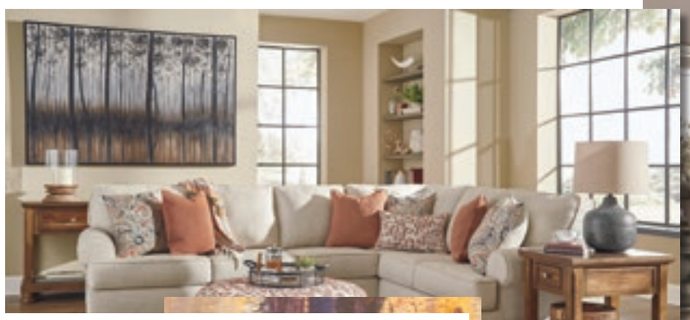
Hơn thế nữa, với định hướng là nhãn hàng đi tiên phong với những thiết kế mới mẻ, tạo sự thuận tiện cho người sử dụng, năm 1993, công ty đã giới thiệu một dòng đồ nội thất linh hoạt, đa năng - bàn có đỉnh và kệ trượt hoặc nâng lên, giường có đầu giường trượt trên đường ray dọc theo mỗi bên hoặc đầu di chuyển lên để xem tivi thoải mái hơn. Những tính năng bổ sung này làm cho dòng Ashley càng thêm nổi bật.

Nội thất Ashley hiện mang 6 phong cách chủ đạo xuyên suốt cho những dòng sản phẩm: Contemporary (Đương đại), Urbanology (Hiện đại), Vintage Casual (Đồng quê), New Traditional (Truyền thống), Outdoor (Ngoài trời) & Family Space (Gia đình)

VINTAGE CASUAL

Hương đồng quê:

Những sản phẩm mộc mạc bằng các chất liệu tự nhiên, những dấu ấn thời gian trên sản phẩm được xử lý một cách tinh tế khiến chủ nhân không gian cảm nhận rõ rệt không khí thanh bình ở một vùng đất cách Việt Nam nửa vòng trái đất.



CONTEMPORARY

Sức hút đương đại:

Kế thừa những tiêu chuẩn về một không gian sống công năng và hiệu quả, Contemporary không gò bó theo một khuôn mẫu nhất định mà luôn thay đổi cho phù hợp với không gian & tâm lý người sử dụng, các yếu tố dễ nhận thấy nhất là cảm xúc nhẹ nhàng, dễ chịu cho ánh nhìn và hài hòa với không gian.

NEW TRADITION

Tiếp nối truyền thống: Traditional mang phong cách lãng mạn, là sự hòa trộn của những giá trị mộc mạc, bình dị mà thanh lịch sang trọng. Với phong cách này, những gam màu trung tính, gỗ tự nhiên sẽ nghiễm nhiên trở thành chủ đạo, mang vẻ đẹp ấm áp. Ở New Traditional, những đường cong mềm mại dường như chiếm ưu thế hơn, có thể thấy điều này ở những chiếc sofa căng tròn, nhiều gối tựa.

OUTDOOR

Ngoại thất:

Dòng sản phẩm ngoài trời được thiết kế đặc biệt với lớp vải novella có khả năng chống thấm, chống bạc màu, đặc biệt là những bộ bàn ăn đều có hệ thống sưởi ấm bằng gas.

URBANOLOGY

Màu thị thành:

Sự đơn giản, gọn gàng trong đường nét thiết kế, chất liệu của dòng Urbanology sẽ giúp bạn biến không gian sống trở thành một nơi đầy cá tính. Phong cách Urban có nhiều điểm tương đồng với phong cách Industrial vì cùng lấy cảm hứng từ những vật liệu công nghiệp như gỗ nguyên khối, kim loại, bê tông, kính...

FAMILY SPACE

Không gian gia đình: Những bộ sofa cho Family Space đều được thiết kế sao cho mang lại cảm giác thoải mái nhất khi sử dụng. Ngoài ra, đây còn là những bộ bàn ghế đa năng, có thể phục vụ nhu cầu thư giãn, giải trí của các thành viên bất cứ lúc nào.

Tại Việt Nam, trong số những thương hiệu nội thất đình đám, Ashley là một cái tên nổi bật, gây ấn tượng bởi vẻ đẹp đa phong cách. Từ cổ điển đến đương đại, từ thành thị đến đồng quê... mỗi phong cách đều mang dấu ấn riêng đầy chất "Mỹ".

Mang tầm vóc của một "ông lớn" tại thị trường nội thất Mỹ nhưng khi đặt chân đến Việt Nam, Ashley cũng phải bắt đầu những bước nghiên cứu sâu sắc về thị trường nội thất Việt, nhu cầu người tiêu dùng, xu hướng thẩm mỹ phù hợp... để đáp ứng trọn vẹn những giá trị cho một tổ ấm hoàn hảo. Hiện nay, Ashley đã "phủ sóng" khắp 3 miền Bắc Trung Nam với những Homestore ở vị trí đắc địa cũng như nguồn sản phẩm đa dạng, tạo điều kiện thuận lợi nhất cho người tiêu dùng có nhu cầu mua sắm nội thất cao cấp.

Hoàng Nam Group - Đơn vị độc quyền nhập khẩu và phân phối sản phẩm nội thất Ashley tại Việt Nam.

Hotline: 1800 799 997 - 0933 333 139.

Đồ décor *biết hát*

BÀI: MINH NHẬT

ÂM THANH HI-FI, HI-END DI ĐỘNG ĐÃ TRỞ THÀNH XU THẾ TẤT YẾU KHÔNG THỂ NGĂN CẢN TRÊN THỊ TRƯỜNG TỪ HƠN MỘT NĂM QUA. KHÔNG CHỈ MANG ĐẾN NHỮNG MÀN TRÌNH DIỄN THUYẾT PHỤC, CÁC BỘ LOA NHỎ GỌN, HIỆN ĐẠI CÒN "GÁNH" THÊM NHIỆM VỤ LÀM MỘT MÓN ĐỒ DÉCOR NỔI BẬT TRONG MỌI KHÔNG GIAN MÀ CHÚNG HIỆN DIỆN. NGƯỜI DẪN ĐẦU XIN ĐƯỢC GIỚI THIỆU ĐẾN QUÝ ĐỘC GIẢ NHỮNG SẢN PHẨM HẤP DẪN ĐÃ CÓ MẶT Ở THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM.

Klipsch The Three 2019

Nằm trong nhóm sản phẩm Heritage Wireless của Klipsch, The Three sở hữu thiết kế mang đúng tinh thần vintage của thập niên 1950, trông như chiếc hộp sang trọng cất những món đồ quý hiếm, được bảo quản cẩn thận và không hề nhuốm bụi thời gian. Lớp vỏ ngoài làm từ gỗ tự nhiên phủ veener kết hợp ê-căng vải bố giản dị, điểm xuyết bởi các phím chức năng đồng thau rất cổ điển cùng logo Klipsch nằm gọn gàng ở mặt trước máy. Bộ loa này được trang bị hai củ toàn dải 5,8cm cho hai kênh cùng một loa trầm sử dụng hai củ bức xạ thụ động 14cm bố trí đối diện nhau với mục đích mang đến dải trầm vững vàng, mạnh mẽ và có độ chính xác cao nhất có thể. Công suất 60watt mạch D (digital) quá đủ để lấp đầy âm thanh cho những căn phòng diện tích lên tới 30 mét vuông.

Sức mạnh tiềm tàng của The Three được thể hiện rõ nét ở khả năng kết nối đa dạng với bluetooth 4.2 với chuẩn aptX và đặc biệt là DTS Play-Fi – giao thức truyền tải tín hiệu âm thanh chất lượng cao không dây tốt nhất hiện nay thông qua wi-fi, cho phép người dùng nghe nhạc độ phân giải lên đến 24bit/192kHz từ smartphone, máy tính bảng, laptop một cách dễ dàng mà không cần đến bất kỳ loại dây kết nối nào. Phiên bản mới nhất ra mắt năm 2019 tích hợp Google Assistant giúp dễ dàng điều khiển bằng giọng nói.

Giá tham khảo: 10.500.000 đồng.

Marshall Woburn 2

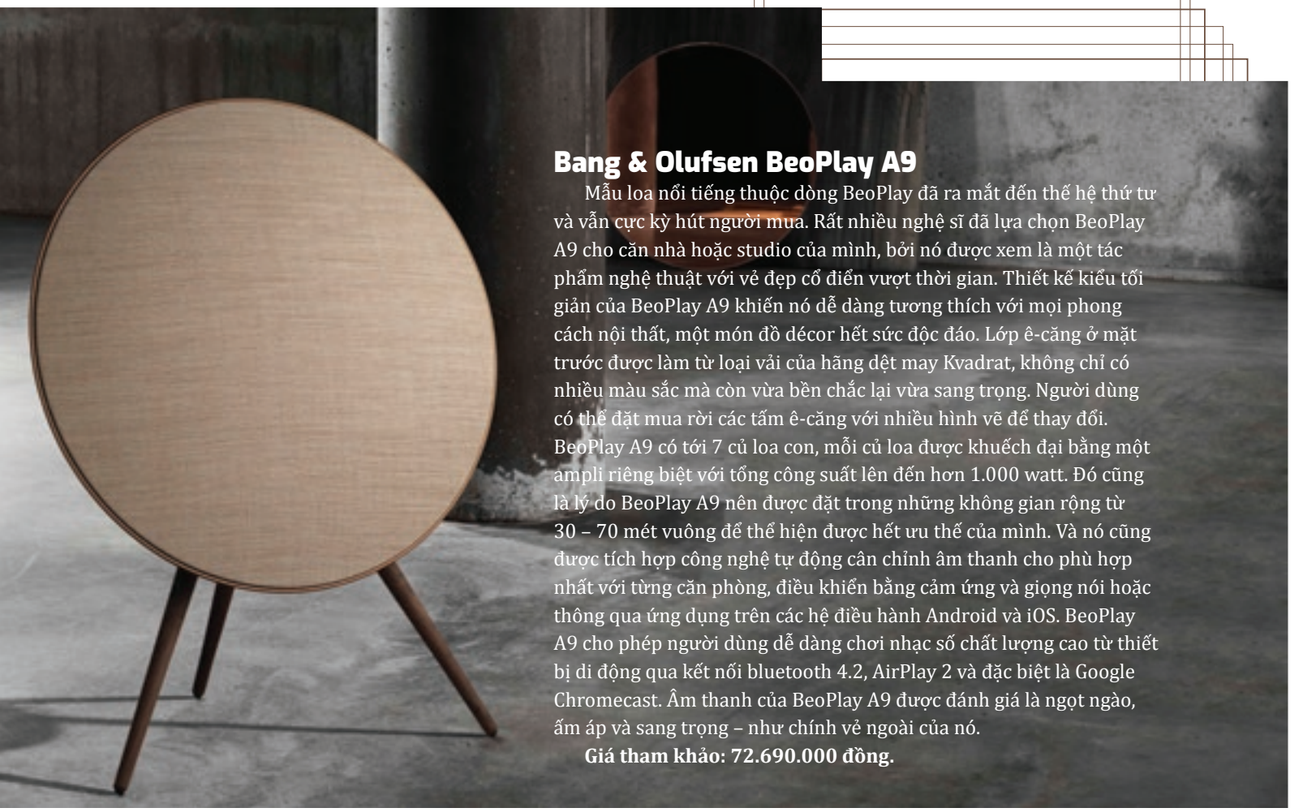
Ra mắt cách đây ít lâu, Woburn 2 có sự nâng cấp "nhẹ nhàng" so với phiên bản trước đó. Vẫn nguyên kiểu dáng khỏe khoắn và đậm chất retro, Woburn 2 dành cho những không gian trẻ trung nhuốm chút bụi bặm hoặc theo phong cách hoài cổ. Diện tích phù hợp nhất cho Woburn 2 là từ 15 – 40 mét vuông. Sự thay đổi rõ nét nhất nằm hết ở mặt trước: ê-căng trông mềm mại và nhẹ nhàng hơn, thêm dãy đèn báo âm lượng, bass/treble, các phím chức năng bằng đồng ở mặt trên cũng gọn gàng và tinh tế hơn. Với kích thước tương đối lớn – bằng hai chiếc loa bookshelf xếp cạnh nhau – công suất tổng 130 watt với ba loa con bố trí kiểu dàn stereo, Woburn 2 là lựa chọn rất hợp lý cho những người mê các dòng nhạc mạnh mẽ như rock,hip-hop,R&B, dance, EDM. Điểm nhấn xuất sắc trong phần thể hiện của nó chính là những tiếng trống gọn gàng, chính xác và được kiểm soát rất tốt. Woburn 2 cũng là một trong những chiếc loa di động đầu tiên trên thị trường được trang bị kết nối bluetooth 5.0 với tốc độ truyền dẫn nhanh gấp đôi, dung lượng tăng lên gấp tám lần, khoảng cách giữa hai thiết bị xa đến 50 mét. Bên cạnh đó, bộ cân chỉnh âm thanh điện tử (DSP) cũng được cải thiện để giảm tối đa các hiện tượng méo tiếng hay nhiễu nền khi mở volume ở mức lớn.

Giá tham khảo: 13.490.000 đồng.

Dynaudio Music 7

Lần đầu bước chân vào phân khúc loa di động, nhà sản xuất loa Đan Mạch Dynaudio đã ngay lập tức gây ấn tượng bằng loạt sản phẩm thông minh, đa năng với nhiều công nghệ tối ưu hóa chất lượng âm thanh. Music 7 là mẫu lớn nhất trong series này, có thiết kế độc đáo với các đường cắt xẻ tạo thành cấu trúc đa diện, trông như lát cắt của một viên kim cương khổng lồ. Đây là bộ loa được thiết kế hoàn toàn theo phong cách lifestyle, rất hợp với căn hộ chung cư hay phòng khách, phòng ngủ của các gia đình hiện đại. Lớp ê-căng có 2 màu để lựa chọn bao gồm đỏ, xám, được làm từ loại vải đặc biệt của nhà may danh tiếng xứ Bắc Âu Gabriel. Với hai củ tweeter, hai củ mid/bass và hai củ bass, Music 7 sở hữu tổng công suất 300 watt, cho âm thanh khỏe khoắn, vững vàng, ấm áp, tương thích với những không gian rộng từ 20 -50 mét vuông. Music 7 tương đối phù hợp với các thể loại nhạc hiện đại được giới trẻ ưa thích, tuy nhiên, phải thừa nhận nó chơi cổ điển và jazz cũng rất thuyết phục, nhất là khi thể hiện các giọng nam trầm. Ngoài bluetooth 4.2 chuẩn aptX, Music 7 còn có kết nối AirPlay (cho các thiết bị của Apple), cho phép truyền dẫn âm thanh độ phân giải cao qua wi-fi và hỗ trợ nghe nhạc từ Spotify. Bên cạnh đó, Music 7 (và cả series Dynaudio Music) cũng được coi là loa di động có phần mềm quản lý nhạc hay nhất hiện nay, bên cạnh khả năng tự điều chỉnh để tương thích với mọi không gian khác nhau.

Giá tham khảo: 23.900.000 đồng.



Bang & Olufsen BeoPlay A9

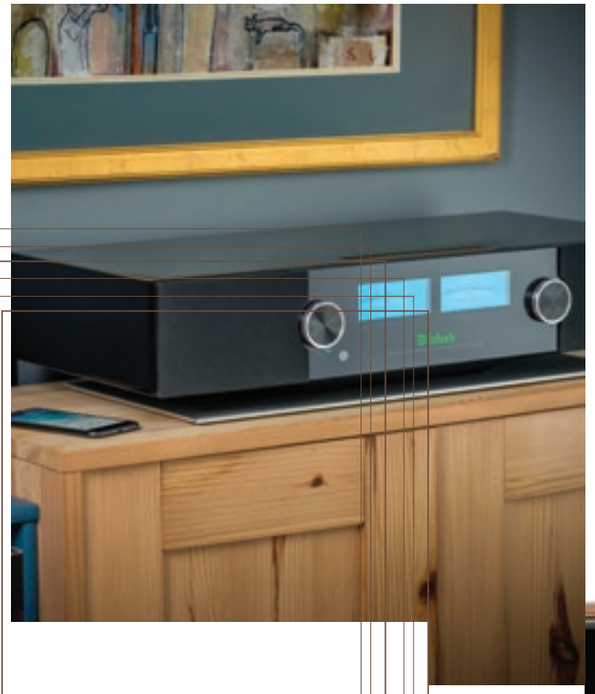
Mẫu loa nổi tiếng thuộc dòng BeoPlay đã ra mắt đến thế hệ thứ tư và vẫn cực kỳ hút người mua. Rất nhiều nghệ sĩ đã lựa chọn BeoPlay A9 cho căn nhà hoặc studio của mình, bởi nó được xem là một tác phẩm nghệ thuật với vẻ đẹp cổ điển vượt thời gian. Thiết kế kiểu tối giản của BeoPlay A9 khiến nó dễ dàng tương thích với mọi phong cách nội thất, một món đồ décor hết sức độc đáo. Lớp ê-căng ở mặt trước được làm từ loại vải của hãng dệt may Kvadrat, không chỉ có nhiều màu sắc mà còn vừa bền chắc lại vừa sang trọng. Người dùng có thể đặt mua rời các tấm ê-căng với nhiều hình vẽ để thay đổi. BeoPlay A9 có tới 7 củ loa con, mỗi củ loa được khuếch đại bằng một ampli riêng biệt với tổng công suất lên đến hơn 1.000 watt. Đó cũng là lý do BeoPlay A9 nên được đặt trong những không gian rộng từ 30 – 70 mét vuông để thể hiện được hết ưu thế của mình. Và nó cũng được tích hợp công nghệ tự động cân chỉnh âm thanh cho phù hợp nhất với từng căn phòng, điều khiển bằng cảm ứng và giọng nói hoặc thông qua ứng dụng trên các hệ điều hành Android và iOS. BeoPlay A9 cho phép người dùng dễ dàng chơi nhạc số chất lượng cao từ thiết bị di động qua kết nối bluetooth 4.2, AirPlay 2 và đặc biệt là Google Chromecast. Âm thanh của BeoPlay A9 được đánh giá là ngọt ngào, ấm áp và sang trọng – như chính vẻ ngoài của nó.

Giá tham khảo: 72.690.000 đồng.

McIntosh RS200

Mặc dù vẫn mang đầy đủ phong cách đặc trưng của McIntosh như đồng hồ VU màu xanh nước biển, logo tên hãng màu xanh lam và phím chức năng kiểu nút vặn cổ điển nhưng thiết kế của RS200 vẫn thực sự thời thượng, với tinh thần tối giản cao độ với các đường nét vuông vắn, lớp vỏ phủ sơn mài đen bóng lịch lãm, nhìn tổng thể rất sang trọng và khỏe khoắn, có độ tương thích cao với nhiều phong cách nội thất khác nhau. Chân đế của RS200 được làm từ một miếng nhôm nguyên khối chắc nịch, dầy dặn, giúp loại bỏ hoàn toàn rung chấn, góp phần mang lại những màn trình diễn "sạch sẽ" và sống động hơn. Đây là một hệ thống âm thanh hai đường tiếng chính hiệu, mỗi bên được bố trí một củ bass 12cm, hai củ midrange 5cm và một củ tweeter 2cm với phần dome làm từ titan cho hiệu suất hoạt động cực kỳ hiệu quả, làm mát bằng dung dịch từ tính. Các củ loa con này được điều khiển bằng hai ampli mạch D (digital) với tổng công suất 650watt, cũng vì thế, RS200 có khả năng lấp đầy âm nhạc cho cả những căn phòng rộng đến 70 mét vuông. RS200 sở hữu rất nhiều kết nối không dây như bluetooth 5.0, AirPlay 2, hỗ trợ đầy đủ các dịch vụ nghe nhạc trực tuyến như TIDAL, Spotify, Pandora, Amazon Prime. Cổng HDMI cho phép phát lại âm thanh từ TV, kết hợp với hai loa RS100 tạo thành hệ thống xem phim chuẩn mực.

Giá tham khảo: 87.990.000 đồng.



Sonus Faber SF16

Bộ loa all-in-one đầu tiên của nhà sản xuất đồ hi-end lừng danh nước Ý mang dáng dấp của một chiếc phi thuyền nhiều hơn là một thiết bị âm thanh. Chính các kỹ sư của Sonus Faber khi thiết kế SF16 cũng rất coi trọng việc nó sẽ phải trở thành một món đồ trang trí nội thất đắt giá, gây sửng sốt khi ngắm nhìn. Lớp vỏ ngoài là sự kết hợp hài hòa giữa nhôm (loại dùng trong công nghiệp hàng không), thép không gỉ và gỗ óc chó, còn bên trong, SF16 chứa 2 củ toàn dải 127mm ở thùng loa chính, mỗi khi hoạt động, hai "cánh tay" thép sẽ từ từ nhô ra, mỗi bên chứa thêm 2 củ tweeter và 4 củ midrange – tổng cộng có tới 14 củ loa, được xử lý bằng các ampli có công suất tổng lên tới 1.400 watt. Người nghe có thể hiệu chỉnh để có sân khấu âm thanh tập trung vào một điểm hoặc mở rộng về hai bên thông qua việc điều chỉnh hai "cánh tay" này. Cũng không ngoa khi nói rằng SF16 là một "kiệt tác" hoàn hảo, tạo ra một đỉnh cao mới trong lĩnh vực chế tác loa di động – dù tính chất "di động" của nó là cực thấp với trọng lượng lên đến 25kg. Nó được trang bị kết nối DTS Play-Fi, cho phép thiết lập hệ thống đa phòng, chơi nhạc hoàn toàn qua wi-fi để có chất lượng truyền tải cao nhất, hỗ trợ độ phân giải lên đến 24bit/192kHz, sẵn sàng cho các dịch vụ nghe nhạc trực tuyến được ưa thích nhất và hệ thống internet radio. Giá của SF16 không hề rẻ, số lượng cũng hạn chế nhưng chắc chắn mang lại sự hài lòng tối đa cho người sở hữu.

Giá tham khảo: 290.000.000 đồng.

Các dinh thự đình đám HOLLYWOOD

BÀI: NGUYỄN TRANG

NGHỆ SĨ HOLLYWOOD LUÔN ĐƯỢC BIẾT ĐẾN VỚI HÀNH TRÌNH HOẠT ĐỘNG NGHỆ THUẬT SÔI NỔI, ĐỘ NỔI TIẾNG ĐẲNG CẤP THẾ GIỚI VÀ SỰ BẠO TAY KHI CHI TIỀN CHO CÁC DỊCH VỤ TIỆN NGHI HÀNG ĐẦU. NGOÀI SIÊU XE, CHUYÊN CƠ, DU THUYỀN THÌ NHÀ Ở LÀ KHÍA CẠNH ĐƯỢC ĐẦU TƯ NHIỀU NHẤT. CÁC DINH THỰ CỦA NHỮNG NGÔI SAO THỂ HIỆN GU THẨM MỸ, TƯ DUY TÀI CHÍNH VÀ HƠN CẢ LÀ PHONG CÁCH SỐNG CÁ NHÂN THU HÚT SỰ CHÚ Ý CỦA CÔNG CHÚNG.

CÙNG NGƯỜI DẪN ĐẦU DẠO QUANH NHỮNG DINH THỰ ĐƯỢC ĐÁNH GIÁ CAO NHẤT VỀ MẶT THIẾT KẾ CỦA CÁC NGHỆ SỸ NỔI TIẾNG, ĐƯỢC COI LÀ KIỂU MẪU CHO LỐI SỐNG HIỆN ĐẠI ÁP DỤNG CÔNG NGHỆ ĐỒNG THỜI VẪN TÌM GIẢI PHÁP ĐỂ HÒA HỢP VỚI THIÊN NHIÊN, NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐỜI SỐNG CHỦ NHÂN.

Tom Brady và Gisele Bundchen

Richard Landry cũng là người giúp vợ chồng siêu mẫu Gisele Bundchen xây dựng biệt thự hơn 20 triệu USD tại Hollywood. Cặp vợ chồng tài năng, quyền lực của làng mẫu và thể thao đã xây dựng nên một lâu đài thực sự của thế kỷ XXI với các gian phòng lộng lẫy, nội thất cổ điển trong một tòa nhà có kiến trúc phong cách châu Âu cận đại, có cả hào nước bao quanh. Trên một nền đất rộng rãi, ngôi nhà có 6 phòng ngủ, một nhà bếp, thư viện, phòng tập thể dục, bể bơi cực rộng và nhiều tiện ích khác. Biệt lập, sang trọng, nhưng vẫn tiện ích với các thiết bị tối tân, đặc biệt ở phòng tập và nhà bếp đã khiến nơi chốn từng là tổ ấm của cặp vợ chồng tài sắc cùng hai nhóc tì này thành một dinh thự đáng khao khát nhất Hollywood.

Nhưng vì kế hoạch làm việc thay đổi, khi chuyển về Boston, New York, hai vợ chồng đã rao bán căn biệt thự với giá 50 triệu USD. Sau một thời gian, ngôi nhà có chủ nhân mới là Rapper Dr. Dre với giá 40 triệu USD. Dr Dre, tên thật là Andre Young, ông trùm của ngành công nghiệp âm nhạc và là người đồng sáng lập Beats Electronics, nổi tiếng với các loại tai nghe và hệ thống âm thanh cao cấp. Dr. Dre tiếm ngôi "rapper giàu nhất thế giới" nhờ thương vụ trao tay Beats Electronics cho Apple với giá 3,2 tỉ USD. Đây thực sự là khoản đầu tư lớn nhưng không thấm gì so với khối tài sản của Dr. Dre. Dù sang tên đổi chủ, biệt thự vẫn giữ nguyên thiết kế cũ và cả thương hiệu gắn với cặp vợ chồng Tom Brady và Gisele Bundchen, nơi không chỉ là mảnh đất của các ngôi sao điện ảnh hay ca nhạc.

Mark Wahlberg

"Anh đại" của Hollywood, diễn viên hành động, rapper, nhà sản xuất điện ảnh có quá khứ là một tay giang hồ "máu mặt" đã đầu tư cho dinh thự của mình trở thành một trung tâm hoạt động thể thao cho cả gia đình. Tự tin khoe các nhóc tì của mình rất ham chạy nhảy leo trèo và có cả sở thích về điện ảnh và âm nhạc như bố, Mark Wahlberg đầu tư cho cơ ngơi biệt thự hai tầng của mình tại khu phố của những người nổi tiếng một phòng gym lớn, thiết bị spa, cây xanh khắp nơi và khuôn viên rộng hơn 8.000m2 chỉ dành để xây dựng thác nước, hang động, sân golf, sân bóng rổ... Chăm chút cho không gian thoáng, phân khu hợp lý, Mark Wahlberg không quá mạnh tay để sở hữu nội thất xa hoa. Phòng khách tọa lạc ở một khu riêng, thiết kế đơn giản, sang trọng với bộ ghế sọc ca rô, sàn nhà bằng gỗ bóng và lò sưởi được đặt ngay hai cửa lớn. Một khu khác có số lượng phòng ngủ cũng kha khá để cho họ hàng bạn bè cần đến ở, sàn được lát gỗ nâu và nội thất thiên về màu café trung tính. Ngay cả phòng riêng của mình, Mark cũng không làm quá to hay trang bị cầu kỳ. Điểm tự hào của tay chơi gân này là hệ thống tủ gỗ âm tường chứa một bộ sưu tập giày khủng trị giá 100.000 USD với nhiều đôi sneakers siêu hiếm.

Khác với nhiều người mua lại biệt thự để cải tạo, Mark thể hiện sự không ngại khó của mình bằng cách mua đất, tự thiết kế và xây dựng. Anh đã mua mảnh đất này vào năm 2009 với giá 8 triệu USD và thiết kế mọi không gian theo nhu cầu của gia đình mình trên mảnh đất 2,4 ha. Kiến trúc sư của tòa nhà này cũng không phải ai xa lạ, chính là Richard Landry, người giúp nhiều gia đình nổi tiếng khác xây nên các biệt thự hoành tráng. Nhận xét về khách hàng của mình, Richard Landry khẳng định: “Mark biết chắc chắn anh ấy cần gì, một chỗ nghỉ ngơi thoải mái và vận động an toàn, một kiến trúc đẹp nữa, đương nhiên”.

Jennifer Aniston

Nữ diễn viên xinh đẹp duyên dáng của series Friends có một không gian sống ấm cúng, tràn đầy năng lượng như những vai diễn truyền hình và điện ảnh của mình. Vốn là một tín đồ yoga và thiền, Jennifer Aniston đã tự tay mua sắm thiết kế nội thất cho ngôi nhà và sử dụng các thiết bị thông minh trợ giúp thay vì thuê nhiều người giúp việc để đảm bảo sự riêng tư cho không gian sống.

Biệt thự của cô và người chồng hiện tại, nam diễn viên Justin Theroux tọa lạc tại khu Bel Air, Los Angeles. Jennifer Aniston mua khu đất này từ năm 2011 và dần dần góp nhặt xây dựng, thiết kế. Biệt thự quyến rũ người nhìn với màu xanh mát mắt và phong cách nội thất đơn giản, sang trọng, tràn ngập ánh sáng tự nhiên và cây xanh. Phía trước biệt thự có một khu vườn mang hơi hướng phong cách vườn Nhật, với nhiều cây xanh được uốn tỉa tỉ mỉ, hồ bơi diện tích vừa nằm lọt giữa khu vườn khiến ngôi nhà như một resort riêng tư. Nhà tắm trang nhã với cửa kính lớn ngập tràn ánh sáng, bồn tắm, sàn đá cẩm thạch và nhiều thiết kế khác trong nhà dùng gạch thô, gốm, gỗ mang lại cảm giác mộc, dễ chịu.

John Travolta

Nam diễn viên John Travolta cùng vợ là nữ diễn viên Kelly Preston hiện đang sở hữu một căn biệt thự siêu sang tại Ocala, Florida (Mỹ). Hai tông màu chủ đạo của biệt thự là trắng và xanh nước biển. Travolta và vợ cũng luôn cảm thấy tự hào về biệt thự được thiết kế theo chủ đề hàng không của mình. Nam diễn viên gạo cội vốn mê đắm các loại máy bay, thậm chí còn có bằng lái vận hành một số mẫu chuyên cơ. Vợ nam diễn viên chia sẻ: "Ước mơ của John luôn là có những chiếc máy bay đậu ở sân, để mỗi khi muốn đi đâu xa ăn tối, tất cả những gì cần làm là bước ra ngoài cửa, bước lên máy bay và cất cánh...". Và để biến ước mơ thành lịch trình mỗi ngày, tại căn biệt thự của mình, John Travolta đã cho xây dựng sân bay cá nhân với đường băng riêng dành cho chuyên cơ, và cả khu đất rộng xung quanh giúp đón các khách đến thăm bằng máy bay.

Ngoài tính chủ đề nổi bật, dinh thự của John Travolta cũng được đánh giá cao về giá trị sử dụng khi có tới 6 phòng ngủ, 1 phòng khách, 1 phòng giải trí lớn, 1 hồ bơi, cùng 1 gara để xe với sức chứa 16 xế hộp.

Celine Dion

Siêu biệt thự của ca sĩ Celine Dion từng được định giá 72 triệu USD (tương đương khoảng 1,7 nghìn tỷ đồng).

Biệt thự của nữ ca sĩ gốc Canada nằm trên một mảnh đất rộng tới 22.257 m2 trên Đảo Jupiter ở Florida, Mỹ, là tổng hòa của màu xanh nước hồ, cây cối. Nữ danh ca cùng người chồng quá cố của bà mua bất động sản này năm 2005, sau đó mua luôn một căn biệt thự liền kề và san bằng tất cả, xây dựng lên siêu biệt thự như hiện tại. Biệt thự sở hữu tổng cộng 3 hồ bơi ngoài trời, tất cả đều có tầm nhìn hướng ra biển Đại Tây Dương tuyệt đẹp. Biệt thự chính rộng 929 m2, có 5 phòng ngủ, 1 bể bơi trong nhà và phòng thay đồ lớn.

Tuy nhiên, sau cái chết của người chồng, Celine Dion rơi vào khủng hoảng tâm lý. Bà đã rao bán căn biệt thự này cùng nhiều bất động sản khác để chuyển về Las Vegas cho thuận lợi công việc và chăm sóc hai con nhỏ.

Oprah Winfrey

Nữ hoàng truyền hình khiến người khác phải ghen tị và ngưỡng mộ với khối tài sản khổng lồ, trong đó phải kể đến một loạt các biệt thự hoành tráng trải khắp nước Mỹ của bà. Tất cả các biệt thự của Oprah Winfrey đều được xây dựng với tông màu trắng yêu thích của bà, phòng đọc sách lớn và phòng khách trang nhã thanh lịch đủ tiêu chuẩn làm bối cảnh bất cứ talkshow nào.

Căn biệt thự đắt tiền nhất hiện tại của Oprah Winfrey tọa lạc tại Montecito, California, Mỹ, nơi từng là vùng đất nguy hiểm với nhiều băng nhóm tội phạm nhưng hiện đã được giải tỏa, tu sửa, với tầm nhìn thoáng, là một trong những thành phố được nhiều người giàu có ở Mỹ chọn làm nơi cư ngụ. Montecito là một khu vực đẹp như tranh vẽ, sau là núi, trước mặt là biển. Ngôi nhà của Oprah vốn là biệt thự được xây dựng vào năm 1959, sau đó Oprah Winfrey đã chi 52 triệu USD để mua lại rồi chi thêm hàng trăm ngàn USD để tu sửa, trang trí và cải tạo lại. Hiện nay nó có giá khoảng 88 triệu USD, được định giá với mức cao nhất trong danh sách các dinh thự này.

Biệt thự có 6 phòng ngủ lớn, 14 phòng tắm, một nhà bếp, hai nhà hát, một hầm rượu và một nhà kho. Bên ngoài là ao và vườn cây ăn trái, cộng với một sân tennis, một hồ nước nhân tạo nuôi cá, một khu giải trí ngoài trời và một nhà khách lớn cùng một hồ bơi. Mọi nhu cầu về vật chất và tinh thần đều có thể được đáp ứng trong không gian ngôi biệt thự.

Sharma Springs
"BIỆT THỰ TRE" tuyệt đẹp và ấn tượng

BÀI: THANH HÀ (THEO IBUKU.COM, VOGUE)

SHARMA SPRINGS RESIDENCE LÀ BIỆT THỰ BẰNG TRE TUYỆT ĐẸP, LÀ ĐỈNH CAO KỸ THUẬT VÀ LÀ 'ĐỨA CON CƯNG NHẤT' CỦA IBUKU STUDIO TẠI GREEN VILLAGE, BALI, INDONESIA.

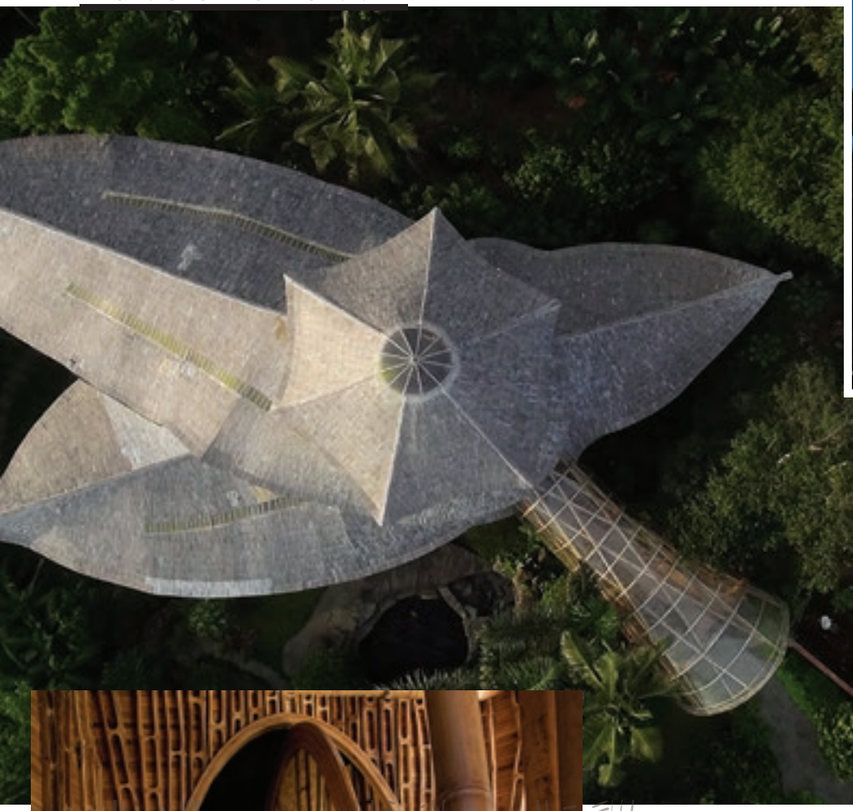
Rời bỏ sự nghiệp tươi sáng ở New York (Mỹ), Elora Hardy là một trong những người đầu tiên trên thế giới tới Bali (Indonesia) để xây những ngôi nhà bằng tre vô cùng độc đáo. Cô cùng những cộng sự và người dân bản địa đã tìm tòi, cải tiến việc sử dụng tre để xây nhà. Đây là nguồn nguyên liệu có khả năng tái tạo rất nhanh, một trong những loại cây phát triển tốt nhất ở địa phương. Tre có khả năng chịu lực không kém gì thép. Điểm yếu duy nhất là dễ bị sâu bệnh và ẩm mốc. Tuy nhiên, Elora và các kiến trúc sư đã biết cách xử lý để có được nguồn vật liệu với chất lượng tốt nhất.

8 năm trước, khi tới Indonesia, Elora tập hợp một nhóm các kiến trúc sư, nhà thiết kế, các thợ thủ công lành nghề và thành lập công ty kiến trúc Ibuku Studio.

Với những công trình này, người ta không còn thấy ranh giới giữa trong nhà và ngoài trời. Là giám đốc sáng tạo của Ibuku, Elora đã dành nhiều năm để khám phá các cách xây dựng nhà cửa, trường học, nhà hàng và nhiều thứ khác từ tre, một trong những vật liệu xây dựng bền vững nhất trên hành tinh.

Thời gian qua, Ibuku Studio đã xây dựng hàng chục công trình biệt thự hoàn toàn bằng tre vô cùng độc đáo, phần lớn là ở Bali. Trong đó có cả những khu nghỉ dưỡng tiện nghi được bao quanh bởi vườn cây hay những cây cầu hoàn toàn bằng tre.

Với những công trình này, người ta không còn thấy ranh giới giữa trong nhà và ngoài trời. Là giám đốc sáng tạo của Ibuku, Elora đã dành nhiều năm để khám phá các cách xây dựng nhà cửa, trường học, nhà hàng và nhiều thứ khác từ tre, một trong những vật liệu xây dựng bền vững nhất trên hành tinh. "Một số biệt thư tre của chúng tôi trông giống như chúng được xây



dựng bởi người ngoài hành tinh", Elora Hardy đã từng nói như vậy trong một cuộc phỏng vấn với giới truyền thông địa phương.

Nhiều ngôi nhà bằng tre độc đáo do Ibuku thiết kế được tập trung ở Green Village, một cộng đồng dân bản địa bền vững nép mình trong khu rừng nhiệt đới bên ngoài Ubud, Bali, Indonesia. Green Village ban đầu là đứa con tinh thần của ông John, cha của Elora Hardy. Ông John đã từng nói rằng: "Những ngôi nhà chúng tôi xây dựng lấy cảm hứng từ thiên thiên và kiến trúc bản địa truyền thống. Chúng thật tuyệt vời. Bạn thức dậy và bạn cảm thấy mình hạnh phúc".

Theo ông, trải nghiệm của chúng ta trong ngôi nhà của mình quan trọng hơn nhiều so với việc nó trông như thế nào. Nguồn năng lượng mạnh mẽ nhất mà chúng ta có được từ không gian sống của mình chính là cảm giác lạc quan, đó là niềm hy vọng. Green Village Bali là ngôi làng với những biệt thự nghỉ dưỡng sang trọng và đẳng cấp được làm hoàn toàn bằng tre. Từ sàn nhà, cầu thang, mái nhà cho tới đồ nội thất. Những ngôi nhà tre ở đây có sẵn để bán hoặc cho thuê lại, như một nơi để du khách nghỉ dưỡng, trải nghiệm cuộc sống giao hòa với thiên nhiên. Ngoài ra, tại đây còn có các lớp học về mô hình bằng tre và các hội thảo xây dựng để tìm hiểu về cách sử dụng tre và sáng tạo trong kiến trúc.

Trong số 18 ngôi nhà bằng tre do Ibuku thiết kế tại Green Village Bali, Sharma Springs Residence là căn biệt thự tre cao nhất, là đỉnh cao kỹ thuật và là 'đứa con cưng nhất' của Ibuku.

Tòa nhà chính có sáu tầng, bốn phòng ngủ, nhìn ra thung lũng sông Ayung, được xây dựng gần như hoàn toàn bằng tre, phòng khách rộng rãi và lối vào biệt thự là một cây cầu dài 15m với mái vòm cong. Cấu trúc được hỗ trợ bởi một tháp trung tâm, chứa một tháp bên trong nhỏ hơn. Ý tưởng thiết kế tòa tháp bên được lấy cảm hứng từ những cánh hoa sen. 6 phòng, mỗi phòng có một chủ đề khác nhau.

Biệt thự nghỉ dưỡng tuyệt vời này cũng bao gồm: sảnh chính, phòng khách chung, thư viện, phòng chơi dành cho trẻ em, một phòng tập yoga ven sông, một spa ngoài trời, bể bơi riêng và một không gian dành cho những bữa tiệc nướng bên hồ bơi, nằm gọn trong những khu vườn uốn lượn tuyệt đẹp. Tất cả các phòng đều được trang bị điều hòa không khí với những tấm kính lớn, như xóa bỏ khoảng cách với thiên nhiên.

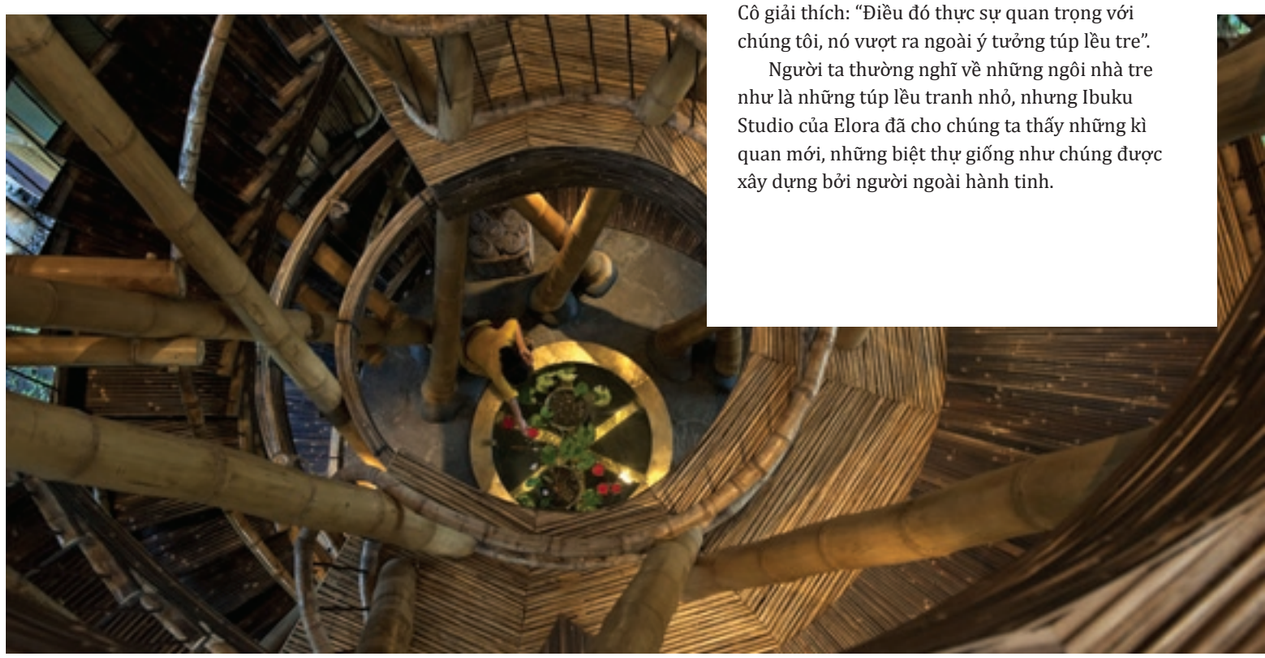
Các nhà thiết kế và thi công luôn tìm những giải pháp sáng tạo để ngôi nhà vừa thân thiện, vừa tiện nghi và đẹp nhất có thể. Phòng khách nằm ở tầng 4 nhìn ra những khung cảnh xanh mát bên ngoài. Một số phòng có cửa sổ lớn, có điều hòa không khí để tránh các loại muỗi bọ. Chất liệu tre khiến ngôi nhà có cảm giác nhẹ nhàng, thanh lịch, đem lại sự thư thái cho người sống trong nhà. Chỉ sử dụng một chất liệu là tre nhưng được uốn lượn, tạo hình dưới nhiều hình thức khác nhau khiến Sharma Springs Residence có vẻ đẹp tinh tế. Được biết, trên thế giới có khoảng 1.400 chủng loại tre với các màu sắc, kích thước khác nhau nên các kiến trúc sư có thể thỏa sức sáng tạo.

Là tòa nhà cao nhất trong khu Green Village, nghỉ dưỡng tại Sharma Springs Residence, bạn có thể theo dõi toàn cảnh "ngôi làng xanh", ngắm cảnh bình minh hay hoàng hôn tuyệt đẹp trên thung lũng sông Ayung. Là khu nghỉ dưỡng thiên nhiên cao cấp, Sharma Springs Residence được trang bị phòng tắm với vòi hoa sen, bệ đá sang trọng được tuyển chọn từ Java, Indonesia. Nội thất trong căn biệt thự cũng được đặc biệt lựa chọn một cách tỉ mỉ để phù hợp với lối kiến trúc độc đáo và tinh tế của công trình.

Sharma Springs Residence được coi là một trong những ví dụ điển hình nhất về lối thiết kế bền vững, được làm hoàn toàn thủ công, trông giống như một ngôi nhà xa hoa và tuyệt đẹp trên cây. Ngôi nhà là bằng chứng hoàn hảo cho những thiết kế xanh được xây dựng bằng tre. Theo trang Architectural, Elora Hardy đang tìm cách mở rộng thị trường những ngôi nhà ở sang trọng bằng tre. Cô giải thích: "Điều đó thực sự quan trọng với chúng tôi, nó vượt ra ngoài ý tưởng túp lều tre".

Người ta thường nghĩ về những ngôi nhà tre như là những túp lều tranh nhỏ, nhưng Ibuku Studio của Elora đã cho chúng ta thấy những kì quan mới, những biệt thự giống như chúng được xây dựng bởi người ngoài hành tinh.

Sharma Springs Residence được coi là một trong những ví dụ điển hình nhất về lối thiết kế bền vững, được làm hoàn toàn thủ công, trông giống như một ngôi nhà xa hoa và tuyệt đẹp trên cây.



Chuyên mục

VĂN HOÁ

Liveshow Đêm tình nhân 6

"Đêm tình nhân 6" sẽ trở lại đúng ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10 như thường lệ, năm nay là sự hội ngộ của những tên tuổi hàng đầu làng nhạc hải ngoại: Bằng Kiều, Minh Tuyết, Lưu Bích, Như Quỳnh, Quang Lê, Nguyễn Hưng, Thanh Hà, Elvis Phương, Mc Nguyễn Cao Kỳ Duyên.

Nếu Quang Lê là những câu hát ngọt ngào ru lòng người nghe thì Bằng Kiều, Minh Tuyết là sự cháy bỏng chín muồi, Nguyễn Hưng điêu luyện phong trần với những bước nhảy và ca khúc sôi động, Elvis Phương hơn 50 năm qua vẫn là một ca sĩ hàng đầu của nhạc trẻ Việt Nam. Bốn thế hệ nam danh ca với đầy đủ màu sắc tương xứng với bốn nữ ca sĩ xinh đẹp. Bên cạnh Lưu Bích, Thanh Hà là những giọng ca bốc lửa, luôn làm cháy bùng sân khấu, Như Quỳnh là "dòng nước mát" làm lắng đọng tâm hồn người xem. MC Nguyễn Cao Kỳ Duyên vẫn tiếp tục đồng hành cùng chương trình, sự duyên dáng, hài hước và tinh tế của chị luôn là sự chờ đợi của khán giả.

20h, ngày 20/10/2019

Trung tâm hội nghị Quốc gia, Hà Nội

Giá vé: 500.000 - 2.500.000 VND

Paul & Shark giới thiệu BST Thu Đông 2019

BST Thu Đông 2019 của thương hiệu Paul & Shark tiếp tục trở thành cơn sốt của giới mộ điệu. Các thiết kế đặc biệt hướng đến 2 yếu tố là công năng và di sản, với những màu sắc ấn tượng trở thành dấu ấn riêng đầy thu hút.

Thương hiệu Paul & Shark được gia đình Dini thành lập vào những năm 1976 tại Ý, chuyên về thiết kế những trang phục mang phong cách khỏe khoắn nhưng vẫn giữ được nét lịch thiệp. Các sản phẩm chính của Paul & Shark thường là những trang phục công sở và trang phục năng động phù hợp với bộ môn golf. Các thiết kế của Paul & Shark hoàn toàn được sản xuất và gia công tại Ý, đảm bảo cho khách hàng được chất lượng sản phẩm tốt nhất.

Với BST Thu Đông 2019 lần này, Paul & Shark chú trọng tới hai yếu tố: công năng và di sản. "TYPHOON 20000" - chiếc áo khoác nổi bật nhất trong BST Thu Đông 2019, với loại vải được thiết kế để đảm bảo hiệu suất chống nước và chống gió tối đa nhưng vẫn duy trì sự thoáng khí và thoải mái.

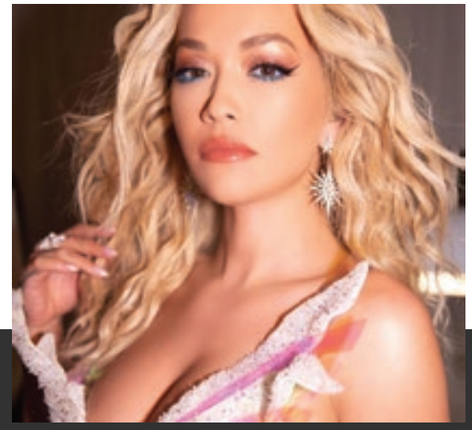
Phim The Addams Family với tạo hình nhân vật trong gia tộc quái dị

Bộ phim hoạt hình The Addams Family giới thiệu cho khán giả một thế hệ mới trong gia đình lập dị và ma quái. Trước đó, việc nhượng quyền thương mại cho bộ truyện tranh đã từng thành công vào năm 1960, chuyển thể trên màn ảnh rộng đầu những năm 1990. Tuy nhiên, đã đến lúc các nhà làm phim muốn tái hiện lại nó với một diện mạo khác thú vị và hấp dẫn hơn, nhưng vẫn bám sát với nguyên gốc.

Lên kế hoạch thực hiện năm 2013 và công chiếu vào 2017, nhưng mãi đến tháng 4/2019, The Addams Family mới tung những trailer đầu tiên. Bộ phim có sự tham gia của Oscar Isaac trong vai Gomez, Charlize Theron vai Morticia, Chloe Grace Moretz vai Wednesday, Finn Wolfhard vai Pugsley, Nick Kroll vai Uncle Fester, và Bette Midler vai Grandmama,…

Được biết, Cinesite Studios đã vô cùng chú trọng vào việc sử dụng kỹ xảo CGA để tạo ra hình ảnh, chuyển động của nhân vật sao cho giống với bộ truyện tranh gốc nhưng vẫn đậm chất mới mẻ và hiện đại.

Phim dự kiến ra mắt vào ngày 11/10/2019.



Thomas Sabo ra mắt BST Thu Đông 2019 lấy cảm hứng từ những phép màu

Mùa Thu này, hãy bước vào một thế giới đầy mê hoặc của những tuyệt tác trang sức và đồng hồ đến từ thương hiệu nổi tiếng của Đức Thomas Sabo.

Cuộc sống luôn có những phép màu, chỉ cần có niềm tin vào ngôi sao nội lực của bản thân và đừng ngại ngần đi theo con đường của riêng mình, quyền năng sẽ đến với bạn. Thông điệp đầy tính nhân văn và kì diệu được gửi gắm ý nhị qua từng thiết kế của Bộ sưu tập mới nhất đến từ Thomas Sabo. Các thực thể thiên hà, đặc biệt là các ngôi sao và Mặt trăng là hình ảnh chủ đạo xuyên suốt của bộ sưu tập Thu Đông Thomas Sabo 2019.

Breeza Beach Club - câu lạc bộ biển mang phong cách Tây Ban Nha đầu tiên tại Việt Nam

Nằm ngay cạnh hồ bơi chính rộng 1500m² của khu nghỉ dưỡng biển 5 sao Meliá Hồ Tràm, Breeza Beach Club mang phong cách câu lạc bộ và quầy bar ven biển đậm chất Địa Trung Hải nổi tiếng. Tọa lạc tại một trong những bãi biển đẹp nhất ở miền Nam, Breeza Beach Club hứa hẹn sẽ trở thành "điểm phải đến" của giới sành điệu từ TP. Hồ Chí Minh, Vũng Tàu và các vùng lân cận.

Câu lạc bộ biển Breeza có thiết kế và gam màu trung tính, hòa hợp với không gian của toàn bộ khu nghỉ dưỡng. Câu lạc bộ còn có hệ thống bếp mở, nội thất thông thoáng có sức chứa 160 người, cùng với khu vực ngoài trời rộng và quầy cocktail bar ở ngay trung tâm. Có hướng nhìn ra những căn lều cabana nằm xen lẫn với những rặng dừa ngoài bãi biển, Breeza Beach Club là nơi đẹp nhất để ngắm hoàng hôn tại Hồ Tràm.

Địa chỉ: Ấp Hồ Tràm, xã Phước Thuận, huyện Xuyên Mộc, tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu.

12/12/2019

TRUNG TÂM HỘI NGHỊ QUỐC GIA HÀ NỘI

Triển lãm Vietnam Int'l Café Show in Hanoi

Triển lãm quy tụ các doanh nghiệp thuộc nhiều lĩnh vực trong ngành công nghiệp thực phẩm và đồ uống trong nước và quốc tế, là diễn đàn rộng lớn để trao đổi học hỏi kiến thức cũng như tạo dựng nhiều cơ hội quý báu để hợp tác kinh doanh, giao kết thương mại.

20/10/2019

HOÀN KIẾM, HÀ NỘI

Giải chạy Hanoi Heritage Marathon

Phân loại: Road - Đường Nhựa

Cự ly: 10.000m, 21.000m, 42.000m

Website: Hanoi International Heritage Marathon 2019

16 - 19/10/2019.

TRUNG TÂM HỘI CHỢ VÀ TRIỂN LÃM SÀI GÒN (SECC)

Triển lãm về thiết bị làm bánh quốc tế

Triển lãm dự kiến thu hút 70 đơn vị, 130 gian hàng. Đây là triển lãm quốc tế chuyên về ngành thiết bị bánh đầu tiên được tổ chức tại Việt Nam.

20H, NGÀY 12/10/2019

CUNG VĂN HÓA HỮU NGHỊ VIỆT XÔ, HÀ NỘI

Liveshow Kim Tử Long - Thánh Đường Sân Khấu

Sự kết hợp lần đầu tiên của cặp nghệ sĩ Kim Tử Long - Ngọc Huyền trên sân khấu thủ đô đáp ứng lòng mong đợi của khán giả yêu mến nghệ thuật cải lương, hứa hẹn mang tới nhiều cảm xúc và ấn tượng sâu đậm trong lòng khán giả.

Giá vé: 500.000 - 2.000.000 VND

Biển hồ Galilee: *Bồng lai tiên cảnh*

BÀI: HOÀNG LAN ANH

TÔI NGỒI TRÊN NHỮNG VIÊN ĐÁ TRÒN CÓ TUỔI ĐỜI TRIỆU NĂM, NGẮM MẶT HỒ PHẲNG LẶNG NHƯ MỘT CHIẾC GƯƠNG KHỔNG LỒ NƠI VÙNG ĐẤT THÁNH. BUỔI SÁNG MÁT MẺ TRONG LÀNH QUÁ ĐỖI LÀM TÔI CHÌM ĐẮM TRONG NHỮNG TƯỞNG TƯỢNG NGƯỢC CHIỀU THỜI GIAN. HƠN 2000 NĂM TRƯỚC, CHÚA JESUS TỪNG ĐI TRÊN MẶT NƯỚC HỒ NÀY, DẸP YÊN NHỮNG BÃO TỐ.

Check-in nơi tuyệt mỹ

Từ thành phố Netanya đến Biển hồ Galilee khoảng 100 km. Chị Hồng Shurany, một người bạn của tôi ở Israel, bảo đã đến quốc gia Trung Đông này mà không đến Biển hồ Galilee thì đúng là một thiệt thòi lớn. Xách vali lên và đi. Chúng tôi lên đường trong tâm trạng háo hức khó diễn tả. Không chỉ là vì sẽ đến một nơi "check-in" sống ảo đẹp tuyệt mỹ như chốn bồng lai, mà còn là cơ hội khám phá một vùng đất lịch sử đã được ghi vào Kinh thánh với bao nhiêu bí ẩn.

Không lựa chọn khách sạn, chúng tôi mang lều trên xe để tận hưởng cảm giác ngủ trong "khách sạn ngàn sao" gần gũi thiên nhiên. Trước khi đi, chị Hồng đã cẩn thận chuẩn bị rất nhiều thực phẩm cho bữa tiệc BBQ tối trên Biển hồ. Gần hai tiếng lái xe từ Netanya, dọc đường vừa chạy vừa dừng để check-in những địa điểm đẹp đánh dấu mực nước biển, chúng tôi đến Biển hồ Galilee khi ông mặt trời thả những tia nắng cuối ngày xuống mặt hồ, vừa rực rỡ vừa bí ẩn. Hoàng hôn trên Biển hồ Galilee là một thứ hoàng hôn đẫm màu huyền bí, vừa làm cho người ta phấn khích khi khám phá một thứ mới mẻ, nhưng cũng đầy những nỗi nhớ chơi vơi. Đó là một thứ cảm giác rất lạ.

Đêm cuối tuần lãng mạn

Biển hồ Galilee, cũng gọi là Biển hồ Genneseret, hồ Kinneret hoặc hồ Tiberias, là hồ nước ngọt lớn nhất ở Israel. Tên hồ có thể phát xuất từ tiếng Do Thái kinnor ("đàn hạc" hoặc "đàn lia") vì hồ có dạng giống như một trong hai loại đàn này.

Trên 1 triệu du khách ghé thăm Biển hồ Galilee mỗi năm, có rất nhiều khách sạn ở khu vực này. Nhưng người dân Israel và cả du khách cũng rất thích trải nghiệm ngủ lều qua đêm để hoà mình với thiên nhiên, nắng và gió. Vào cuối tuần, bạn có thể dễ dàng nhìn thấy hàng chục chiếc lều được dựng lên dưới những gốc cây cổ thụ xoè tán xanh mát. Người khuyên chúng tôi ngủ lều ở hồ Galilee là chị Hồng. Chị Hồng nói cứ chờ đợi cảm giác được tận hưởng "n trong 1" thứ trong một đêm cuối tuần lãng mạn. Vừa có thể bơi trong làn nước trong mát ở biển hồ nước ngọt thấp nhất thế giới (nằm ở độ sâu 209 mét dưới mực nước biển), vừa thưởng thức món nướng cực kỳ thơm ngon, sau đó hoặc là tán gẫu dưới bầu trời đầy sao, hoặc là đắm mình trong âm nhạc trong một không khí đặc quánh. Người Israel rất yêu âm nhạc, điều này tôi có thể khẳng định. Suốt những ngày ở Israel, tôi đã chứng kiến rất nhiều thanh niên mang loa ra đường nghe nhạc, vừa đi vừa nhún nhảy rất thích thú.

Dù dựng lều xong đã gần 7 giờ, chúng tôi vẫn quyết định… bơi. Để phục vụ khách du lịch, người ta dựng những khu nhà phục vụ việc tắm tráng, vệ sinh của người dân. Sạch sẽ, miễn phí, thân thiện, người Israel để lại ấn tượng bởi sự thân thiện dễ mến khác xa với tưởng tượng. Suốt nửa tháng chịu cái nóng đến cháy người của vùng Trung Đông, giờ được ngâm mình dưới làn nước mát lạnh, tôi cảm giác như sự tươi trẻ ngấm qua da, mát vào từng thớ thịt. Nguồn nước chính chảy vào Biển hồ Galilee bắt đầu từ sông Jordan, rồi từ đó tràn qua các hồ nhỏ và sông rạch xung quanh. Nhưng với vị trí nằm sâu trong Thung lũng Great Rift, tách biệt giữa mảng châu Phi và mảng Ả Rập, hồ Galilee cũng được cung cấp một lượng lớn nước từ các suối ngầm trong lòng đất.

Đi tìm con tàu Jesus

Buổi sáng ở hồ Galilee đẹp như một bức tranh. Tôi thức dậy khi ánh nắng rọi qua lều, dù chưa đến 6 giờ. Một mình đi dạo trong sự trong lành tuyệt đối, ở một không gian tĩnh lặng, thỉnh thoảng mới có một vài chú chim cất tiếng khi bay ngang, là một trải nghiệm tuyệt vời. Hiếm có nơi nào tôi đã qua mà nước hồ trong đến như vậy. Trong đến độ cảm giác nhìn được tới đáy, nơi những viên đá cuội tuổi đời triệu năm, trầm tư đón ánh nắng mặt trời.

Trong Kinh thánh, phần lớn hoạt động giảng đạo của Chúa Jesus diễn ra trên vùng bờ hồ này. Thời đó có một dải làng mạc và nơi định cư liên tiếp chung quanh hồ với việc buôn bán thịnh vượng và chở thuyền trên hồ. Kinh thánh mô tả Chúa Jesus kêu gọi 4 tông đồ đầu tiên trong số 12 tông đồ trên bờ hồ này. Một trong các bài giảng nổi tiếng của Chúa là "Bài giảng trên núi", diễn ra

Tôi ngồi trên những viên đá tròn, ngắm mặt hồ phẳng lặng như một chiếc gương khổng lồ nơi vùng đất thánh, thấy mình thật sự may mắn khi có mặt ở đây.

trên một ngọn đồi trông xuống hồ. Nhiều phép lạ của Chúa Jesus cũng diễn ra tại đây, trong đó có việc Chúa đi trên mặt nước hồ, dẹp yên bão tố và biến vài chiếc cánh cùng mấy con cá thành số lượng khổng lồ để nuôi năm nghìn người. Theo lịch sử, năm 135 sau Công nguyên, cuộc nổi dậy thứ hai của người Do Thái chống lại người La Mã bị đè bẹp. Người La Mã trả đũa bằng việc đuổi người Do Thái khỏi Jerusalem, từ đó trung tâm văn hóa và học thuật của người Do Thái chuyển về cùng Kinneret, đặc biệt ở thành phố Tiberias. Trong thời Đế quốc Byzantine, Biển hồ Galilee với nhiều ý nghĩa lớn về cuộc đời của Chúa Jesus đã trở thành nơi hành hương lớn của các người Kitô giáo. Tôi ngồi trên những viên đá tròn, ngắm mặt hồ phẳng lặng như một chiếc gương khổng lồ nơi vùng đất thánh, thấy mình thật sự may mắn khi có mặt ở đây.

Buổi sáng mát mẻ trong lành quá đỗi làm tôi chìm đắm trong những tưởng tượng ngược chiều thời gian, cảm giác con tàu Jesus hiện ra ở đâu đó rất gần. Năm 1986, sau một cơn hạn lịch sử khiến mực nước hạ xuống ở mức kỷ lục, tại phía Tây Bắc của Biển hồ Galilee, người ta tìm thấy một con thuyền đánh cá cổ có từ thế kỷ 1 sau Công nguyên. Phần tàn tích của con thuyền dài 8,27m,

rộng 2,3m và cao 1,3m. Con thuyền này là một trong những di tích quan trọng của người Do Thái, vì đây là loại thuyền đặc trưng mà tổ tiên họ đã dùng trong thế kỷ thứ 1 để di chuyển và đánh bắt cá. Loại thuyền mộc này cũng từng được Chúa Jesus và các học trò của ông sử dụng, và vì thế, dù không có bằng chứng nào cho thấy rằng con thuyền này có liên quan tới Chúa Jesus hay các học trò của ngài, nhưng con thuyền này vẫn được gọi là con thuyền Jesus, thậm chí thực sự trở thành báu vật quốc gia.

Con tàu ấy đã không hiện ra, nhưng có lẽ Chúa đã cho tôi cơ hội trải nghiệm tuyệt vời để có những khoảnh khắc khiến người khác phải ghen tị. Một thanh niên bản xứ thấy tôi lơ ngơ trên hồ buổi sáng sớm đã nhiệt tình mời trải nghiệm chiếc ván chèo đứng của anh trên mặt hồ đẹp như tranh thuỷ mặc. Đi trên mặt nước không hề là chuyện dễ dàng, nhất là với những người không biết chèo ván, nhưng vì sự nhiệt tình của người thanh niên ấy, tôi đã có những bức ảnh "để đời". Chỉ có thể dùng từ tuyệt đẹp.

Bơm nước cứu biển hồ

Với chu vi khoảng 53 km (33 dặm), chiều dài khoảng 21 km (13 dặm), chiều rộng khoảng 13 km (8 dặm), diện tích tổng cộng là 166 km^2, chiều sâu tối đa 43 m, Biển hồ Galilee từng là một trong số nguồn nước chính của Israel, nhưng hiện nay, nó không còn đảm đương được nhiệm vụ đó nữa. Hồ này cũng đang bị thu hẹp dần sau nhiều năm hạn hán.

Ông Uri Schor, người phát ngôn của Cơ quan Quản lý Nước Israel cho hay, cách đây không lâu, Biển hồ Galilee vẫn còn là một trong 3 nguồn tự nhiên chính cung cấp nước, cung ứng 1/3 lượng nước cần thiết cho Israel, nhưng bây giờ, Biển hồ đã "không hoàn thành nhiệm vụ" nữa. Dân số và nhu cầu ngày càng tăng trong khi lượng nước giảm, chính là nguyên nhân của tình trạng này. Mực nước bây giờ thấp hơn mặt hồ 15 feet.

Để không bị mất nguồn nước ngọt, cũng như một di sản, Israel đã ngừng lấy nước hồ cho hệ thống nước chính. Ông Uri Schor cho hay, việc bơm nước hồ từ khoảng 400 triệu mét khối/năm, đã bị cắt giảm xuống chỉ còn dưới 30 triệu, tuy nhiên, mực nước Biển hồ Galilee vẫn tiếp tục giảm. Và nếu mực nước xuống quá thấp, hồ sẽ mặn, sau đó nó vĩnh viễn không còn là nguồn nước uống chính nữa. Để cứu Biển hồ Galilee, Israel đã thử một cách tiếp cận độc đáo, đó là xây dựng 2 nhà máy khử nước biển và bơm 100 triệu m3 nước mỗi năm vào Biển hồ Galilee từ năm 2022. Mục tiêu lâu dài của kế hoạch này là bơm tổng cộng 1,1 tỉ m^3 nước đã qua xử lý vào các hồ dự trữ nước ngọt từ năm 2030 nhằm giữ mực nước đủ cao để nó vẫn là một nguồn nước chính của Israel.

Chefchaouen

Viên ngọc xanh trên lục địa đen

BÀI: MỸ HẠNH

NẰM Ở PHÍA TÂY BẮC VƯƠNG QUỐC MOROCCO, TRONG VÀI NĂM TRỞ LẠI ĐÂY, CHEFCHAOUEN BỖNG NỔI LÊN THÀNH MỘT TRUNG TÂM DU LỊCH HẤP DẪN, ĐÓN TIẾP CẢ TRIỆU LƯỢT KHÁCH THAM QUAN TỪ KHẮP NƠI ĐỔ VỀ, MÀ ĐIỂM NHẤN NỔI BẬT NHẤT LÀ KHU PHỐ CỔ VỚI MỘT MÀU SƠN TƯƠI TẮN NHƯ BẦU TRỜI XANH THẲM TRONG NHỮNG NGÀY NẮNG ĐẸP...

Thành phố từ một góc nhìn trên cao

Chefchaouen có lịch sử khá lâu đời. Nó được thành lập vào năm 1471 từ cái gốc ban đầu là một pháo đài nhỏ - vẫn tồn tại đến ngày nay - được xây dựng với mục đích chống trả cuộc xâm lăng của dân du mục, sau đó là quân lính Bồ Đào Nha và Tây Ban Nha vào miền Bắc Morocco. Trải qua nhiều thế kỷ, Chefchaouen đã tiếp nhận nhiều làn sóng di cư của cộng đồng Hồi giáo và dân Do Thái - chính là những người đã lựa chọn sơn màu xanh dương lên tòa nhà của mình như một truyền thống không thể xóa bỏ của dân tộc. Bởi màu sơn đó gợi nhớ đến hình ảnh bầu trời, là lời nhắc nhở ngày ngày về sự hiện diện của Thượng đế.

Từ trên đỉnh đồi nhìn xuống, Chefchaouen vẫn nổi bật với màu trắng bao trùm lên cả thành phố, chỉ khi đi vào khu phố cổ (medina), du khách mới được đắm chìm trong màu xanh độc đáo, rực rỡ mà không gay gắt, biểu tượng cho một niềm tin bất diệt. Thành phố nào ở Morocco cũng có các medina với những con đường đan xen như mê cung, những ngõ hẹp chật chội, ngoằn ngoèo đi giữa những tòa nhà cao vút lên, nếu không có người dẫn đường thì rất dễ bị lạc. Nhưng chính lối kiến trúc lạ lùng đó giúp ngăn cản ánh mặt trời khắc nghiệt trên lục địa đen, giữ lại một chút mát mẻ vào ban ngày cho các cư dân sống ở đó. Nhưng đứng từ bất kỳ góc nào trong medina cũng như trong toàn thành phố, người ta cũng dễ dàng nhìn thấy hai ngọn núi song song với chiều cao 1.700 mét vươn lên nền trời. Cái tên của thành phố cũng được đặt từ đây: theo ngôn ngữ Berbers cổ đại, chaouen nghĩa là "sừng dê" và chef nghĩa là "hãy nhìn". Chefchaouen nghĩa là "hãy nhìn vào cặp sừng dê".

Từ trên đỉnh đồi nhìn xuống, Chefchaouen vẫn nổi bật với màu trắng bao trùm lên cả thành phố

Hoa nở vàng rực trên sườn đồi khi mùa Thu sang

Hàng hóa được bày bán dọc theo những ngõ nhỏ

Nhưng cũng phải đến những năm 1930, cộng đồng Do Thái sinh sống trong khu medina của Chefchaouen mới quyết định sơn tường nhà màu xanh dương. Rồi đến chậu hoa, cửa nhà, cửa sổ và cả các tấm lưới ngăn muỗi, những chậu hoa treo tường, tất cả đều chuyển thành màu xanh dương với đủ các sắc thái khác nhau. Dĩ nhiên, khi Morocco chính thức độc lập và có nhiều giao tiếp hơn với thế giới văn minh, đã có thêm những màu sắc khác xuất hiện trong khu medina nhưng xanh dương vẫn giữ được vị trí chủ đạo. Thậm chí gam màu này còn xuất hiện trên tường của các nhà

Ngay cả nhà nguyện Hồi giáo cũng được sơn màu xanh

Có thể coi Chefchaouen là sự tương phản rõ nét với bầu không khí sôi động, sầm uất ở các đô thị lớn như Marrakesh

nguyện Hồi giáo mà không hề có bất cứ ý kiến phản đối nào. Cho đến khi Instagram ra đời và những hình ảnh đầu tiên của khu medina ở Chefchaouen được tải lên, du khách bắt đầu lũ lượt kéo tới đây, để khám phá, để đắm chìm trong bầu không khí cổ xưa và để… chụp cho mình những bức ảnh ấn tượng nhất.

Có thể coi Chefchaouen là sự tương phản rõ nét với bầu không khí sôi động, sầm uất ở các đô thị lớn như Marrakesh, Rabat hay Fez. Người dân ở đây sống trầm tĩnh và khép kín hơn, đặc biệt, họ rất không thích bị chụp ảnh. Tuy nhiên, hơi thở cuộc sống thì vẫn đậm đặc như ở bất kỳ đâu, từ những chậu hoa nhiều màu sắc nằm rải rác trên các bức tường xanh ngắt cho đến các bao màu henna dùng để vẽ chân tay trong lễ cưới hay các ngày hội cộng đồng bày bán dọc mọi con phố, từ mùi gia vị truyền thống Ras el Hanout – một loại

Món tanjine trứ danh của ẩm thực Morocco

ngũ vị hương bao gồm nghệ, ớt, thì là, đinh hương, bạch đậu khấu – lan tỏa khắp nơi cho đến mùi hoa quả chín từ các gian hàng nhỏ như làm dịu cái nóng nực của đất Phi châu. Cũng tại medina này, du khách sẽ nhanh chóng bị quyến rũ bởi những món đồ thủ công đẹp đẽ như giỏ đan bằng tay, gốm sứ nhiều màu, bộ ấm chén uống trà lạ mắt với mức giá đáng yêu đến nỗi không ai còn muốn mặc cả làm gì. Chefchaouen cũng là nơi còn sót lại những nghệ nhân cuối cùng của nghề đúc đồng và làm nồi hơi đã được truyền qua nhiều thế hệ. Ghé thăm một gian hàng đúc đồng chính là cơ hội tận hưởng bản hòa tấu độc đáo của những âm thanh vang rền khó mà tìm thấy ở những thành thị hiện đại.

Đồ gốm sứ mỹ nghệ là mặt hàng rất được du khách ưa chuộng

Thịt viên có thể ăn kèm cơm và một số loại thức ăn khác

Giữa những con phố nhỏ dài dằng dặc luôn sẵn sàng dăm ba chỗ nghỉ chân cho du khách và nếu may mắn, họ có thể sẽ bắt gặp những nhân vật kỳ lạ mặc áo djellaba – một kiểu áo choàng trùm đầu cho cả phụ nữ và đàn ông ở Bắc Phi, trông rất giống áo của các hiệp sĩ Jedi trong series phim "Chiến tranh giữa các vì sao". Hồi năm 2011, một người mẫu trong show diễn In Lavie Bleue của nhà George Armani khi quay phim ở đây đã tình cờ gặp nhân vật này và cho đến nay đó vẫn được coi là một bí ẩn thú vị.

Đã đến Chefchaouen, du khách cũng không thể quên ghé thăm pháo đài cổ Kasbah – công trình duy nhất sót lại từ hơn 500 năm trước, với phần tháp canh và nhà tù vẫn còn khá nguyên vẹn. Sau đó là một chặng đường ngắn lên đỉnh đồi phía sau khách sạn Atlas rồi lên tiếp nhà thờ Hồi giáo kiểu Tây Ban Nha Jemaa Bouzafar – được mệnh danh là "tổ đại bàng" - để ngắm toàn cảnh thành phố trước và đi thăm Công viên quốc gia Talasemtane, nơi có khí hậu ôn hòa quanh năm.

Với những người thích mua sắm, dĩ nhiên khu medina chính là một thiên đường nhờ sự phong phú về chủng loại hàng hóa và kiểu cách bán hàng vô cùng dễ chịu. Thảm, khăn, các loại gia vị, đồ kim loại và nhất là những chiếc áo djellaba làm từ len, nó sẽ mang đến cho người mặc dáng vẻ kỳ bí khi tiết đông sang. Giá một chiếc djellaba rơi vào khoảng 300 đồng Dirham, tương đương 30 USD, nếu chọn loại áo không có tay, du khách chỉ phải trả khoảng 180 đồng Dirham, tương đương 18 USD.

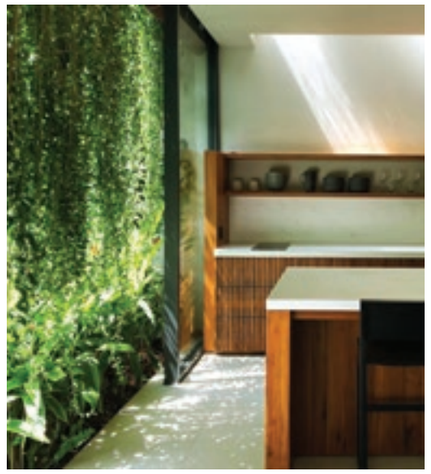
Và sẽ thật đáng tiếc nếu bỏ qua những món ngon truyền thống ở thành phố này. Đó là tanjine – rau hầm với thịt dê hoặc thịt cừu, cũng có thể thay thế bằng thịt gà trong nồi đất với chiếc vung hình chóp lạ mắt, là harira – súp cà chua nấu theo công thức bí truyền, là kofte – thịt viên đậm đà, salada variada – salad cà chua, dưa chuột và trứng. Hãy cố gắng lựa chọn những món sử dụng dầu ô-liu và phô-mai dê vì đây chính là hai thứ đặc sản trứ danh, cũng là niềm tự hào lớn của người Chefchaouen. Đi ăn ở thành phố này, nên tránh xa các nhà hàng quanh pháo đài cổ Kasbah vì giá đắt mà chất lượng lại dở, thay vào đó, hãy chọn những quán ăn mang tên Assadaa, Granada, Chez Fuaz – cả ba đều phục vụ món tanjine ngon lành, salad thanh mát và phô-mai dê nhà làm rất lạ miệng. Đồ ăn Morocco vị có thể hơi nồng vào lúc ban đầu nhưng khi đã quen rồi thì sẽ thấy chúng ngon không kém bất kỳ nền ẩm thực nào trên thế giới…

Chefchaouen chắc chắn khiến nhiều người nghĩ đến thành phố hồng Jaipur ở Ấn Độ. Cùng với đảo Santorini ở Hy Lạp, chúng được coi là những thành phố đơn sắc nổi tiếng thế giới. Chính quyền Morocco đã coi Chefchaouen là một bảo vật đương thời với những giá trị văn hóa có thể sánh ngang với địa danh du lịch nổi tiếng nhất vương quốc này là thành phố Marrakesh.

Wyndham Garden Phú Quốc:

Thư giãn với biệt thự biển xu hướng Go Green

ĐIỂM NỔI BẬT NHẤT CỦA BIỆT THỰ BIỂN WYNDHAM GARDEN PHÚ QUỐC LÀ SỬ DỤNG KIẾN TRÚC PRIVATE VILLA ĐỘC ĐÁO VÀ DUY NHẤT, CỨ CỤM 5 ĐẾN 7 CĂN BIỆT THỰ NHÓM THÀNH NHỮNG NGÔI LÀNG NHỎ, CÓ KHOẢNG SÂN CHUNG, MỖI CĂN BIỆT THỰ VỪA ĐỦ RIÊNG TƯ ĐỂ CHỦ NHÂN CÓ THỂ TÌM THẤY MỘT KHÔNG GIAN THƯ GIÃN LÝ TƯỞNG, VỪA ĐỦ KHÔNG GIAN GIAO TIẾP CỘNG ĐỒNG. THIẾT KẾ MỘT TRỆT VỚI 100% CĂN BIỆT THỰ CÓ HỒ BƠI RIÊNG VÀ ĐƯỢC PHỦ XANH BẰNG VẬT LIỆU TỰ NHIÊN NHƯ CÚC TẦN ẤN ĐỘ HOÀN TOÀN PHÙ HỢP VỚI XU HƯỚNG GO GREEN (XU HƯỚNG XANH) ĐANG PHỔ BIẾN TRÊN THẾ GIỚI HIỆN NAY.



Dự án Wyndham Garden Phú Quốc tọa lạc tại Bãi Trường, tâm điểm phát triển của đảo ngọc Phú Quốc, thuộc dự án quy hoạch Khu du lịch biển và trung tâm hội nghị 1,236 hecta Bãi Trường, xã Dương Tơ, huyện Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang. Với bãi biển trải dài 20 km, Bãi Trường là bãi biển dài nhất Phú Quốc, thu hút hàng loạt đầu tư từ những nhà đầu tư lớn với các dự án resort cao cấp ven biển như Inter Continetal, Pullman, Novotel,...

Dự án Wyndham Garden Phú Quốc có tổng cộng 153 căn biệt thự và 25 lô phố thương mại mặt tiền 36m (trục đường chính Bãi Trường) với tổng diện tích 74.727 m2. Vị trí của dự án còn đắt giá hơn do tọa lạc tại vị trí giao nhau giữa trục trung tâm Bãi Trường lộ giới 36m với trục trung tâm hội nghị và quảng trường biển lộ giới 82m, giúp kết nối

giao thông vô cùng thuận lợi. Trong tương lai, với khối lượng đầu tư khổng lồ và đồng bộ, Bãi Trường sẽ trở thành một "bãi biển Miami" sầm uất của Việt Nam, kéo theo tiềm năng gia tăng giá trị bất động sản đáng chú ý.

Không chỉ là khu dự trữ sinh quyển thế giới được UNESCO công nhận, Phú Quốc còn là một trong 100 bãi biển đẹp nhất hành tinh với tiềm năng du lịch vượt bậc. Lượng khách du lịch đến Phú Quốc ngày càng tăng, dự kiến đến năm 2030 sẽ có khoảng 5 đến 7 triệu lượt khách du lịch một năm. Đảo ngọc với vị trí đắc địa và cảnh quan thiên nhiên đẹp mỹ miều đã thu hút khoảng 168.000 tỷ đồng đầu tư từ những nhà đầu tư lớn nhất tại Việt Nam. Bên cạnh đó, kế hoạch đầu tư mạnh mẽ của Chính phủ cho cơ sở hạ tầng và sân bay quốc tế đang biến Phú Quốc trở thành địa chỉ đầu tư vô cùng tiềm năng về du lịch, dịch vụ kết hợp với nghỉ dưỡng và ẩm thực.

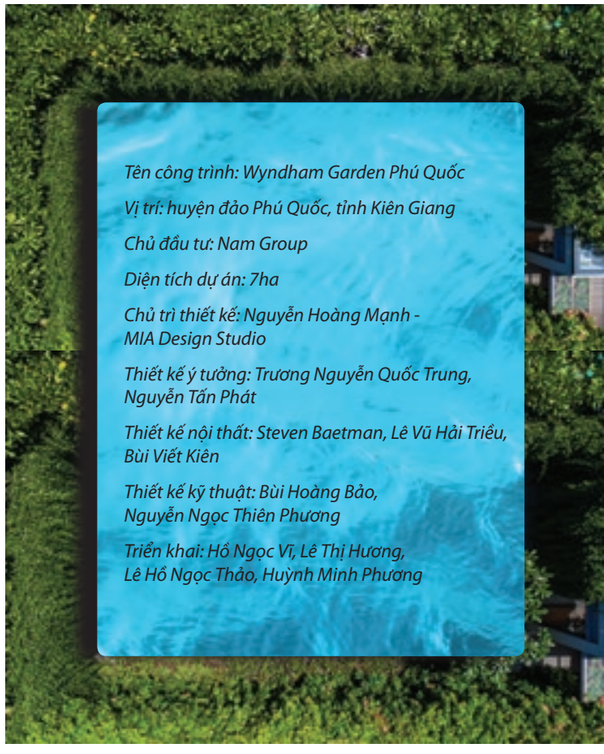
Đối với dự án biệt thự biển Wyndham Garden Phú Quốc, có thể nói rằng, điểm ấn tượng nhất của dự án là sử dụng kiến trúc private villa độc đáo và duy nhất, gợi nét mộc mạc bình yên của làng quê Việt Nam: cứ cụm 5 đến 7 căn biệt thự nhóm thành những ngôi làng nhỏ, có khoảng sân chung. Nhờ đó, mỗi căn biệt thự tại Wyndham Garden vừa đủ riêng tư để chủ nhân có thể tìm thấy một không gian thư giãn lý tưởng, vừa đủ không gian giao tiếp cộng đồng. Đặc biệt, thiết kế một trệt với 100% căn biệt thự có hồ bơi riêng và được phủ xanh bằng vật liệu tự nhiên như cúc tần Ấn Độ hoàn toàn phù hợp với xu hướng Go Green đang phổ biến trên thế giới hiện nay.

Trong quá trình thiết kế mặt bằng tổng thể, các kiến trúc sư của MIA Design Studio gom các villa thành từng cụm nhỏ, gợi nên hình ảnh gần gũi của làng cổ Việt. Với hình ảnh con đường làng bao quanh bởi lũy tre, các tuyến đường giao thông trong dự án được thiết kế nhỏ và uốn lượn, gợi nhớ về con đường ở làng quê Việt nhằm tạo cảm giác gần gũi cho người sử dụng.

Mỗi nhóm từ 5 đến 7 villa tạo thành một xóm nhỏ với lối đi riêng và một khoảng sân chung. Điều này tạo nên không riêng tư tuyệt đối, tĩnh lặng và lãng mạn với thiết kế kiến trúc độc đáo. Tính riêng tư của các villa được tạo ra bằng những bức tường cao 3 mét và bỏ đi các khung cửa nhằm mở tối đa không gian bên trong, tạo kết nối với tự nhiên. Với xu hướng Go Green, không gian bên trong mỗi villa cũng tạo cho người sử dụng cảm giác lạc giữa những khoảng xanh. Bước vào căn biệt thự, ta ngỡ như lạc giữa những mảng xanh dịu mát tràn ngập không gian. Phòng và sân vườn chỉ ngăn cách nhau bằng một tấm mành lá cây trên mái nhà với thiết kế mở đón ánh sáng tự nhiên đến mọi ngóc ngách khiến căn biệt thự như một tuyệt tác hài hòa của thiên nhiên và kiến trúc.

Nội thất của các căn biệt thự cũng được sử dụng chất liệu mộc mạc, thân thiện với thiên nhiên. Cùng với cấu trúc một tầng, Wyndham Garden Phú Quốc không chỉ đem đến không gian thư giãn riêng tư tuyệt đối mà còn hạn chế tối đa chi phí xây dựng giúp giải quyết bài toán đầu tư của chủ sở hữu.

Bên cạnh đó, Wyndham Garden Phú Quốc cũng sẽ mang tới bạn những tiện ích hoàn hảo của một khu nghỉ dưỡng cao cấp với nhà trung tâm, sảnh đón tiếp, phòng hội nghị đa năng, khu nhà hàng, spa, gym, hồ bơi ngoài trời, hồ tràn cảnh quan, sân tập golf mini, sân vườn, nhà thương mại...



Tên công trình: Wyndham Garden Phú Quốc

Vị trí: huyện đảo Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang

Chủ đầu tư: Nam Group

Diện tích dự án: 7ha

Chủ trì thiết kế: Nguyễn Hoàng Mạnh - MIA Design Studio

Thiết kế ý tưởng: Trương Nguyễn Quốc Trung, Nguyễn Tấn Phát

Thiết kế nội thất: Steven Baetman, Lê Vũ Hải Triều, Bùi Viết Kiên

Thiết kế kỹ thuật: Bùi Hoàng Bảo, Nguyễn Ngọc Thiên Phương

Triển khai: Hồ Ngọc Vĩ, Lê Thị Hương, Lê Hồ Ngọc Thảo, Huỳnh Minh Phương

CLASH DE CARTIER

Biểu tượng thanh lịch vượt thời gian

TỪNG LÀ BỘ SƯU TẬP NỮ TRANG TIÊN PHONG CHO XU HƯỚNG TRANG SỨC CỦA THẾ KỶ TRƯỚC, ĐỒNG THỜI VẪN GẮN BÓ VỚI GIÁ TRỊ CỐT LÕI CỦA MÌNH: NGHỆ THUẬT CHẾ TÁC THỦ CÔNG KINH ĐIỂN, GIỜ ĐÂY, CARTIER NÂNG TẦM CLASH DE CARTIER VƯỢT XA NHỮNG CHUẨN MỰC VÀ NGUYÊN TẮC TRUYỀN THỐNG.

Được mệnh danh "viên ngọc quý hai mặt", Clash de Cartier là sự pha trộn và kết hợp các chuẩn mực cao quý của trang sức và di sản nghệ thuật thủ công Cartier. Bộ sưu tập khám phá tính hai mặt của các món trang sức, với những đặc trưng về thiết kế hình học của nhà Cartier. Nghệ thuật thủ công quen thuộc như đinh tán, hạt, hoặc cườm vuông xuất hiện từ những năm 30 của thế kỷ XX được Cartier sử dụng và cách tân mạnh mẽ hơn, tạo nên những họa tiết quyến rũ, đầy nổi loạn, phá vỡ các nguyên tắc thiết kế thường thấy của một tạo tác trang sức cao cấp.

Vượt qua mọi ranh giới giữa nam và nữ, Clash de Cartier được xem là biểu tượng phi giới tính của "một trong những hãng trang sức xa xỉ nhất thế giới".

Bộ sưu tập Clash de Cartier mới gồm 08 món trang sức như nhẫn, vòng tay, dây chuyền và hoa tai với các kích cỡ khác nhau. Được thiết kế hài hòa, tỉ mỉ đến từng chi tiết, các tạo phẩm được đính các hạt đá màu đỏ hoặc đinh tán vuông hình kim tự tháp bằng vàng hồng 4N, được lắp ráp thành hàng, với hai hàng đinh tán có kích thước nhỏ hơn và mỗi hàng lót một bên.

Mặc dù bề mặt có vẻ góc cạnh song khi chạm vào, bạn sẽ dễ dàng cảm nhận được sự mượt mà. Vẻ ngoài cũng có phần hơi cứng nhưng trên thực tế, các chi tiết được thiết kế với cơ chế tự do di chuyển: thông qua các nam châm nhỏ gần như vô hình, các đinh tán liên kết của chúng có thể điều chỉnh được. Vượt qua mọi ranh giới giữa nam và nữ, Clash de Cartier được xem là biểu tượng phi giới tính của "một trong những hãng trang sức xa xỉ nhất thế giới". Như lời tuyên bố của Cartier "Nam. Nữ. Không phán xét", Clash de Cartier đích thực là một nét tạo phẩm kinh điển mang vẻ đẹp tân thời trong thị trường trang sức đang bão hòa hiện nay!

Với tinh thần đổi mới vượt qua các chuẩn mực truyền thống nhưng vẫn giữ vững được vẻ thanh lịch của giới quý tộc nói chung và giới hạn của sự xa xỉ nói riêng, nữ diễn viên người Anh gốc Brazil Kaya Scodelario tự hào trở thành gương mặt đại diện cho dòng trang sức Clash De Cartier.

BST TUDOR BLACK BAY

32/36/41 S&G - Cỗ máy huyền thoại

Tại Triển lãm đồng hồ thế giới - Baselworld 2019 được tổ chức ở Thụy Sỹ, Tudor một lần nữa đưa người xem bước vào thế giới của những chiếc Black Bay, qua đó vén bức màn lịch sử về khía cạnh hiếm thấy của cỗ máy huyền thoại gắn liền với tên tuổi thương hiệu.

Các mẫu Black Bay 32, 36 và 41 S&G (Steel & Gold - thép & vàng) đi kèm dây đeo 5 mối nối bằng vàng gold và thép mang dáng dấp thể thao nhưng cũng không kém phần thanh lịch, vẫn giữ được các đặc tính thẩm mỹ của dòng Black Bay, kết hợp cùng tính bền bỉ, chính xác và mối liên kết chặt chẽ với dòng đồng hồ lặn. Việc kết hợp giữa thép được đánh bóng và vàng gold chải satin mang đến sự tương phản tinh tế cũng như vẻ ấm áp cho vỏ ngoài và dây đeo kim loại. Hai kiểu mặt số đen mờ hoặc màu champagne chải satin giúp người đeo có thể tùy chọn kiểu đồng hồ phù hợp với gu thẩm mỹ cá nhân.

Black Bay 32/36/41 S&G đi kèm dây đeo kim loại hoàn toàn mới. Có cấu trúc đan 5 dải mắt bằng vàng gold và thép. Các mắt bên ngoài là thép chải satin. Mắt chèn ở trung tâm là sắt. Được hoàn thiện độ bóng. Hai mắt nối ở vị trí trung gian là vàng chải satin.

Uyển chuyển, thoải mái, bộ dây tạo ấn tượng thanh lịch nhưng không hề cứng nhắc. Tung hứng cùng các sắc màu tương phản. Kỹ thuật hoàn thiện mang phong cách mới đến với các mẫu Tudor Black Bay 32/36/41 quen thuộc.

Tương tự các mẫu khác trong dòng Black Bay 32, 36 và 41 S&G sở hữu phần mặt số được lấy cảm hứng từ đồng hồ lặn Tudor vào những năm 1950. Chúng kế thừa dáng kim góc cạnh đặc trưng. Thường được biết đến với tên gọi "bông tuyết" (snowflake). Được đưa vào catalogue thương hiêu năm 1969. Cuối cùng, phần núm vặn lớn lấy từ thế hệ đồng hồ lặn đầu tiên của Tudor.

Thông số

Vỏ ngoài: Thép 32, 36 hoặc 41 mm. Được đánh bóng và chải satin hoàn thiện, khả năng chống nước 150 m

Bộ máy: Máy tự lên dây cót Calibre 2824, 38 giờ dự trữ năng lượng.

Mặt số: màu đen hoặc champagne

Dây đeo: Dây 5 mắt bằng thép hoặc vàng gold. Được đánh bóng và chải satin hoàn thiện kèm khóa gập và chốt an toàn.

Ngon Garden

Nếp xưa tinh tế & thanh lịch

Ngon Garden là một bước chuyển mình ngoạn mục của thương hiệu Quán Ăn Ngon trên cuộc hành trình miệt mài gìn giữ và phát triển ẩm thực Việt. Ngon Garden là một sự chắt lọc đầy tinh tế để giữ lại nếp xưa nhưng lại thật khéo léo để thổi vào đó một làn gió mới. Từ kiến trúc không gian, món ăn, dịch vụ đến con người đều phảng phất một nét thanh lịch và giàu có của một thời Đông Dương lẫy lừng trong quá khứ mà vẫn vô cùng hiện đại.

Nếu bạn muốn tìm một nơi để thư thả ăn sáng, một góc tĩnh lặng và khơi nguồn cảm xúc để sáng tác hay làm việc thì khu vườn Ngon Garden với tầm nhìn bao trọn hồ Thiền Quang sẽ thỏa mãn bạn. Ngon Garden sở hữu khu vườn nhiệt đới xanh tươi với hàng trăm loại hoa và cây khác nhau được bài trí tự nhiên cùng nhau phủ một màu xanh mát, được thiết kế mang phong cách hiện đại tràn ngập hương vị thiên nhiên và nắng ấm - sự lựa chọn hoàn hảo cho những tâm hồn yêu thích sự tự do, phóng khoáng. Chỉ một bước chân qua bậc cửa, khu vườn xanh mát và thơm ngát hương hoa sẽ hiện lên trước mặt bạn.

Hàng trăm loại hoa và cây nhiệt đới được bài trí tự nhiên cùng nhau phủ một màu xanh mát cho khu vườn. Không chỉ là địa điểm lý tưởng để gặp gỡ bạn bè, cùng thưởng thức café - ăn sáng, hay nhâm nhi tách trà chiều, bạn còn có thể thả hồn "say đắm" cùng âm nhạc

du dương, tận hưởng trọn vẹn hơi thở của Hà Nội những ngày vào Thu đong đầy cảm xúc.

Ngon Garden với thiết kế Đông Dương đương đại còn ghi dấu ấn bởi đây còn được coi là một tổ hợp các nhà hàng, đáp ứng đa dạng nhu cầu tiếp khách, gặp gỡ bạn bè, gia đình hay tổ chức sự kiện. Tới Ngon Garden, bạn hoàn toàn được trải nghiệm các dịch vụ ăn uống theo chuyên đề, từ café - ăn sáng, buffet trà chiều, hải sản, các món nướng lẩu hấp dẫn, thưởng thức mâm cơm gia đình thân thuộc cho đến những món ăn đường phố ... với menu hơn 300 món ăn Việt phong phú.

Địa điểm: Ngon Garden, 70 Nguyễn Du, Hai Bà Trưng, Hà Nội.
Website: ngongarden.com

Sorae - Tokyo thu nhỏ giữa lòng Sài Gòn

Phía trên bầu trời, giống như chính tên gọi của mình, Sorae là một trong những nhà hàng Nhật Bản có tầm nhìn ngoạn mục nhất và cũng là điểm đến lý tưởng nằm ngay giữa trung tâm Sài Gòn. Toạ lạc tại tầng 24 và 25 của tòa nhà văn phòng AB (76 Lê Lai, Quận 1), Sorae là một trong những nhà hàng Nhật Bản với phong cách ẩm thực sành điệu bậc nhất và là điểm đến nhất định phải biết của dân sành ăn Sài thành. Không chỉ nổi tiếng những món sashimi trứ danh với các nguyên liệu tươi ngon nhất, nhà hàng Sorae còn có khu Yakitori &Beer Kitchen, nơi các đầu bếp thực hiện món nướng yakitori với các nguyên liệu cũng nổi bật không kém như bò Wagyu hay bò Angus được nướng trên bếp than đỏ rực để mang lại những hương vị tuyệt vời nhất. Tinh hoa ẩm thực Nhật Bản với mỗi món ăn là một tác phẩm nghệ thuật cùng sự tận tâm của hơn 20 đầu bếp hàng đầu đã làm nên hương vị Nhật Bản thuần khiết.

Tầng 24 - 25 , AB Tower, 76A Lê Lai, phường Bến Thành, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh

Social Club - Ngắm Sài Gòn từ trên cao

Nằm ở tầng 23 của Hotel des Arts Saigon tại TP.HCM, Social Club không chỉ là nơi để thưởng thức quang cảnh Sài thành lộng lẫy từ trên cao và ẩm thực Âu châu tinh tế mà còn là nơi mang đến những trải nghiệm mang giá trị đẳng cấp.

Social Club là sự kết hợp hài hòa giữa nét lãng mạn và sang trọng của châu Âu vào những năm 1930 và nét hiện đại của thế kỷ 21. Với tầm nhìn bao quát toàn cảnh Sài thành, Social Club đang dần khẳng định mình là một trong những điểm đến độc đáo nhất thành phố để cùng bạn bè thư giãn, thưởng thức các món tinh tế như món khai vị Tapas hay món Steak thơm mịn, quyến rũ mùi bơ và nhấm nháp ly rượu vang hảo hạng trong bầu không khí đầy ắp sự lãng mạn.

76-78 Nguyễn Thị Minh Khai, Phường 6, Quận 3, TP. Hồ Chí Minh

The Gourmet Corner - Không gian sang trọng

Tọa lạc tại tầng 12, số 32 Lò Sũ, Hà Nội, The Gourmet Corner sở hữu một không gian sang trọng cùng tầm nhìn rất ấn tượng. Từ đây, thực khách vừa dùng bữa vừa có thể ngắm trọn khung cảnh tuyệt đẹp của khu phố cổ Hà Nội và 5 cây cầu bắc ngang sông Hồng.

Thực đơn đa dạng, là sự kết hợp độc đáo giữa hai nền ẩm thực Âu và Á, The Gourmet Corner mang đến cho bạn những món ăn hấp dẫn và đặc trưng cho nét văn hóa đặc sắc của ẩm thực từng quốc gia. Trong ba năm liên tiếp (2011-2013), The Gourmet Corner được xếp hạng cao nhất (Số 1) trên trang TripAdvisor. Trong 8 năm liên tiếp, nhà hàng được đứng trong danh sách 10 nhà hàng tốt nhất tại Hà Nội kể từ khi ra mắt năm 2010.

32 Lò Sũ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Miranda Kerr:

Sắc đẹp là một tài sản, và hơn thế nữa

Lần đầu tiên gặp mặt Evan Spiegel, người chồng hiện tại, ngoài tán gẫu, cô thẳng thắn nói làn da của anh hơi khô do làm việc trong văn phòng với máy tính quá nhiều, và đề xuất một khẩu phần dinh dưỡng để tỷ phú công nghệ cải thiện.

Ở TUỔI 36, MIRANDA KERR CÓ TẤT CẢ MỌI THỨ. NGOÀI NHÃN HIỆU RIÊNG, DANH TIẾNG KHÔNG THỂ BÀN CÃI, CÔ ĐANG MANG BẦU EM BÉ THỨ 3 VỚI TỶ PHÚ CÔNG NGHỆ EVAN SPIEGEL, VẪN GIỮ DÁNG ĐẸP VỚI ĐÔI CHÂN DÀI, GƯƠNG MẶT TRÒN VÀ NỤ CƯỜI RẠNG RỠ. CÔ VỪA CHÍNH THỨC KHAI TRƯƠNG NHÃN HIỆU MỸ PHẨM CHĂM SÓC DA ORGANIC CỦA MÌNH MANG TÊN KORA TẠI LONDON, ANH VÀO THÁNG 4/2019 VỚI SỰ ỦNG HỘ HẾT MÌNH CỦA NGƯỜI CHỒNG HIỆN TẠI VÀ HÀNG LOẠT TÊN TUỔI CỦA NGÀNH GIẢI TRÍ, TRONG ĐÓ PHẢI KỂ ĐẾN KATY PERRY, VỊ HÔN PHU CỦA CHỒNG CŨ KERR.

Thoạt nhìn, dễ tưởng sắc đẹp là tài nguyên mang lại cho cô sự nghiệp toàn diện ngày hôm nay nhưng triết lý sống tích cực và nỗ lực bền bỉ để cân bằng sức lực trong các mục tiêu khác nhau của cuộc đời mới khiến cựu thiên thần nội y trở thành một biểu tượng sống của vẻ đẹp thể chất và tâm hồn hài hòa. Cùng Người Dẫn Đầu khám phá những câu chuyện kinh doanh và lối sống thú vị của người đẹp Australia.

Miranda Kerr ăn kiêng theo chế độ của Tiến sỹ Peter D'Adamo dựa trên nhóm máu và nuôi dưỡng làn da óng mượt của mình từ nước uống chiết xuất từ trái nhàu Taitian. Lần đầu tiên gặp mặt Evan Spiegel, người chồng hiện tại, ngoài tán gẫu, cô thẳng thắn nói làn da của anh hơi khô do làm việc trong văn phòng với máy tính quá nhiều, và đề xuất một khẩu phần dinh dưỡng để tỷ phú công nghệ cải thiện. Hiện nay, cô cũng thường xuyên duy trì tiến trình thanh lọc cơ thể với phương thức rửa súc ruột bằng dung dịch cà phê. Kerr đã và đang phát triển thành công dòng mỹ phẩm chăm sóc da mang tên Kora Organics, mà cô giới thiệu "như là một phản chiếu của niềm đam mê của tôi về một lối sống lành mạnh, cân bằng, tự nhiên". Hơn thế nữa, dù thi thoảng buồn ngủ vì mang bầu, Miranda cũng chỉ cho phép mình ngủ nướng thêm chút xíu để đến trưa lại tiếp tục cùng với các cộng sự phát triển thương hiệu nội thất của mình.

Kerr là một tín đồ Phật giáo Nhật Liên (Nichiren Buddhist), một nhánh của Phật giáo Đại thừa dựa trên niềm tin rằng tất cả loài người đều có bản thể là Đức Phật và thừa hưởng khả năng đón lấy ánh sáng giác ngộ ngay trong đời sống hiện tại. Vì thế, cô cổ suý một lối sống lành mạnh, thiên về tự nhiên thay vì uống rượu và sử dụng điều khiển TV sau một ngày làm việc căng thẳng. Kerr thích thư giãn bằng cách thiền hoặc tập vài động tác yoga cùng với chồng mình. Cô thấy mình dễ dàng phục hồi sau một giấc ngủ ngon, tắm bồn sục với thảo dược và tẩy da chết nhẹ nhàng. Kerr gội đầu 2 lần mỗi ngày và thường để tóc khô tự nhiên. Vào buổi sáng, cô thích tự mình chuẩn bị bữa ăn cho cả nhà và dẫn con cái ra chơi ngoài vườn, nơi cô tự trồng và mang vào bàn ăn rất nhiều rau củ hữu cơ.

Từng là vợ một ngôi sao hàng đầu Hollywood và giờ là vợ của tỷ phú công nghệ, nhưng Mirandar luôn tự chủ về tài chính. Dù không chính thức tiếp tục làm người mẫu, Kerr vẫn nằm trong top các siêu mẫu được trả lương cao nhất 3 năm qua. Cô vẫn được nhà Balenciaga mời lên sàn diễn Tuần lễ thời trang Paris khi mang thai 3 tháng. Cô kinh doanh cũng hiệu quả và không nhận gì từ chồng cho nhãn hiệu của mình ngoài sự động viên. Ở đời thường, cô vẫn mặc những nhãn hiệu thời trang hạng trung, gần đây ủng hộ H&M nhiều vì tán thưởng triết lý tái chế của hãng này. Kerr không hề sắm đồ bầu mới khi mang thai lần ba. Cô hài hước chia sẻ là thấy tự hào vì mình đã giữ lại đồ đạc rất khéo léo và tự tin mình đủ duyên dáng khi đã biết rõ tủ đồ của mình có gì và đủ thời gian nghiền ngẫm để phối đồ.

Nữ doanh nhân, biểu tượng sắc đẹp thấy mình quyền lực nhất khi được chồng và các con khen. Kerr tận hưởng những lời tán dương của chồng về việc trái tim của cô nồng hậu như thế nào, cách cô làm mẹ tuyệt vời ra sao, sự tử tế của cô với mọi người xung quanh. Kerr cũng hồn nhiên đón nhận lời khen của các con về món ăn ngon hay việc cô kiên nhẫn dẫn chúng đi chơi hoặc. Kerr thổ lộ: "Hãy lắng nghe lũ trẻ. Ở tuổi này chúng không biết nói dối đâu, khen thế nào chính là như vậy".

Miranda Kerr đã phát hành cuốn sách self-help đầu tay mang tên Treasure Yourself – Trân trọng bản thân từ năm 2016. Cuốn sách được xuất bản đầu tiên từ thị trường Australia, quê hương cô và gần như trở thành cuốn cẩm nang cho nhiều vị phụ huynh vùng nông trang Queensland. Cô gái trang bìa của hàng loạt tạp chí thời trang thế giới khi đó chỉ đơn giản muốn kể với các cô gái tuổi teen rằng cô không thực sự lộng lẫy mọi lúc mọi nơi như những gì truyền thông nói về mình. Cô cũng như tất cả các cô gái trẻ khác, đối diện với những lúc bất an, bị bắt nạt, bị từ chối và thiếu đi sự tự tin. Khi cô bắt đầu làm người mẫu, đã có lúc bị loại ngay từ đầu vì không phù hợp, nhận đối xử bất công trong một ngành công nghiệp bão hòa. Phải một thời gian sau cô mới hiểu rằng mình sẽ không bao giờ làm hài lòng tất cả mọi người. Và ngay cả khi đạt được thành công, mọi việc cũng không phải lúc nào cũng như vậy mãi. Hãy học cách trưởng thành bằng việc trân trọng những giá trị khác biệt, vượt qua nỗi đau và lao động chăm chỉ. Đó là đúc kết của cô khi đi qua nỗi đau người yêu đầu tiên qua đời trong một tai nạn xe cộ khi Kerr 16 tuổi. Đến giờ, Kerr vẫn giữ mối quan hệ thân thiết với gia đình Chris Middlebrook, coi anh như một thiên thần hộ mệnh để nhắc nhở mình về cách trân trọng những kỷ niệm tốt đẹp để lấy đó làm sức mạnh vượt qua những thời khắc khó khăn.

Nữ doanh nhân, biểu tượng sắc đẹp thấy mình quyền lực nhất khi được chồng và các con khen. Kerr tận hưởng những lời tán dương của chồng về việc trái tim của cô nồng hậu như thế nào, cách cô làm mẹ tuyệt với ra sao, sự tử tế của cô với mọi người xung quanh.

S-Class SALOON *mới*

Cảm nhận tinh hoa công nghệ

NGOẠI THẤT LÔI CUỐN GÂY ẤN TƯỢNG MẠNH KHI TOÁT LÊN ĐẲNG CẤP VÀ SANG TRỌNG, ĐƯỜNG NÉT TINH TẾ VÀ CHI TIẾT SẮC SẢO; NỘI THẤT CAO CẤP CÓ THỂ KHIẾN BẠN LÃNG QUÊN THẾ GIỚI BÊN NGOÀI, HƠN MỘT CHIẾC XE HƠI, MERCEDES S-CLASS SALOON MỚI ĐƯỢC TRANG BỊ NHỮNG CÔNG NGHỆ ĐỈNH CAO THỰC SỰ MANG LẠI CHO BẠN NHỮNG TRẢI NGHIỆM CUỘC SỐNG ĐẦY Ý NGHĨA.

Ngoại thất - Mạnh mẽ mà thanh lịch

Ngoại thất lôi cuốn gây ấn tượng mạnh khi toát lên đẳng cấp và sang trọng – đặc biệt là đầu xe với đèn pha MULTIBEAM LED mới trông nổi bật hơn. Những đường nét tinh tế và các chi tiết sắc sảo khiến chiếc Mercedes S-class Saloon mới trở nên thu hút hơn.

Nhìn bên sườn, mẫu Saloon vẫn gây cảm giác ấn tượng mạnh. Đường mui khum tròn tao nhã tạo không gian và sự tự chủ. Cản xe dáng thể thao. Phía đuôi xe, chụp ống xả và hệ thống đèn LED hậu được làm bằng pha lê quý long lanh.

Nội thất - Trải nghiệm ý nghĩa cuộc sống

Không gian bên trong của dòng xe S-class Saloon mới có thể khiến bạn lãng quên thế giới bên ngoài với bề mặt tinh tế, sử dụng chất liệu cao cấp và màn hình nổi. Kết cấu cũng chính là điều bạn không nhìn thấy. Khi mỗi quá trình điều khiển đều trở thành một trải nghiệm quyến rũ. Khi các chi tiết trong nội thất đều có vẻ lung linh.

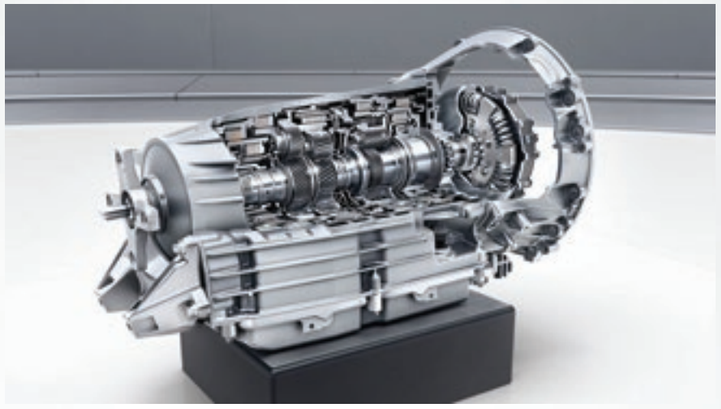
Hộp giữa là chiếc hộp đa năng của dòng S-class Saloon mới. Nó vừa là một ngăn đựng tiện dụng vừa là hộp điều khiển trung tâm có thể thực hiện nhiều chức năng.

Không khí, màu sắc, âm thanh và chức năng mát xa được kết hợp một cách thông minh với cơ cấu lái tiện nghi ENERGIZING được cung cấp tùy chọn. Sôi động hay thư giãn nhẹ nhàng và nhờ đó tăng cường thêm hiệu suất làm việc của bạn.

Hệ thống trợ lái tối tân giảm bớt gánh nặng cho người lái và điều chỉnh xe trước khi tình huống xảy ra trên nhiều tuyến đường nhờ các dữ liệu bản đồ thông minh. Tiện nghi hơn bao giờ hết.

Buồng lái màn hình rộng độ phân giải cao và hệ thống sạc không dây dành cho điện thoại smartphone hỗ trợ người lái khi cần có ngay thông tin cho những quyết định quan trọng.

Hệ thống đèn trang trí nội thất với 64 màu tỏa sáng trên các chi tiết gỗ kiểu mới và khiến không gian nội thất trông như một tác phẩm nghệ thuật nhờ kết hợp các màu sắc khác nhau thành một thế giới màu sắc sống động.



Tiện nghi cao và độ an toàn lý tưởng

Dù trong giờ cao điểm, trong những chuyến xe đêm dài hay trên những đoạn đường lạ, chiếc S-Class Saloon luôn khiến bạn cảm thấy thư giãn kể cả trong những tình huống căng thẳng. Một thiết kế ẩn sau đó giúp bạn lái Mercedes-Benz thật an toàn và độc đáo: Mercedes-Benz Intelligent Drive. Bởi vì thời gian bạn dành để lái xe chính là thời gian riêng của bạn. Thời gian để thư giãn. Thời gian để nạp năng lượng. Trước hết bạn sẽ tới được đích đến một cách an toàn, nhưng cũng luôn thư giãn.

Màn hiển thị Head up Display

Xem nhanh những thông tin điều khiển quan trọng nhất mà không cần rời mắt khỏi đường đi - điều này có thể trở thành hiện thực nhờ màn hình Head up Display. Một màn hình ảo có kích thước khoảng 21 x 7 cm được chiếu lên vùng kính đúng tầm nhìn của người lái. Màn hiển thị này có thể nhìn rõ trong vòng bán kính hai mét trước mặt người lái. Hiển thị màu có độ phân giải cao.

Ví dụ, các hướng dẫn định vị và dẫn đường, tốc độ, giới hạn tốc độ hoặc cài đặt TEMPOMAT cũng như hệ thống hỗ trợ giữ khoảng cách chủ động DISTRONIC được hiển thị tùy theo trang bị. Một cảm biến ánh sáng đặc biệt sẽ điều chỉnh độ sáng của hiển thị theo điều kiện ánh sáng xung quanh. Như vậy sẽ đảm bảo khả năng nhận biết tốt nhất trong cả những ngày nắng hay trong đêm tối. Chiều cao của màn hình có thể thay đổi, nhờ đó người lái với kích thước cơ thể khác nhau vẫn có thể đọc rõ thông tin. Kết hợp với chức năng nhớ của ghế, giá trị điều chỉnh chiều cao sẽ được lưu lại. Có thể lựa chọn theo sở thích cá nhân thông tin hiển thị và độ sáng màn hình.

Khung gầm - Loại bỏ cảm giác giằng xóc

Như một vận động viên điền kinh có thể cân bằng mọi chuyển động của cơ thể một cách tự nhiên, hệ thống MAGIC BODY CONTROL với chức năng hỗ trợ vào cua sẽ tự động phản ứng với các lực tăng tốc ở khúc cua. Hành khách đi trên chiếc S-Class Saloon mới sẽ cảm nhận rõ nét hơn sự êm ái và an toàn.

Dù trong giờ cao điểm, trong những chuyến xe đêm dài hay trên những đoạn đường lạ, chiếc S-Class Saloon luôn khiến bạn cảm thấy thư giãn kể cả trong những tình huống căng thẳng.

AIRMATIC tối ưu hóa sự tiện nghi khi lái xe trong mọi hoàn cảnh. Hệ thống treo khí AIRMATIC là sự kết hợp đỉnh cao giữa tính năng điều khiển giảm xóc không cấp giúp xe chạy êm hơn. Chức năng giảm xóc tự điều chỉnh ở từng bánh xe theo tình huống thực tế và được cài đặt ở chế độ tiện nghi hoặc thể thao tùy theo sở thích. Hành khách sẽ được thưởng thức hệ thống treo êm ái và cảm giác an toàn khi xe tăng tốc nhờ độ ổn định thân xe cao.

Bạn cũng có thể nâng cốt xe ở những đoạn đường xấu hoặc những lối đi không thuận lợi. Để đạt được độ ổn định thân xe và sức cản không khí thấp, xe sẽ được tự động hạ xuống khi chạy với tốc độ cao hơn – điều này cũng góp phần làm giảm mức tiêu thụ nhiên liệu.

Gói trợ lái: Việc kết hợp các hệ thống hỗ trợ và hệ thống an toàn bổ sung cho nhau giúp công việc lái xe trở nên nhẹ nhàng hơn, giảm thiểu nguy cơ tai nạn và nâng cao tác dụng bảo vệ những người ngồi trong xe cũng như những người tham gia giao thông khác. Ngoài ra, còn hỗ trợ trong việc điều chỉnh khoảng cách và tốc độ cũng như khi đánh lái.

Hệ thống hỗ trợ giữ khoảng cách chủ động DISTRONIC điều chỉnh khoảng cách so với xe chạy phía trước lên tới tốc độ 210 km/h. Chức năng hỗ trợ phanh chủ động khi có phương tiện băng qua đường và chức năng phanh khẩn cấp khi tắc đường có thể giúp tránh được các va chạm xảy ra với các phương tiện hay người đi bộ phía trước và cắt ngang cũng như giảm thiểu hậu quả của tai nạn. Hệ thống hỗ trợ giới hạn tốc độ chủ động tiếp nhận giới hạn tốc độ được phát hiện bởi camera hoặc được xác định bởi hệ thống định vị làm tốc độ cài đặt của hệ thống hỗ trợ giữ khoảng cách chủ động DISTRONIC. Hệ thống hỗ trợ dừng khẩn cấp chủ động sẽ hành động khi người lái không đặt tay lên vô lăng sau khi cảnh báo hands-off thông minh đã nhắc nhiều lần. Nó sẽ phanh xe trong làn đường cho đến khi xe dừng hẳn. Hệ thống trợ lái chủ động hỗ trợ người lái giữ xe đi giữa làn đường khi đang chạy thẳng hoặc khi vào cua nhẹ nhờ một mô men lái phụ. Hệ thống hỗ trợ giám sát làn đường chủ động có thể cảnh báo người lái khi xe vô tình rời khỏi làn đường và giúp đưa xe trở lại làn đường đang chạy nhờ can thiệp phanh một bên.

Hệ thống hỗ trợ đổi làn đường chủ động có thể hỗ trợ chuyển làn đường một cách thuận tiện trong khoảng tốc độ 80 đến 180 km/h nếu người lái bắt đầu chuyển làn bằng cách gạt đèn báo rẽ và hệ thống sẽ nhận biết rằng tình huống lái xe cho phép thao tác này.

Hệ thống hỗ trợ điểm mù chủ động có thể cảnh báo người lái khi chuyển làn nếu có xe xuất hiện ở góc chết và can thiệp bằng cách phanh một bên để tránh va chạm. Tính năng trợ lái khẩn cấp có thể hỗ trợ trong tình huống nguy hiểm, khi hệ thống phát hiện người lái quyết định tránh người đi bộ thông qua rađa và camera stereo. PRE-SAFE® PLUS có thể kích hoạt các biện pháp dự phòng để bảo vệ người ngồi trong xe trước khi xảy ra một va chạm phía sau. Các biện pháp có thể bao gồm cảnh báo phương tiện đi đằng sau, kích hoạt bộ căng dây đai an toàn hoặc phanh xe dừng hẳn. Tính năng điều chỉnh tốc độ theo hành trình tính đến các sự kiện sắp xảy ra trên đường như khúc cua, ngã tư hoặc trạm thu phí để điều chỉnh sẵn tốc độ nếu hệ thống hỗ trợ giữ khoảng cách chủ động DISTRONIC không thể căn cứ vào xe chạy phía trước.

Ông **Mã Thanh Danh**

Phó Tổng Giám đốc KIDO

"Khởi nghiệp không phải là mở công ty và làm giám đốc"

"TRƯỚC KHI BẠN MỞ CÔNG TY VÀ LÀM CHỦ, BẠN PHẢI TỰ NHỦ "RA LÀM CHỦ, ĐÃ ĐỦ KHẢ NĂNG CHƯA?... THÔNG THƯỜNG MỘT STARTUP MUỐN THÀNH CÔNG PHẢI TRẢI QUA 3 NĂM VẬT VÃ, LIỆU BẠN CÓ ĐỦ TIỀN ĐỂ NUÔI BẢN THÂN HOẶC GIA ĐÌNH BẠN TRONG 3 NĂM ĐÓ KHÔNG?...

Chào ông, là chuyên gia giám sát các hoạt động quản lý rủi ro với hơn 10 năm kinh nghiệm trong quản lý chiến lược kinh doanh, tư vấn quản lý thương hiệu, tư vấn mua bán và sáp nhập (M&A), ông đánh giá như thế nào về các Startup Việt Nam hiện nay?

Đa số các bạn trẻ hiện nay khi khởi nghiệp đều gặp phải 4 vấn đề cơ bản: Thiếu tiền, Thiếu người, Thiếu thị trường, Thiếu doanh số. Cuối cùng thứ họ thiếu thật sự đó là thiếu "đủ thứ". Các bạn không hiểu được vấn đề nổi trội từ bên trong đó là thiếu một định hướng đúng, một cách làm đúng với bối cảnh của thị trường. Do đó, đa số các startup khi tiến hành làm có thể bị đi sai đường, làm chưa đủ, chưa tới.

Vậy làm thế nào họ có thể định hướng đúng ngay khi bắt đầu khởi sự, thưa ông?

Vấn đề thực thi phải linh động với môi trường. Nghĩa là mục tiêu của bạn không thay đổi nhưng "phong cách" kinh doanh phải luôn linh hoạt theo từng bối cảnh của thị trường. Làm được điều này thì mới mong đạt được thứ gọi là "quyền lực" hữu hạn mà bạn đang có một cách hay nhất, tốt nhất có thể. Ngược lại, khi mục tiêu bạn đặt ra chưa sát với nhu cầu thị trường, thiếu tính linh hoạt nhưng bạn lại dồn hết nguồn lực của mình cho mục tiêu đó, rồi khi thị trường thay đổi thì xem như bạn thất bại.

Chúng ta thường nghe nói câu là "never give up", tôi nghĩ câu đó chỉ đúng một phần thôi. Thứ nhất là bạn phải làm một cách thông minh, chứ đừng nghe "never give up" rồi cứ lao vào. Một khi bạn đã đi sai con đường mà cứ cố gắng đi sâu vào thì kết quả cuối cùng bạn cũng biết như thế nào rồi đấy (cười). Trong kinh doanh cái cách mà bạn thực thi thì bạn đã quyết định sự thành công hay thất bại của bạn rồi.

Trong các lĩnh vực kinh doanh hiện nay đều bị chi phối mạnh bởi công nghệ, trong vai trò Phó tổng giám đốc giám sát rủi ro tại KDC ông có thể chia sẻ một vài "bí kíp" có thể áp dụng cho các startup đang loay hoay trong cuộc chơi công nghệ?

Thật ra ở Việt Nam, cái mà chúng ta đang tự hào nhất đó là yếu tố con người. Chúng ta có dân số trẻ, chúng ta có đội ngũ lãnh đạo trẻ có năng lực với những thế mạnh riêng trong đó có khả năng về IT. Điển hình là chúng ta có người làm cho Google, các tập đoàn mạnh về IT rất nhiều. Nếu các bạn khởi nghiệp về Tech (công nghệ) thì chúng ta nên tập trung nguồn lực về nó. Tuy nhiên, nếu các bạn đầu tư thì chắn chắn đụng đến những ông lớn như Microsoft thì làm sao bạn thắng được. Tôi khuyên các startup về công nghệ hãy tìm những dịch vụ cơ bản nhất của thị trường mà làm. Chúng ta nên dùng những sáng tạo dễ thực hiện nhất, quyết định một hình thức nào đó mang tính chất đơn giản. Ví dụ, có nhiều bạn làm vlog du lịch tại địa phương, thì cái đó là điểm mạnh của mình, mình am hiểu địa phương và có thể làm tốt về nó. Bạn làm về dịch vụ ăn uống giải trí thì bạn cộng thêm công nghệ vào và đi theo nền tảng công nghệ 4.0, bạn sẽ thu hút được thị trường khách hàng cả online và offline.

Môi trường số làm thay đổi thói quen người tiêu dùng, tuy nhiên để níu chân khách hàng thì vấn đề cốt lõi vẫn là chất lượng của sản phẩm

Trong lĩnh vực bán lẻ, thực phẩm hiện đang chịu sức cạnh tranh khá gay gắt từ các thương hiệu nổi tiếng của nước ngoài. Theo góc nhìn từ một chuyên gia trong ngành như ông, ông nhận thấy các doanh nghiệp nội địa đã có sự thay đổi như thế nào để giữ vị trí sân nhà ?

Quả thật, người tiêu dùng bây giờ có quá nhiều lựa chọn. Chính vì vậy mà họ cũng rất nhanh chán, có thể hôm nay họ mua sản phẩm của bạn vì những dịch vụ cộng thêm nhưng ngày mai họ sẽ nhanh chóng rời bỏ bạn vì sản phẩm khác thú vị hơn. Môi trường số làm thay đổi thói quen người tiêu dùng, tuy nhiên để níu chân khách hàng thì vấn đề cốt lõi vẫn là chất lượng của sản phẩm. Bạn có thể thay đổi như thế nào cũng được, nhưng "cái hồn" và bản sắc của thứ mà bạn kinh doanh vẫn phải giữ lại được. Theo tôi quan sát thì các doanh nghiệp Việt hiện nay chia làm 2 hướng, một số thay đổi hình thức kinh doanh theo thị trường. Nhưng có số khác lại làm một cuộc cách mạng lớn để dẫn dắt thị trường. Điều đó cho thấy các doanh nghiệp tại Việt Nam cũng rất biết cách chuyển mình để có thể giữ vững vị trí trên sân nhà.

Chúng tôi cũng giúp các doanh nghiệp xử lý khủng hoảng truyền thông cũng như tất cả các vấn đề rủi ro doanh nghiệp gặp phải trong hoạt động kinh doanh

Những năm gần đây người ta nói nhiều về startup, dạy các bạn trẻ cách làm giàu nhanh chóng, khiến các bạn ấy như con thiêu thân lao vào khởi nghiệp như một trào lưu. Các bạn không hề biết con đường sẽ như thế nào dẫn đến hệ quả 10 người khởi nghiệp thì chỉ 1/2 người thành công. Theo ông để khởi nghiệp thành công cần những yếu tố nào?

Các bạn nên hiểu đúng hai từ khởi nghiệp. Khởi nghiệp không phải là ra mở công ty và làm giám đốc. Khởi nghiệp là chúng ta có con đường sự nghiệp mới, sáng hơn nghiệp cũ. Ví dụ, khi bạn mới ra trường và được làm cho công ty mà bạn hằng mơ ước thì bạn đã đang đi con đường khởi nghiệp của chính mình. Còn nếu bạn quyết định mở công ty và làm chủ thì bạn phải tự trả lời câu hỏi "Ra làm chủ, hãy tự nhủ đủ khả năng chưa?. Thông thường một startup muốn thành công phải trải qua 3 năm vật vã, bạn có đủ tiền để nuôi bản thân và gia đình bạn trong 3 năm đó không? Cái ý tưởng, lĩnh vực mà bạn đầu tư kinh doanh phải rà soát xem ý tưởng đó có sắc nét, có như một tia laze xuyên thủng thị trường không ? Bạn có đầy đủ dream team để thực thi câu chuyện mà bạn đưa ra không?

Được biết gần đây ông có ý tưởng thành lập "biệt đội" chuyên giải cứu doanh nghiệp, ông có thể chia sẻ cụ thể hơn về sáng kiến táo bạo này? Ông có tham vọng gì khi lên kế hoạch thành lập biệt đội này?

Chúng tôi xây dựng đội ngũ chuyên gia kinh nghiệm để giúp các doanh nghiệp giải quyết tất cả các vấn đề họ gặp phải trong kinh doanh. Ví dụ, nếu một doanh nghiệp muốn mở rộng hoạt động sang ngành hàng khác và cần chuyên gia để giúp đỡ, thì chúng tôi sẽ tham gia vào để giúp doanh nghiệp đó hoạch định và vận hành hoạt động kinh doanh mới sau đó sẽ giao lại cho họ. Hoặc các doanh nghiệp kinh doanh thua lỗ, chúng tôi sẽ giúp họ "cầm máu" khẩn cấp, sau đó tái cấu trúc để tạo ra một con đường mới, giúp doanh nghiệp tăng trưởng trở lại. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng giúp các doanh nghiệp xử lý khủng hoảng truyền thông cũng như tất cả các vấn đề rủi ro doanh nghiệp gặp phải trong hoạt động kinh doanh.

Hiện tại, chúng tôi tạm gọi tên cho "biệt đội" này là "Blue International Corporation", với mong muốn không chỉ giúp doanh nghiệp ứng phó khẩn cấp trước các rủi ro tránh trường hợp "nước tới chân mới nhảy", mất người, mất tiền mới nói. Song song đó, chúng tôi cũng chia sẻ những bài học kinh nghiệm "xương máu" từ những thất bại để họ có thể phòng ngừa và bảo vệ "sức khỏe" cho tổ chức của mình.

Xin cảm ơn ông!

SASCO

SASCO nỗ lực từng ngày để nâng tầm dịch vụ với mong muốn mang tới những trải nghiệm phong phú và đáng nhớ cho các hành khách khi đặt chân tới Sân bay Quốc tế Tân Sơn Nhất.

- Kinh doanh hàng miễn thuế
- Kinh doanh hàng mỹ nghệ, đặc sản địa phương
- Dịch vụ Phòng chờ thương gia
- Dịch vụ ăn uống
- Dịch vụ du lịch
- Dịch vụ xe vận chuyển
- Dịch vụ quảng cáo
- Khu vui chơi trẻ em miễn phí, phòng ngủ, khu ngủ miễn phí, spa

SASCO DUTY FREE Tân Sơn Nhất · SASCO shop · SASCO limousine · SASCO Airport bus · SASCO Travel

Công ty cổ phần dịch vụ hàng không Sân bay Tân Sơn Nhất (SASCO)

(08) 3844 8358 sasco@sasco.com.vn SASCOVietnam www.sasco.com.vn

Thẻ tín dụng Quốc tế Vietcombank Visa Signature

Sản phẩm thẻ đặc quyền dành cho
Hội viên Vietcombank Priority

Vietcombank
PRIORITY

Thông tin chi tiết vui lòng liên hệ
Hotline dành riêng cho hội viên Vietcombank Priority **1800.15.65**
hoặc truy cập website **www.vietcombank.com.vn**