


Người 

DẶN ĐẦU

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

Số 4/2021



MUÔN MÀU
LỄ HỘI

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

Trong số này

Số 4/2021



20

Tiêu điểm

- 10 Kinh tế Việt Nam 2022: Nhiều triển vọng tốt
- 14 Thị trường tài chính Việt Nam - Những điểm sáng và đề xuất giải pháp phát triển

Ngân hàng số

- 18 Trí tuệ nhân tạo: Sức mạnh mới trong ngân hàng kỹ thuật số
- 22 VCB DigiBiz và Vietcombank Visa Business - Bộ giải pháp số tối ưu cho SME

24



36

Muôn màu lễ hội

- 28 Nguồn cảm hứng lớn lao từ những lễ hội
- 32 Phong tục đón giao thừa độc đáo trên thế giới
- 36 Những lễ hội độc đáo và đắt đỏ nhất
- 42 Lên đường mừng năm mới
- 46 Vòng quanh thế giới trên bàn tiệc mùa lễ hội

49



Văn hóa

- 54 Decor bàn tiệc phong cách tối giản
- 56 Lisbon - Thành phố 7 ngọn đồi
- 60 Hành trang công nghệ
- 64 Lotte Jeju Hotel - Khu nghỉ dưỡng tráng lệ

57



69

Thời trang

- 68 Thời trang xa xỉ: Những hoài niệm vàng son
- 72 Sự nổi loạn đậm chất Punk từ những giá trị kinh điển
- 82 Patek Philippe world-timer chronograph - Cả thế giới trên cổ tay





90

Công nghệ/xe hơi

- 86 Du thuyền khiến mọi siêu xe phải ghen tị
- 90 Bentley Continental GT Speed 2022 - Trẻ trung và quý phái



94

Không gian sống

- 94 Biệt thự 4 lá- thiên nhiên "trú ẩn" giữa thiên nhiên



Ảnh bìa: romrodinka/istockphoto.com

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 KIẾN

LÊ HƯNG

NGUYỄN MINH HIỀN

TRẦN LIỄU

Phụ trách Sáng tạo

NGHIÊM HOÀNG ANH (admixstudio.com)

Thiết kế

THU HẰNG



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 MTV Nhà xuất bản Hà Nội
Xuất bản phẩm không bán

Giấy phép xuất bản Đặc san số 03/GP-XBĐS do Bộ Thông tin & Truyền thông cấp ngày 06/01/2021

Thư Ban Biên tập

Kính chào Quý độc giả!

Từ thuở con người biết đến lối sống quần cư, lễ hội cũng theo đó mà ra đời. Từ phục vụ cho các mục đích tôn giáo, chính trị hay văn hóa cho đến mở rộng ra rất nhiều hình thái theo sự phát triển chung của nhân loại, lễ hội luôn cung cấp một nền tảng vững chắc, giúp thỏa mãn nhu cầu được tận hưởng niềm vui của một cộng đồng chung chí hướng.

Trong Đặc san Người Dẫn Đầu số cuối cùng của năm 2021, chúng tôi xin mời Quý độc giả đến với chủ đề "Muôn màu lễ hội", cùng tìm hiểu về những giá trị thực sự của các lễ hội "trực tiếp", nơi người tham gia có được những trải nghiệm vô giá, không thể đo đếm bằng tiền bạc và sẽ ở lại trong tâm trí họ mãi mãi. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng xin giới thiệu đến Quý độc giả những lễ hội "sang chảnh", đắt đỏ và độc đáo nhất, với sự hiện diện đầy đặc của giới siêu giàu, nghệ sĩ và các ngôi sao ở nhiều lĩnh vực khác nhau.

Mùa lễ hội cuối năm đã gần kề, đó cũng là lý do vì sao Quý độc giả sẽ có hành trình ngắn tới những điểm đón năm mới hấp dẫn hàng đầu trên các châu lục, cũng như thưởng thức những bữa tiệc xa xỉ tại gia mang trọn tinh thần fine dining của nhà hàng 5 sao.

Trong chuyên mục Văn hóa – Du lịch, Quý độc giả sẽ có cơ hội ghé thăm Lisbon, thành phố giản dị, mộc mạc và đậm nét riêng tư, sau khi đã cùng sửa soạn những món đồ công nghệ bé nhỏ nhưng vô cùng hữu ích, giúp mọi hành trình trở nên thú vị và tiện lợi hơn. Bên cạnh đó, sự trở lại của xu hướng hoài cổ trong làng thời trang xa xỉ cũng là một bất ngờ thú vị, mang đến nhiều hứng khởi cho giới fashionista.

Các quý ông cũng được ưu ái hết mực với những món "đồ chơi" đắt giá sẽ đồng loạt ra mắt trong dịp cuối năm này, bao gồm chiếc đồng hồ sở hữu hai tính năng world-timer và chronograph của Patek Philippe, mẫu xe hơi Continental GT Speed 2022 vừa sang trọng vừa mạnh mẽ của Bentley và đỉnh cao là du thuyền cá nhân Lamborghini 63 với nguồn cảm hứng đến từ những chiếc siêu xe đắt giá của thương hiệu Italia.

Kính thưa Quý độc giả, dù phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức, kinh tế Việt Nam năm 2022 được dự báo sẽ có nhiều cải thiện, phục hồi hiệu quả, nhờ nền tảng vững vàng dựa trên các yếu tố: lượng dự trữ ngoại hối tăng cao, tiền tệ ổn định, lạm phát vẫn trong tầm kiểm soát, dòng vốn FDI tiếp tục tăng và tập trung vào lĩnh vực sản xuất, khả năng chủ động sản xuất được vaccine COVID-19. Bên cạnh đó, thị trường tài chính vẫn giữ vững vai trò huyết mạch của nền kinh tế với tín dụng tăng trưởng tích cực, chứng khoán phát triển khá quan, bảo hiểm tăng trưởng ở mức khá, nhiều tiềm năng.

Chúc Quý độc giả có những phút giây sáng khoái và lý thú cùng Người Dẫn Đầu!

Ban Biên tập





Biến đổi khí hậu có thể khiến GDP của nhiều nước giảm mạnh

Theo báo cáo do tổ chức phi chính phủ Christian Aid (Anh) công bố ngày 8/11, 65 quốc gia dễ bị tổn thương nhất trên thế giới sẽ ghi nhận Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) giảm trung bình 20% vào năm 2050 và giảm 64% vào năm 2100 nếu mức tăng nhiệt của Trái Đất lên tới 2,9 độ C.

Theo báo cáo, ngay cả khi mức tăng nhiệt trên Trái Đất được hạn chế ở mức 1,5 độ C theo như mục tiêu tham vọng nhất đề ra trong Hiệp định Paris về biến đổi khí hậu, thì GDP của các nước này vẫn giảm 12% vào năm 2050 và giảm 33% vào cuối thế kỷ này. Đến nay, nhiệt độ bề mặt của Trái Đất đã tăng 1,1 độ C so với mức vào cuối thế kỷ XIX.

Trong số 10 quốc gia bị ảnh hưởng nhất có 8 quốc gia ở châu Phi, 2 nước ở Nam Mỹ. Toàn bộ 10 nước này có nguy cơ GDP giảm hơn 70% vào năm 2100.

Sudan là quốc gia có nguy cơ GDP giảm nhiều nhất với dự báo giảm 32% vào năm 2050 và 84% vào năm 2100 so với mức nếu không xảy ra biến đổi khí hậu.

Kinh tế Singapore tiếp tục phục hồi vững chắc

Kinh tế Singapore tiếp tục phục hồi vững chắc sau đợt suy thoái mạnh vào năm 2020 do chính phủ nước này đã triển khai các biện pháp ngăn chặn hiệu quả dịch COVID-19, đẩy mạnh chiến dịch tiêm chủng, mở rộng chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp và hộ gia đình bị ảnh hưởng. Đây là những kết luận được nêu rõ trong Báo cáo tham vấn thường niên năm 2021 về Singapore do Văn phòng Nghiên cứu Kinh tế Vĩ mô ASEAN+ 3 (AMRO) công bố ngày 8/11.

Theo Báo cáo, lộ trình của chính phủ Singapore đảm bảo mở cửa trở lại an toàn và hỗ trợ quá trình chuyển đổi sang trạng thái bình thường mới, coi COVID-19 là căn bệnh đặc hữu, có ý nghĩa quan trọng trong việc đảm bảo sự phục hồi kinh tế trong năm 2021 và xa hơn nữa.

Theo báo cáo, tỷ lệ thất nghiệp nói chung giảm xuống 2,7% vào tháng 6/2021 từ mức cao nhất là 3,5% trong quý III/2020. Cùng với đó, tăng trưởng GDP được dự báo sẽ đạt 6,3% vào năm 2021 và 4,0% vào năm 2022. Trong khi đó, sau khi giảm xuống -0,2% vào năm 2020, cả lạm phát chính và lạm phát cơ bản dự kiến sẽ tăng vừa phải trong năm 2021.



Moody's nâng dự báo tăng trưởng GDP của Nga

Tổ chức xếp hạng tín nhiệm quốc tế Moody's mới đây đã công bố đánh giá tháng 11 về triển vọng vĩ mô nền kinh tế toàn cầu. Theo dự báo mới, tăng trưởng GDP của Nga năm 2021 sẽ lên tới 4,8%, so với mức dự báo 3,2% đưa ra hồi tháng 8/2021.

Báo cáo trên nêu rõ: "Trong thời gian qua, tăng trưởng của Nga mạnh hơn so với chúng tôi dự đoán, vì thế chúng tôi nâng dự đoán tăng trưởng kinh tế cả năm."

Dự báo mới phản ánh sự tăng giá toàn cầu của nguyên liệu thô, cũng như sự phục hồi của nền kinh tế Nga sau các đợt phong tỏa để phòng chống dịch COVID-19. Đến cuối năm nay, nền kinh tế sẽ còn được hỗ trợ bởi sự gia tăng sản lượng dầu và nhu cầu của người tiêu dùng."

Tuy vậy, báo cáo cũng cho rằng tỷ lệ tiêm chủng vaccine COVID-19 của Nga ở mức rất thấp có thể ảnh hưởng bất lợi tới tăng trưởng của nền kinh tế nước này.



Quan chức ECB khuyến nghị về khả năng phát hành đồng Euro kỹ thuật số

Ông Fabio Panetta, thành viên ban điều hành của Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB) ngày 5/11 cho rằng, ngân hàng này cần phát hành đồng Euro kỹ thuật số bởi việc "nhường sân" hoàn toàn cho các sáng kiến của khu vực tư nhân về tiền kỹ thuật số như stablecoin có thể gây rủi ro cho sự ổn định tài chính và làm suy yếu vai trò của ECB.

ECB đã và đang xem xét việc tạo ra một đồng tiền kỹ thuật số, bổ sung cho tiền giấy và tiền xu nhằm ngăn chặn sự cạnh tranh từ các đồng tiền kỹ thuật số hiện nay như Bitcoin, Tether và Diem của Facebook. Tuy nhiên, dự án này có thể mất khoảng 5 năm trước khi được chính thức triển khai.

Theo ông Panetta, đồng Euro kỹ thuật số sẽ phải tạo được độ hấp dẫn đủ để được sử dụng rộng rãi như một phương tiện thanh toán, đồng thời ngăn ngừa khả năng trở thành một tài sản lưu giữ giá trị, thu hút tiền từ khu vực tư nhân và làm gia tăng rủi ro đối với các hoạt động của ngành ngân hàng.



Kinh tế Nhật Bản kỳ vọng khởi sắc sau khi RCEP có hiệu lực



Ngày 1/1/2022, Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) sẽ có hiệu lực. Nhật Bản kỳ vọng hiệp định thương mại với diện bao phủ gần như toàn bộ châu Á này sẽ là "cú hích" kinh tế quan trọng giúp gia tăng lượng hàng xuất khẩu như nông sản và linh kiện ô tô nhờ việc cắt giảm các loại thuế liên quan.

Bộ trưởng Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản Koichi Hagiuda trong một cuộc họp báo ngày 6/11 cho biết, Nhật Bản hoan nghênh và chờ đón RCEP có hiệu lực vào đầu năm sau, đồng thời khẳng định sẽ tạo điều kiện tốt nhất để các doanh nghiệp có thể tối đa hóa lợi ích từ hiệp định thương mại quan trọng này.

Theo các chuyên gia kinh tế, RCEP có hiệu lực sẽ giúp GDP của Nhật Bản tăng khoảng 15.000 tỷ Yen (tương đương 132 tỷ USD), gần gấp đôi so với mức tăng GDP nhờ việc tham gia Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) với khoảng 8.000 tỷ Yen (tương đương 70 tỷ USD).

Citigroup sẽ rút khỏi mảng ngân hàng tiêu dùng ở nhiều thị trường

Ngày 8/11, ngân hàng Citigroup Inc dự kiến sẽ chịu khoản phí từ 1,2-1,5 tỷ USD liên quan đến việc đóng cửa mảng ngân hàng tiêu dùng tại Hàn Quốc.

Trong một hồ sơ gửi lên Ủy ban Chứng khoán và Giao dịch Mỹ, Citigroup cho hay, các khoản phí trên sẽ phát sinh theo thời gian cho đến hết năm 2021 và 2022.

Hồi tháng 4/2021, Citigroup cho biết sẽ rút khỏi mảng ngân hàng tiêu dùng ở 13 thị trường. Quyết định này là một phần trong kế hoạch của Giám đốc điều hành Jane Fraser nhằm hợp lý hóa hoạt động kinh doanh và tăng lợi nhuận của ngân hàng.

Cụ thể, Citigroup sẽ rút khỏi Trung Quốc, Ấn Độ và 11 thị trường bán lẻ khác, nơi mà bà Fraser cho biết là Citigroup không có quy mô cần thiết để có thể cạnh tranh.



Thu ngân sách từ ngành thuế đạt 92,1% dự toán

Ngày 5/11, Tổng cục Thuế cho biết, tổng thu ngân sách 10 tháng năm 2021 do cơ quan thuế quản lý đạt 1.028.866 tỷ đồng, bằng 92,1% dự toán.

Trong số đó, thu ngân sách tháng 10 ước đạt 121.482 tỷ đồng, bằng 10,9% dự toán. Theo Tổng cục Thuế, số thu ngân sách tháng 10 tăng cao so với tháng 8 và tháng 9 là do có thu hồi tiền thuế đã hết thời gian gia hạn khoảng 20.000 tỷ đồng, gồm thuế thu nhập doanh nghiệp khoảng 15.000 tỷ đồng và thuế giá trị gia tăng hơn 5.000 tỷ đồng.



Vietcombank đứng đầu Top 25 thương hiệu tài chính; dẫn đầu bảng xếp hạng các thương hiệu bảo hiểm, ngân hàng Việt Nam

Với giá trị 705 triệu USD, thương hiệu Vietcombank đứng đầu về giá trị trong danh sách 25 thương hiệu tài chính dẫn đầu Việt Nam do Forbes Việt Nam công bố trong số báo 96 & 97, phát hành tháng 9/2021.

Giá trị thương hiệu của Vietcombank tăng mạnh so với năm trước đó, tương đương với tổng giá trị của 2 Ngân hàng TMCP Nhà nước khác cộng lại.

Cũng liên quan tới giá trị thương hiệu, vừa qua, YouGov (công ty nghiên cứu và phân tích dữ liệu quốc tế, có trụ sở chính tại Anh) đã công bố Vietcombank là thương hiệu đứng đầu trong bảng xếp hạng thương hiệu bảo hiểm, ngân hàng Việt Nam năm 2021 (Vietnam Banking & Insurance Rankings 2021).

Theo YouGov, tại Bảng xếp hạng riêng các thương hiệu ngân hàng hàng đầu Việt Nam, Vietcombank cũng đứng thứ nhất. Cụ thể, Vietcombank đứng đầu bảng xếp hạng với điểm số 26,6 - tốt hơn nhiều so với điểm số của các ngân hàng xếp ngay sau: Ngân hàng đứng ở vị trí thứ hai đạt 21,6 điểm và ngân hàng đứng ở vị trí số ba đạt 20,3 điểm.



Doanh nghiệp sản xuất kinh doanh được giảm 30% thuế VAT

Ủy ban Thường vụ Quốc hội đã ban hành Nghị quyết 406 giảm nhiều loại thuế để hỗ trợ doanh nghiệp, người dân chịu tác động của dịch COVID-19.

Theo đó, từ ngày 1/11-31/12/2021, doanh nghiệp sản xuất kinh doanh được giảm 30% thuế giá trị gia tăng (VAT). Lĩnh vực được giảm thuế gồm: Dịch vụ vận tải; dịch vụ lưu trú, ăn uống; đại lý du lịch, kinh doanh tour và các dịch vụ hỗ trợ liên quan quảng bá, tổ chức tour, sáng tác, nghệ thuật và giải trí...

Bên cạnh đó, đơn vị có doanh thu năm 2021 không quá 200 tỷ đồng và doanh thu giảm so với năm 2019 sẽ được giảm 30% số thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp năm 2021. Hộ kinh doanh, cá nhân sản xuất tại các địa bàn chịu tác động của dịch trong năm 2021 sẽ được miễn thuế thu nhập cá nhân, thuế giá trị gia tăng và các loại thuế khác phải nộp của quý III và IV/2021.



EuroCham lạc quan hơn về môi trường kinh doanh của Việt Nam



Ngày 9/11, Hiệp hội Doanh nghiệp châu Âu tại Việt Nam (EuroCham) công bố Báo cáo Chỉ số Môi trường Kinh doanh EuroCham quý III/2021 (Business Climate Index - BCI). Theo đó, lãnh đạo các doanh nghiệp châu Âu tỏ ra lạc quan hơn về môi trường kinh doanh của Việt Nam sau khi kết thúc thời gian giãn cách xã hội để chuyển sang giai đoạn bình thường mới.

Kết quả BCI mới nhất chứng kiến mức tăng nhẹ nhưng đáng khích lệ với 18,3 điểm phần trăm, tăng 3 điểm từ mức điểm thấp kỷ lục là 15 điểm phần trăm được ghi nhận trong thời kỳ khó khăn nhất của đợt dịch COVID-19 lần thứ tư hồi tháng 9 năm nay.

Mặc dù chỉ số vẫn ở mức thấp, song báo cáo BCI cũng ghi nhận những cải thiện về triển vọng kinh tế của Việt Nam. Hiện có gần một nửa số lãnh đạo các doanh nghiệp và nhà đầu tư châu Âu (49%) dự đoán triển vọng kinh tế Việt Nam sẽ ổn định và cải thiện trong quý IV. Tỷ lệ này đã tăng gần gấp 3 lần so với mức 19% thành viên khi được ghi nhận hồi quý II năm nay.

Tuy nhiên, lãnh đạo các doanh nghiệp châu Âu vẫn thận trọng về việc tuyển dụng nhân sự, đầu tư và dự báo về lợi nhuận.

Vietcombank dẫn đầu bảng xếp hạng Top 10 NHTM Uy tín năm 2021; Top 10 thương hiệu mạnh Việt Nam

Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank) được vinh danh là đơn vị dẫn đầu bảng xếp hạng Top 10 Ngân hàng thương mại (NHTM) uy tín năm 2021 và Top 50 Công ty đại chúng uy tín, hiệu quả.

Lễ công bố chính thức do Công ty cổ phần Báo cáo đánh giá Việt Nam (Vietnam Report) phối hợp cùng Báo điện tử VietNamNet tổ chức, ngày 21/10/2021.

Năm 2021, Bảng xếp hạng Top 50 Công ty đại chúng uy tín và hiệu quả lần đầu tiên được công bố nhằm tôn vinh các công ty đại chúng uy tín và hoạt động hiệu quả. 2021 cũng là năm thứ 6 liên tiếp Vietcombank vinh dự dẫn đầu bảng xếp hạng Top 10 NHTM uy tín.

Trước đó, ngày 13/10/2021, Tạp chí Kinh Tế Việt Nam đã công bố top 10 và top 100 Thương hiệu mạnh Việt Nam năm 2020-2021. Theo kết quả, Vietcombank năm thứ 8 liên tiếp có tên trong danh sách Top 10 thương hiệu mạnh Việt Nam.



Quyết tâm tăng chi đầu tư phát triển, cân nhắc tăng bội chi

Vừa qua, Bộ trưởng Tài chính Hồ Đức Phớc cho biết hiện đang tham mưu cho Thủ tướng và Chính phủ một số gói kích thích kinh tế. Năm 2022 - 2023 có thể tăng bội chi, nhưng đến năm 2024, khi kinh tế phát triển, thu ngân sách tăng lên thì sẽ giảm bội chi.

Dự toán ngân sách nhà nước năm 2022 đang trình Quốc hội dự kiến bố trí cho chi đầu tư phát triển 526,1 nghìn tỷ đồng, chiếm 29,5% tổng chi ngân sách nhà nước, tăng 10,2% so dự toán năm 2021.

Mức bội chi năm 2022 là 372.900 tỷ đồng, tương ứng khoảng 4% GDP, bằng tỷ lệ dự toán năm 2021. Nghĩa vụ trả nợ trực tiếp của Chính phủ khoảng 21-22% tổng thu ngân sách nhà nước. Đến cuối năm 2022, nợ công khoảng 43-44% GDP.





KINH TẾ VIỆT NAM 2022 NHIỀU TRIỂN VỌNG TỐT

TS. Nguyễn Minh Phong

NĂM 2022, DÙ SẼ GẶP NHIỀU KHÓ KHĂN NHƯNG VỚI KINH NGHIỆM, NĂNG LỰC, KHẢ NĂNG ỨNG PHÓ DỊCH BỆNH TIẾP TỤC ĐƯỢC NÂNG LÊN, KHẢ NĂNG CHỦ ĐỘNG SẢN XUẤT ĐƯỢC VACCINE, KINH TẾ VIỆT NAM SẼ CÓ NHIỀU CÁI THIỆN CẢ VỀ ĐỘNG LỰC VÀ KẾT QUẢ PHỤC HỒI, PHÁT TRIỂN SO VỚI NĂM 2021.

Tăng trưởng cả năm 2021 khó đạt mục tiêu

Mục tiêu năm 2021 mà Quốc hội đề ra là tăng 6% GDP và kế hoạch của Chính phủ là tăng 6,5% GDP trên thực tế cho thấy rất khó khả thi...

Theo Báo cáo cập nhật Tình hình Kinh tế vĩ mô Việt Nam tháng 10/2021 của Ngân hàng Thế giới (WB), dự báo tăng trưởng GDP cho Việt Nam trong năm 2021 ước chỉ đạt từ 2-2,5%, thấp hơn đáng kể so với dự báo 4,8% mà WB đưa ra hồi tháng 8/2021.

Theo Báo cáo cập nhật Triển vọng Phát triển châu Á (ADO) 2021 của Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB) công bố ngày 22/9/2021, kinh tế Việt Nam dự kiến năm 2021 tăng trưởng ở mức 3,8% và đạt 6,5% vào năm 2022, với nông nghiệp tăng 2,7%, bằng mức năm 2020.

Ngày 13/9/2021, Ngân hàng HSBC Việt Nam cho rằng tăng trưởng kinh tế Việt Nam năm 2021 nằm trong ngưỡng 3,5-4%, hoặc 5-5,5% tùy thuộc vào hiệu quả triển khai tiêm vaccine COVID-19 cho người dân kết hợp mở cửa lại nền kinh tế đúng thời điểm; vào sự phục hồi các thị trường xuất khẩu lớn và tiêu dùng nội địa; vào khả năng phục hồi phong độ vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI); vào sự ổn định chính sách chất lượng nhân lực và phát triển cơ sở hạ tầng...



Động lực tăng trưởng cuối năm 2021 được hỗ trợ bởi sự phục hồi của cầu nội địa, đẩy mạnh giải ngân vốn đầu tư công, mở rộng thị trường xuất khẩu mới do các hiệp định thương mại mang lại, và sự phục hồi của nền kinh tế toàn cầu,

Theo Báo cáo số 422/BC-CP về tình hình thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2021, dự kiến Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2022 ngày 18/10/2021 của Chính phủ tại Kỳ họp thứ 2, Quốc hội khóa XV, ước thực hiện cả năm 2021: GDP tăng trưởng khoảng 3,5-4% (có 8/12 chỉ tiêu đạt mục tiêu kế hoạch đề ra).

Trong đó, khu vực dịch vụ chiếm tỷ trọng khoảng 41,2% GDP; khu vực nông nghiệp chiếm khoảng 12,3-12,4% GDP; khu vực công nghiệp - xây dựng chiếm khoảng 37,5-37,6%. CPI bình quân tăng dưới 4% so với bình quân năm 2020, đạt mục tiêu đề ra; Thặng dư cán cân thanh toán quốc tế khoảng 9 tỷ USD; Tỷ giá ngoại tệ khoảng 22.800 VNĐ/USD;

Thu Ngân sách Nhà nước (NSNN) đạt khoảng 1.365,5 nghìn tỷ đồng, tăng 1,7% so dự toán, bằng 90,6% so thực hiện năm 2020. Chi NSNN đạt 1.709,2 nghìn tỷ đồng, bằng 101,3% dự toán. Bội chi NSNN khoảng 4% GDP trong phạm vi dự toán; Nợ công khoảng 43,7% GDP; Tổng vốn đầu tư phát triển toàn xã hội cả năm đạt khoảng 2.919,1 nghìn tỷ đồng, tăng 4,2% so với năm 2020, bằng khoảng 35% GDP.

Dòng vốn FDI thực hiện dự kiến cả năm đạt 19-20 tỷ USD; Tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu đạt khoảng 628 tỷ USD, tăng khoảng 15% so với năm 2020, trong đó xuất khẩu đạt khoảng 313 tỷ USD, tăng khoảng 10,7% và nhập siêu cả năm khoảng 2 tỷ USD;

Tỷ lệ nợ xấu nội bảng của các tổ chức tín dụng (TCTD) có xu hướng tăng lên mức 1,67%-1,95% so với mức 1,69% vào cuối năm 2020. Nếu tính cả dư nợ được cơ cấu và giữ nguyên nhóm nợ theo Thông tư 01/2020/TT-NHNN có nguy cơ chuyển thành nợ xấu thì tỷ lệ nợ xấu nội bảng, nợ bán cho Công ty Quản lý tài sản (VAMC) và các khoản nợ tiềm ẩn ước tính ở mức 6,98%-7,29%.

Nền tảng vẫn tốt

Về tổng thể, các điều kiện nền tảng vẫn vững mạnh, lượng dự trữ ngoại hối tăng cao, tiền tệ ổn định, lạm phát vẫn trong tầm kiểm soát, dòng vốn FDI tiếp tục tăng và tập trung vào lĩnh vực sản xuất. Các tập đoàn lớn của thế giới, châu Âu, Nhật Bản (tiêu biểu như Apple, Foxconn, Intel) vẫn tiếp tục đánh giá cao tiềm năng thị trường rộng mở và coi Việt Nam là địa chỉ rất tốt để đầu tư, mở rộng sản xuất và dịch chuyển chuỗi ứng.

Động lực tăng trưởng cuối năm 2021 được hỗ trợ bởi sự phục hồi của cầu nội địa, đẩy mạnh giải ngân vốn đầu tư công, mở rộng thị trường xuất khẩu mới do các hiệp định thương mại mang lại, và



sự phục hồi của nền kinh tế toàn cầu, nhất là xuất khẩu nông sản, hàng dệt may, giày dép, điện tử và điện thoại di động vào Liên minh châu Âu, Trung Quốc và Mỹ - những thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam.

Ngân hàng Nhà nước đã gia tăng hạn mức tín dụng cho một số ngân hàng thương mại từ 10%-12% lên 14%-15% trong năm 2021 và 16 ngân hàng thương mại đã tiến hành giảm lãi suất trên các khoản vay hiện tại nhằm giúp các doanh nghiệp giải quyết khó khăn về dòng tiền. Cả nước đề xuất bãi bỏ, đơn giản hóa 120/166 thủ tục hành chính, cắt giảm 21,2% chi phí tuân thủ quy định.

Năm 2021, Việt Nam là quốc gia duy nhất trên thế giới được cả ba tổ chức xếp hạng tín nhiệm gồm Moody's, Standard & Poor's và Fitch đồng loạt nâng cấp độ triển vọng từ "Ổn định" lên "Tích cực" kể từ khi đại dịch bùng phát.

Hơn nữa, World Travel Awards (Giải thưởng du lịch thế giới) trong tháng 10/2021 đã công bố các giải thưởng năm 2021, trong đó Việt Nam được vinh danh là Điểm đến hàng đầu châu Á (từng đạt được năm 2018 và 2019) và Điểm đến du lịch bền vững hàng đầu châu Á.

Tuy nhiên, quá trình khôi phục các hoạt động kinh tế sau giãn cách xã hội kéo dài có thể phải đối mặt với một số trở ngại, như sự gián đoạn chuỗi cung ứng và những nút thắt về logistics; thiếu hụt lao động; sự cứng nhắc về thủ tục trong thực hiện ngân sách chi thường xuyên và chi đầu tư phát triển, hỗ trợ người lao động và các doanh nghiệp để tái khởi động các hoạt động kinh doanh sau một thời kỳ dài đóng cửa, đặc biệt trong ngành dịch vụ du lịch, ăn uống và lưu trú.

Năm 2022 - Nhiều cải thiện về động lực và kết quả phục hồi

Năm 2022, Việt Nam sẽ có nhiều cải thiện cả về động lực và kết quả phục hồi, phát triển kinh tế so với năm 2021.

Với kinh nghiệm, năng lực, khả năng ứng phó dịch bệnh tiếp tục được nâng lên; khả năng chủ động sản xuất được vaccine ngừa COVID-19 sẽ sớm đảm bảo mục tiêu tiêm vaccine cho toàn dân, giúp đất nước trở lại trạng thái bình thường và nền kinh tế mau chóng hồi phục. Việc hoàn thành bao phủ vaccine vào cuối năm 2021, hoặc chậm nhất vào đầu năm 2022 là một trong những điều kiện tiên quyết để thúc đẩy phục hồi và phát triển kinh tế.

Nhìn chung, quá trình phục hồi kinh tế năm 2022 sẽ gặp không ít thách thức, nhiều điểm nghẽn, nút thắt cần được giải quyết, trong bối cảnh dịch bệnh còn phức tạp và kinh tế thế giới chưa thực sự thoát khỏi khó khăn. Việt Nam tiếp tục đối diện với sự gia tăng áp lực lạm phát, trần nợ công và nợ xấu ngân hàng, những hạn chế về khả năng đáp ứng nhân lực, trang thiết bị, hạ tầng của hệ thống y tế cơ sở, trong khi số lượng người cần được hỗ trợ y tế, an sinh xã hội là rất lớn.

Việc phục hồi sản xuất, kinh doanh có thể bị cản trở bởi khó khăn về tài chính (kỳ hạn trả nợ vay, kỳ hạn nộp thuế) và thị trường tiêu thụ. Tỷ lệ tín dụng so với GDP vẫn ở mức cao, vốn trung, dài hạn của nền kinh tế chủ yếu vẫn dựa vào hệ thống ngân hàng.

Tuy vậy, theo WB, Việt Nam vẫn là điểm đến hấp dẫn các nhà đầu tư trong trung hạn. Các điều kiện nền tảng vững mạnh của Việt Nam sẽ giúp các nhà đầu tư gạt bỏ những biến động ngắn hạn do COVID-19. Trong nội tại nền kinh tế, tiêu dùng nội địa và đầu tư công vẫn sẽ đóng vai trò quan trọng trong phục hồi tăng trưởng kinh tế năm 2022.

Tiêu dùng nội địa, vốn đóng góp khoảng 68-70% trong GDP, có khả năng phục hồi nhờ yếu tố tâm lý thị trường và thu nhập được cải thiện. Bên



Việc hoàn thành bao phủ vaccine vào cuối năm 2021, hoặc chậm nhất vào đầu năm 2022 là một trong những điều kiện tiên quyết để thúc đẩy phục hồi và phát triển kinh tế.

cạnh đó, khu vực tư nhân và FDI có cơ hội phục hồi sản xuất kinh doanh nhờ sự hồi phục cả phía cung, phía cầu, sự thích ứng của khu vực doanh nghiệp và các biện pháp hỗ trợ của Chính phủ.

Khu vực công nghiệp xây dựng và dịch vụ được kỳ vọng đạt mức tăng trưởng cao hơn từ mức tăng trưởng thấp của năm 2020 nhờ sự phục hồi của thị trường tiêu thụ và các nguồn cung ứng. Trong đó, ngành công nghiệp chế biến, chế tạo, bán buôn, bán lẻ và vận tải, kho bãi được kỳ vọng phục hồi mạnh, trở lại vai trò dẫn dắt, động lực cho tăng trưởng kinh tế năm 2022.

Việt Nam cần tăng cường khả năng phục hồi thông qua một hệ thống trợ giúp xã hội mạnh mẽ và linh hoạt trên cơ sở phân bổ thêm vốn cho các chương trình trợ giúp xã hội; xây dựng một cơ quan đăng ký xã hội quy mô lớn và áp dụng kỹ thuật số, để nhanh chóng xác định những người dễ bị tổn thương; mở rộng quy mô thanh toán điện tử, để tiếp cận một cách hiệu quả những người thụ hưởng đã được xác định.

Báo cáo của Chính phủ về Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2022 (dự thảo) xác định: Đặt mục tiêu tổng quát "thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch bệnh COVID-19, bảo vệ tối đa sức khỏe, tính mạng của nhân dân", cùng với "tận dụng tốt các cơ hội để thúc đẩy phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội với các giải pháp tổng thể".

Tiếp tục giữ vững ổn định kinh tế vĩ mô, nâng cao tính tự chủ, khả năng chống chịu, thích ứng của nền kinh tế; ưu tiên rà soát, hoàn thiện về thể chế và nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật; phấn đấu GDP tăng 6-6,5%, tốc độ tăng CPI bình quân

khoảng 4%; bội chi NSNN khoảng 4% GDP... trong cả năm 2022; bảo đảm gắn chặt với việc xây dựng và thực hiện Chương trình phục hồi và phát triển kinh tế đã được Quốc hội yêu cầu xây dựng tại Nghị quyết số 16/2021/QH15 về kế hoạch phát triển KT-XH 5 năm 2021-2025.

Trong bối cảnh dịch bệnh có thể kéo dài, các nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu được đặt ra là tập trung thực hiện linh hoạt, hiệu quả mục tiêu vừa phòng, chống dịch vừa phục hồi, phát triển kinh tế, xã hội, bảo đảm sức khỏe, tính mạng nhân dân và an sinh xã hội; thực hiện tốt công tác xây dựng, hoàn thiện và tổ chức thi hành pháp luật, tập trung tháo gỡ khó khăn, cải cách thủ tục hành chính, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, bảo đảm quyền, lợi ích hợp pháp của người dân, doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, cần kiểm soát lạm phát, hạn chế nợ xấu phát sinh, duy trì tỷ lệ nợ xấu nội bảng dưới 3%; đẩy mạnh sản xuất kinh doanh, xuất khẩu, đẩy nhanh tiến độ giải ngân vốn đầu tư công và xây dựng kết cấu hạ tầng; chú trọng đào tạo nghề, nâng cao chất lượng nhân lực; phát triển kinh tế số, xã hội số nâng cao tính tự chủ, khả năng chống chịu, thích ứng để phục hồi và phát triển kinh tế trong trạng thái bình thường mới.

Các chính sách hỗ trợ phát triển cần chú ý tạo động lực kích thích cho cả tổng cung và tổng cầu; củng cố nền tảng kinh tế vĩ mô và thúc đẩy cải cách thể chế kinh tế sâu rộng hơn, tạo thêm "sức bật" cho doanh nghiệp; Thúc đẩy phát triển liên kết vùng, khu kinh tế và phát triển đô thị, kinh tế đô thị, đẩy nhanh tiến độ lập, phê duyệt các quy hoạch; Gắn kết hài hòa giữa phát triển kinh tế với văn hóa, xã hội; phát huy giá trị văn hóa, con người Việt Nam; chú trọng thực hiện chính sách người có công, bảo trợ xã hội, bảo đảm an sinh xã hội; nâng cao năng lực hệ thống y tế.

Việc vận dụng các chính sách kinh tế vĩ mô cần linh hoạt theo các kịch bản để ứng phó với các diễn biến bất lợi của kinh tế thế giới và khu vực; đẩy mạnh đa dạng hóa xuất khẩu, đáp ứng và khai thác các cơ hội mới từ các hiệp định thương mại tự do quan trọng (như Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương - CPTPP, Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu - EVFTA); nghiên cứu, khuyến khích các mô hình kinh tế mới, mở rộng không gian kinh tế trong nước và tham gia sâu hơn vào cấu trúc đầu tư, trật tự thương mại và chuỗi cung ứng toàn cầu, nhất là chuyển đổi số, thu hút hợp tác về cơ sở hạ tầng, mở rộng thị trường xuất khẩu.



THỊ TRƯỜNG TÀI CHÍNH VIỆT NAM

NHỮNG ĐIỂM SÁNG VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN

TS. Nguyễn Đại Lai - Chuyên gia tài chính, ngân hàng

NĂM 2021, THỊ TRƯỜNG TÀI CHÍNH (TTTC) VIỆT NAM TĂNG TRƯỞNG KHÁ, LÀM TỐT VAI TRÒ HUYẾT MẠCH CỦA NỀN KINH TẾ. TRONG BỐI CẢNH ĐẠI DỊCH COVID-19 HIỆN NAY, CẦN CÓ NHỮNG GIẢI PHÁP MANG TÍNH CHIẾN DỊCH VÀ CHIẾN LƯỢC ĐỂ THỊ TRƯỜNG HOẠT ĐỘNG HIỆU QUẢ HƠN.

Thị trường tín dụng tăng trưởng tích cực

Trong điều kiện đại dịch COVID-19 diễn biến phức tạp, tăng trưởng tín dụng quý III/2021 vẫn đạt 7,17% (cùng thời điểm năm 2020 chỉ tăng 4,99%), hỗ trợ tích cực cho tăng trưởng kinh tế 9 tháng đầu năm 2021, đặc biệt là trong các quý I và II/2021.

Thời gian qua, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) và các tổ chức tín dụng (TCTD) đã ban hành kịp thời, triển khai đồng bộ nhiều giải pháp chính sách để hỗ trợ doanh nghiệp (DN), người dân vượt qua khó khăn như: Tái cơ cấu theo hướng kéo dài thời gian các khoản nợ cũ, tạo điều kiện mở ra các khoản nợ mới, miễn giảm lãi vay, giảm phí thanh toán, giảm lãi suất, giữ nguyên nhóm nợ... Theo đó, các TCTD đã miễn, giảm, hạ lãi suất cho hàng triệu khách hàng hiện hữu và khách hàng mới.

NHNN đã liên tiếp 3 lần điều chỉnh giảm các mức lãi suất với tổng mức giảm tới 1,5 đến 2,0%/năm đối với lãi suất điều hành; Giảm 0,6 đến 1,0%/năm trần lãi suất tiền gửi các kỳ hạn dưới 6 tháng; Giảm 1,5%/năm trần lãi suất cho vay ngắn hạn đối với các lĩnh vực ưu tiên (hiện ở mức 4,5%/năm). Đồng thời, NHNN sẵn sàng hỗ trợ thanh khoản, tạo điều kiện cho các TCTD tiếp cận nguồn vốn từ NHNN với chi phí thấp.

Kết quả, mặt bằng lãi suất cho vay đã giảm khoảng 1%/năm trong năm 2020 và tiếp tục giảm hơn 0,55%/năm trong nửa đầu năm 2021 đến nay, tổng cộng giảm 1,55%/năm so với trước đại dịch.

Tính đến ngày 31/8/2021, tín dụng toàn nền kinh tế đạt trên 9,87 triệu tỷ đồng, tăng 7,42% so với cuối năm 2020, tín dụng đối với các ngành kinh tế đều có mức tăng trưởng cao hơn cùng kỳ năm 2020. Tín dụng cho các lĩnh vực ưu tiên có mức tăng trưởng khá, trong đó lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn, xuất khẩu, công nghiệp hỗ trợ, công nghệ cao tăng trưởng cao hơn nhiều so với tỷ lệ tăng trưởng tín dụng bình quân chung.

Thực hiện Nghị quyết 63/NQ-CP của Chính phủ, 16 ngân hàng thương mại (NHTM), chiếm 75% tổng dư nợ nền kinh tế, đã thống nhất nguyên tắc tiếp tục giảm lãi suất cho vay lên đến 1%/năm trên dư nợ hiện hữu bằng đồng Việt Nam trong 5 tháng cuối năm 2021 đối với khách hàng chịu ảnh hưởng bởi dịch COVID-19.

Theo đó, 16 ngân hàng này đã đồng thuận giảm lãi suất cho vay áp dụng từ ngày 15/7/2021 đến hết năm 2021 với tổng số tiền lãi giảm cho khách hàng lên tới 20.613 tỷ đồng. Riêng 4 NHTM Nhà nước tiếp tục cam kết dành gói hỗ trợ 4.000 tỷ



Trong điều kiện đại dịch COVID-19 diễn biến phức tạp, tăng trưởng tín dụng quý III/2021 vẫn đạt 7,17% (cùng thời điểm năm 2020 chỉ tăng 4,99%).

đồng để giảm lãi suất cho vay, giảm các loại phí dịch vụ ngân hàng trong thời gian giãn cách cho khách hàng tại các địa phương đang thực hiện cách ly toàn xã hội theo Chỉ thị 16/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ.

Thị trường chứng khoán khả quan

Thống kê từ Sở Giao dịch Chứng khoán TP. HCM (HOSE), kết thúc phiên giao dịch cuối cùng của tháng 9/2021, chỉ số VNIndex đạt 1342,06 điểm, tăng 0,8% so với tháng trước, tăng 21,58% so với đầu năm 2021. Trong đó, VN30 đạt 1453,76 điểm, giảm 1,76% so với tháng trước nhưng tăng 35,77% so với đầu năm.

Thị trường cổ phiếu trong 9 tháng đầu năm 2021, giá trị giao dịch bình quân đạt trên 19.543 tỷ đồng/phiên với khối lượng giao dịch bình quân đạt 682,42 triệu cổ phiếu/phiên, tương ứng tăng 294,93% về giá trị và tăng 138,29% về khối lượng so với cùng kỳ năm 2020.

Nhà đầu tư nước ngoài trên thị trường chứng khoán (TTCK) qua 9 tháng đầu năm cũng đã có tổng giá trị và khối lượng giao dịch lần lượt đạt 592.308 tỷ đồng và 12,6 tỷ cổ phiếu. Đến hết quý III/2021, tổng khối lượng cổ phiếu đang niêm yết đạt trên 111,3 tỷ cổ phiếu, với giá trị vốn hóa niêm yết đạt hơn 5,13 triệu tỷ đồng, tăng 2,30% so với tháng trước, đạt tới 81,59% GDP năm 2020.

Tổng mức huy động vốn cho nền kinh tế qua TTCK 9 tháng đầu năm ước đạt 292,1 nghìn tỷ đồng, tăng 12% so với cùng kỳ năm trước; giá trị giao dịch bình quân trên thị trường cổ phiếu đạt

24.042 tỷ đồng/phiên, tăng 224% so với bình quân năm 2020; giá trị giao dịch bình quân trên thị trường trái phiếu đạt 10.948 tỷ đồng/phiên, tăng 5,3%.

Khối lượng giao dịch bình quân trên TTCK phái sinh, đối với sản phẩm hợp đồng tương lai trên chỉ số VN30 đạt 207.171 hợp đồng/phiên, tăng 32%; đối với sản phẩm chứng quyền có bảo đảm, khối lượng đạt 18,78 triệu chứng quyền/phiên, tăng 59%.

Tổng số dự án đầu tư nước ngoài tính đến 20/9/2021 đăng ký cấp mới giảm 37,8% so với cùng kỳ năm 2020 nhưng số vốn đăng ký tăng 20,6%. Vốn đăng ký cấp mới bình quân 1 dự án trong 9 tháng năm 2021 đạt 10,3 triệu USD/dự án, tăng 94% (2020 đạt 5,3 triệu USD/dự án).

Tổng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đăng ký trong 9 tháng ước đạt 22,15 tỉ USD, tăng 4,4% so với cùng kỳ năm trước.

Thị trường bảo hiểm phát triển khá

Kinh doanh bảo hiểm trên TTTC Việt Nam 9 tháng qua đã tăng trưởng khá, đảm bảo quyền lợi người tham gia bảo hiểm. Doanh thu phí bảo hiểm toàn thị trường 9 tháng đầu năm 2021 ước tính tăng 13% so với cùng kỳ năm trước (quý III/2020 tăng 7%), trong đó doanh thu phí bảo hiểm lĩnh vực nhân thọ tăng 17%, lĩnh vực bảo hiểm phi nhân thọ tăng 5%.

Theo số liệu thống kê của Bộ Tài chính, tính đến hết tháng 8/2021, thị trường bảo hiểm (TTBH) Việt Nam có tổng tài sản ước đạt 643.588 tỷ đồng (tăng 22,10% so với cùng kỳ năm 2020), trong đó, các DN bảo hiểm phi nhân thọ ước đạt 102.222 tỷ đồng, các DN bảo hiểm nhân thọ ước đạt 541.366 tỷ đồng.

Tổng doanh thu phí bảo hiểm ước đạt 133.040 tỷ đồng (tăng 16,96% so với cùng kỳ năm 2020). Trong đó, doanh thu phí bảo hiểm phi nhân thọ đạt 38.092 tỷ đồng, doanh thu bảo hiểm nhân thọ đạt 94.948 tỷ đồng. Chi trả quyền lợi bảo hiểm ước đạt 34.398 tỷ đồng (tăng 12,70% so với cùng kỳ năm 2020), trong đó các DN bảo hiểm phi nhân thọ ước đạt 13.590 tỷ đồng, các DN bảo hiểm nhân thọ ước đạt 20.808 tỷ đồng.

Nhìn chung, thời gian qua, TTTC tuy có nhiều tiềm năng nhưng môi trường hoạt động đã và đang vừa bị co hẹp vừa chịu nhiều nguy cơ rủi ro trong điều kiện dịch bệnh bùng phát.

Theo Tổng cục thống kê, GDP 9 tháng đầu năm 2021 chỉ tăng 1,42% so với cùng kỳ năm trước do dịch COVID-19 ảnh hưởng tới mọi lĩnh vực của nền kinh tế - xã hội. Nhiều địa phương, nhất là những tỉnh, thành phố kinh tế trọng điểm đã phải thực hiện chỉ đạo giãn cách xã hội kéo dài.

Trong mức tăng chung khiêm tốn của toàn nền kinh tế, khu vực dịch vụ giảm 0,69%, làm giảm 22,05% GDP. Ngành bán buôn, bán lẻ giảm 3,1% so với cùng kỳ năm trước, làm giảm 0,3 điểm phần trăm trong tốc độ tổng giá trị tăng thêm của toàn nền kinh tế; tương tự, ngành vận tải kho bãi giảm 7,79%, làm giảm 0,47 điểm phần trăm; ngành dịch vụ lưu trú và ăn uống giảm 23,18%, làm giảm 0,57 điểm phần trăm.

Trong khu vực công nghiệp và xây dựng, ngành công nghiệp chế biến, chế tạo là động lực tăng trưởng của toàn nền kinh tế với tốc độ tăng 6,05%, đóng góp 1,53 điểm phần trăm vào tổng giá trị tăng thêm của toàn nền kinh tế. Ngành sản xuất và phân phối điện tăng 5,24%, đóng góp 0,2 điểm phần trăm;

TTTC với tổng giá trị hoạt động ngân hàng, chứng khoán và bảo hiểm là nhóm tăng cao thứ nhì, với mức tăng tới 8,37%, đóng góp 0,45 điểm phần trăm, góp phần thúc đẩy tổng phương tiện thanh toán M2 tính đến ngày 7/10/2021 tăng 5,65% so với cuối năm 2020 và tăng 11,56% so với cùng kỳ 2020. Cùng với đó, các "tia sáng cuối đường hầm" cũng đã phát sáng với nhiều kỳ vọng mới về khả năng kiểm soát đại dịch đã và đang diễn ra trong thực tiễn.



Quá trình phục hồi cũng phải được hỗ trợ bằng chiến lược tiếp cận thị trường qua con đường ngoại giao, các hiệp định thương mại tự do cùng cơ chế, chiến dịch khuyến khích thu hút lực lượng lao động cũ và mới trở lại sản xuất kinh doanh và phát triển thị trường.

Tuy nhiên, kể từ khi bùng phát dịch COVID-19 vào đầu năm 2020, đặc biệt là từ đợt bùng phát thứ 4 từ ngày 27/4/2021 đến nay, đại dịch đã đánh thẳng vào các trung tâm kinh tế và khu công nghiệp lớn từ Bắc vào Nam, như Hải Dương (tháng 3/2021); từ tháng 4 đến 5/2021 là Bắc Ninh, Bắc Giang, Hà Nội và từ tháng 5/2021 đến nay là các tỉnh Đông, Tây Nam Bộ và đặc biệt TP. Hồ Chí Minh.

Trong bối cảnh đó, nhiều tỉnh, thành phố, khu công nghiệp phải thực hiện giãn cách và áp dụng các biện pháp phòng dịch nghiêm ngặt, làm gián đoạn chuỗi cung ứng, ảnh hưởng tới phát triển kinh tế-xã hội.

Đề xuất giải pháp chiến dịch và chiến lược

Trong mọi trường hợp, TTTC luôn vừa là nguồn lực, vừa là huyết mạch của nền kinh tế thị trường. Do đó, không chỉ coi TTTC là nơi để buôn bán vốn và tiền, mà đó còn phải là nơi khơi thông những ách tắc cho nền kinh tế - xã hội, nơi cùng phải xắn tay chia sẻ rủi ro với toàn nền kinh tế.

Vì vậy, các giải pháp cho phát triển TTTC mang tính chiến dịch và chiến lược cần được vận hành và yêu cầu được vận hành theo các giải pháp và môi trường sau:

Về chiến dịch, Nhà nước cần tạo điều kiện cho TTTC được hoạt động trong cơ chế nền kinh tế vừa phòng ngự, vừa tấn công trước dịch bệnh một cách đúng lúc, đúng chỗ và đúng thời cơ cùng với chiến dịch tăng tốc phủ sóng tiêm vaccine trên phạm vi toàn quốc.

Chính phủ cần tăng cường các chính sách hỗ trợ DN, người dân trong việc thích ứng với sự thay đổi của thị trường để phát triển sản xuất lưu thông hàng hóa ngay trong môi trường có dịch. Xóa bỏ hình thức khoanh vùng, ngăn sông cấm chợ, "dùng

vành đò bó cả vành vàng, vành xanh bên trong" gây ách tắc, gây khúc, gián đoạn vì tránh dịch hơn là chống dịch!...

Về chiến lược, nền kinh tế - xã hội cũng giống như cơ thể con người, khi khỏe, khi ốm, khỏe chỗ này yếu chỗ kia... Và vì vậy, ốm đâu chữa đấy, yếu gì chữa nấy và/hoặc ai ốm thì đi viện, ai khỏe thì đi làm! Chiến lược của nền kinh tế cũng phải "sống chung với dịch dã, môi trường, tai ương...". Phải chống mọi nguy cơ rủi ro và hướng đến một thị trường tiềm năng để phát triển sản xuất kinh doanh trong mọi điều kiện.

Sự phục hồi kinh tế toàn cầu được duy trì sẽ đảm bảo nhu cầu mạnh mẽ đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam vào những thị trường chủ lực (Mỹ, Liên minh châu Âu, Nga, Trung Quốc...). Do đó, quá trình phục hồi cũng phải được hỗ trợ bằng chiến lược tiếp cận thị trường qua con đường ngoại giao, các hiệp định thương mại tự do cùng cơ chế, chiến dịch khuyến khích thu hút lực lượng lao động cũ và mới trở lại sản xuất kinh doanh và phát triển thị trường.

Chính sách phát triển TTTC cần tiếp tục khuyến khích nới lỏng thông qua triển khai thực hiện các công cụ ngắn, trung và dài hạn. Chính sách tài khóa phải gắn với việc đẩy nhanh triển khai thực hiện các dự án đầu tư công, mở ra hướng đầu tư cho TTTC cạnh tranh phát triển, tạo tiềm năng, động lực cho các DN trong và ngoài nước cùng phát triển bền vững.

TRÍ TUỆ NHÂN TẠO

SỨC MẠNH MỚI TRONG NGÂN HÀNG KỸ THUẬT SỐ

♥ Minh Tiệp

TRÍ TUỆ NHÂN TẠO (AI) LÀ MỘT TRONG NHỮNG CÔNG NGHỆ PHÁT TRIỂN NHANH CHÓNG NHẤT. CÁC NHÀ PHÂN TÍCH DỰ ĐOÁN RẰNG ĐẦU TƯ TOÀN CẦU VÀO AI SẼ ĐẠT 98 TỶ USD VÀO NĂM 2023. TRONG LĨNH VỰC DỊCH VỤ TÀI CHÍNH, CHÚNG TA ĐANG CHỨNG KIẾN TÁC ĐỘNG TO LỚN CỦA AI VÀ CÁC THUẬT TOÁN THÔNG MINH ĐỐI VỚI CÁCH CHÚNG TA SỐNG VÀ LÀM VIỆC.



Hiện tại, trong lĩnh vực ngân hàng, AI đang có 4 hình thức chính: Nhận dạng giọng nói và khuôn mặt; xử lý ngôn ngữ tự nhiên; máy học (machine learning); và học sâu (deep learning). 4 hình thức này được phát triển dựa trên việc áp dụng lặp đi lặp lại chatbot (chat tự động), phân tích tài liệu, tự động hóa quy trình hoặc phân tích dự đoán.

TỰ ĐỘNG HÓA THÔNG MINH TRONG NGÂN HÀNG

Tự động hóa quy trình bằng robot (RPA) đang trở nên phổ biến, đặc biệt là trong lĩnh vực ngân hàng. Để tự động hóa các tác vụ đơn giản, lặp đi lặp lại một cách hợp lý, công nghệ này là lý tưởng. Ngược lại, AI có thể tự động hóa các nhiệm vụ phức tạp hơn đòi hỏi các quy trình cần đến nhận thức hoặc "trí thông minh".

RPA hoàn hảo cho quy trình kế toán và hành chính. Nhưng khi kết hợp RPA cùng với AI, tất cả các quy trình bao gồm cả những quy trình mà khách hàng phải xử lý - đều có thể được tự động hóa. Với tiềm năng này, ngành ngân hàng có một phạm vi rộng lớn cho việc sử dụng AI:

Dịch vụ khách hàng

Đây là một trong những cách sử dụng AI phổ biến nhất trong ngân hàng. Thay vì các chuyên gia dịch vụ khách hàng phải xử lý hàng nghìn email theo cách thủ công, AI có thể tiếp nhận các email, giải mã ý nghĩa của chúng và sau đó đưa ra câu trả lời thích hợp mà chuyên gia trong bộ phận khách hàng có thể xem xét và gửi câu trả lời chỉ bằng một cú nhấp chuột.

Tự động hóa thông minh là một cách thúc đẩy hiệu quả và cải tiến các quy trình đầu cuối, ví dụ như quy trình kiểm tra và trả tiền mặt qua séc.

RPA hoàn hảo cho quy trình kế toán và hành chính. Nhưng khi kết hợp RPA cùng với AI, tất cả các quy trình bao gồm cả những quy trình mà khách hàng phải xử lý - đều có thể được tự động hóa.

Bán hàng và nghiên cứu thông tin khách hàng

Lĩnh vực này đang thực sự phát triển nhanh. AI được sử dụng để thu thập và phân tích dữ liệu và thông tin từ khách hàng, cung cấp cho các nhóm phát triển kinh doanh thông tin chi tiết độc đáo, quy trình bán hàng và đề xuất cho 'hành động kế tiếp tốt nhất' để phát triển quan hệ khách hàng, thúc đẩy doanh số bán hàng.

Hạ tầng công nghệ thông tin

AI có thể chỉ ra một chi tiết hoặc một ứng dụng có khả năng bị lỗi, tăng tính hữu dụng và khả năng phục hồi của hạ tầng CNTT.

Ngăn ngừa gian lận

AI ngày càng trở nên quan trọng hơn trong việc quản lý gian lận một cách hiệu quả. Điều này có thể được thực hiện bằng cách phát hiện và loại bỏ các khoản thanh toán có yếu tố gian lận.

An ninh mạng

Khi các mối đe dọa mạng phát triển và trở nên phức tạp hơn, AI có thể được áp dụng để phân tích dự đoán để phát hiện các cuộc tấn công mạng, ngay cả trước khi chúng xảy ra.

Mặc dù chúng ta có nhiều thông tin rằng AI sẽ thay thế con người, đảm nhận công việc và tiếp quản cuộc sống của chúng ta, nhưng điều này không đơn giản như vậy. AI là để nâng cao các hoạt động, thay vì thay thế con người. Và sự giám sát của con người cũng là không thể thiếu để đảm bảo các thuật toán AI cho ra kết quả mong đợi.

Những kết quả tích cực từ việc ứng dụng AI là không thể chối cãi. Nhưng trong những năm gần đây, chúng ta đã thấy rằng, nếu không được kiểm soát, AI cũng có thể gây ra những hậu quả nghiêm trọng.

Trong các ứng dụng mạng xã hội và kỹ thuật số, AI có thể hoạt động để củng cố thành kiến xã hội tiêu cực, ngăn chặn các quan điểm đối lập trên các phương tiện truyền thông mạng, đẩy nhanh việc lan truyền thông tin sai lệch và ảnh hưởng đến cảm xúc tổng thể của các cá nhân.

Các dịch vụ tài chính cũng không phải là miễn nhiễm. Các giới hạn không công bằng đối với quyền tiếp cận tín dụng của một số người tiêu dùng nhất định hoặc lời khuyên tài chính được đưa ra không minh bạch là một trong những vấn đề gặp phải với các ứng dụng dựa trên AI.

Vì vậy, để áp dụng AI một cách hiệu quả, người ta cần thiết lập quy chuẩn hành vi đạo đức cho AI.



LÀM THẾ NÀO ĐỂ SỬ DỤNG AI THÀNH CÔNG?

Một số ngân hàng đã tập trung và xây dựng được các trung tâm xuất sắc về AI. Một số khác vẫn đang khám phá những lợi ích, hướng tới cách họ có thể tăng tốc và xác định những gì công nghệ này có thể làm cũng như những gì nó không thể. Trong đó, để áp dụng thành công AI cần:

Tập trung vào những điểm khó khăn trong kinh doanh

Với bất kỳ công nghệ mới nào, điều quan trọng là phải tập trung vào những gì bạn muốn đạt được. Bạn không thể chỉ xây dựng một nhóm chuyên gia AI, sau đó yêu cầu họ tạo ra giá trị cho doanh nghiệp.

Thay vào đó, cần bắt đầu với sự hiểu biết sâu sắc về doanh nghiệp và những điểm khó khăn của nó, chẳng hạn như "Tôi có vấn đề về dịch vụ khách hàng". Sau đó, chúng ta có thể sử dụng AI để giải quyết vấn đề, chứng minh lợi ích của việc áp dụng AI và đạt được thêm nhiều giá trị thặng dư.

Quản lý kỳ vọng

Cần thận trọng khi quản lý các kỳ vọng nội bộ: AI không phải là để thay thế bộ não con người.

Tích hợp thông tin

Hợp nhất tất cả thông tin vào một nơi trong một tổ chức, thay vì phân tán nó mọi nơi là một cách quan trọng khác để đạt được thành công. Làm



AI đang nhanh chóng bắt đầu nằm trong chương trình bàn thảo của tất cả các ngân hàng. Vì nó có tác động rất lớn đến cả hoạt động và sự hài lòng của khách hàng, cũng như mang lại lợi tức đầu tư nhanh chóng.

điều này sẽ thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa AI, vì kiến thức và thông tin sẽ được tận dụng và mở rộng được nhanh chóng phạm vi các trường hợp sử dụng.

AI đang nhanh chóng bắt đầu nằm trong chương trình bàn thảo của tất cả các ngân hàng. Vì nó có tác động rất lớn đến cả hoạt động và sự hài lòng của khách hàng, cũng như mang lại lợi tức đầu tư nhanh chóng.

Công nghệ AI đang mang lại cho các ngân hàng cơ hội cải thiện cơ bản các sản phẩm và dịch vụ mà họ cung cấp. Mặc dù vậy, nhiều ngân hàng mới chỉ đang có những thử nghiệm nhỏ để kết hợp AI vào hoạt động của họ.

Một số ngân hàng có thể đổ lỗi cho việc thiếu đầu tư, dữ liệu thu thập được bị rời rạc hoặc cách thức làm việc lỗi thời cản trở sự hợp tác giữa các nhóm vận hành dịch vụ và công nghệ. Bất chấp tốc độ thay đổi chậm, để có được hiệu quả trong tương lai, các ngân hàng sẽ cần áp dụng công nghệ AI làm nền tảng cho các kế hoạch giá trị mới và các dịch vụ khách hàng đặc biệt.

Khi các nhà cung cấp dịch vụ ngân hàng ngày càng thấy mình phải cạnh tranh với những công ty mới gia nhập ngành như các công ty công nghệ lớn - một xu hướng tăng nhanh trong đại dịch COVID-19 - thì các tổ chức tài chính này cần phải mạnh dạn đón nhận những công nghệ mới và chịu được sự gián đoạn ngắn hạn. Điều này sẽ đảm bảo họ thành công lâu dài trong một tương lai đang ngày càng số hóa.



HÀNH VI ĐẠO ĐỨC CỦA AI

Khi AI trở thành một phần trung tâm của các sản phẩm và dịch vụ, tổ chức trong các lĩnh vực sử dụng nó sẽ bắt đầu phát triển các quy tắc đạo đức của AI. Chúng là tập hợp các nguyên tắc hướng dẫn, giá trị và kỹ thuật được tạo ra để quản lý một cách có trách nhiệm việc thiết kế, phát triển và triển khai công nghệ trí tuệ nhân tạo.

Nhiều người cho rằng AI dễ gây ra tổn hại với người dùng. Nhưng điều này chỉ đúng khi được xem xét trong bối cảnh mối quan hệ của nó với người dùng cuối. Vì AI trung lập về mặt đạo đức, còn con người phát triển các hệ thống AI có tư duy và thành kiến cá nhân. Do đó, điều quan trọng là phải cẩn trọng trong việc áp dụng AI trên quy mô lớn, bởi nó có thể dẫn đến tác động không mong muốn khi thuật toán quyết định bị thiên lệch hoặc thành kiến cá nhân được áp dụng trong quá trình phát triển các thuật toán.

Hiện tại, các tổ chức tài chính ngày càng sử dụng nhiều các kỹ thuật AI trong hệ thống ngân hàng kỹ thuật số của họ để tạo ra thông tin chi tiết được cá nhân hóa và thúc đẩy hành động. Khi đó, cần đảm bảo rằng hành vi đạo đức AI được xem

Các hệ thống sử dụng AI nên được thiết kế theo cách cho phép nó minh bạch, có trách nhiệm và có thể giải thích được cho cả nhà phát triển và người dùng.

xét. Các hệ thống sử dụng AI nên được thiết kế theo cách cho phép nó minh bạch, có trách nhiệm và có thể giải thích được cho cả nhà phát triển và người dùng.

Nếu được thiết kế dựa trên đạo đức AI, các vấn đề như lo ngại về quyền riêng tư dữ liệu, thao túng hành vi hoặc thậm chí là thành kiến trong các thuật toán sẽ được giải quyết và quản lý hiệu quả khi các hệ thống và ứng dụng phát triển.

Khi AI trở thành một tính năng nổi bật trong cuộc sống của chúng ta, các tổ chức tài chính cần phải tiếp tục chủ động trong việc điều chỉnh và xác định lại các nguyên tắc hướng dẫn của họ để bắt kịp với bản chất phát triển của nó. Điều này bao gồm dự đoán các sai lệch thuật toán tiềm ẩn, theo dõi sự phát triển của các ứng dụng dựa trên AI và thậm chí đào tạo lại các hệ thống và mô hình khi cần thiết.

VCB DigiBiz & Vietcombank Visa Business BỘ GIẢI PHÁP SỐ TỐI ƯU CHO SME

BỘ GIẢI PHÁP SỐ MỚI DÀNH CHO DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA (SME) CỦA VIETCOMBANK GIÚP GIAO DỊCH NHANH CHÓNG, TIẾT KIỆM CHI PHÍ, THỜI GIAN, NHÂN LỰC, LÀ NHỮNG LỰA CHỌN TỐI ƯU TRONG THỜI ĐẠI CÔNG NGHỆ SỐ HIỆN NAY.



Ngày 18/11/2021, Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank) chính thức ra mắt bộ giải pháp số hoàn toàn mới dành cho doanh nghiệp SME bao gồm: Dịch vụ Ngân hàng số VCB DigiBiz và các sản phẩm thẻ doanh nghiệp Vietcombank Visa Business, giúp doanh nghiệp có thể giao dịch một cách tiện lợi, nhanh chóng và tiết kiệm chi phí tối đa.

Theo chia sẻ từ các doanh nghiệp SME, với giải pháp tài chính truyền thống, đơn vị của họ cần khá nhiều thời gian để hoàn thành các giấy tờ thủ tục hành chính như lập ủy nhiệm chi, đối chiếu chứng từ... hay di chuyển tới điểm giao dịch để thực hiện việc thanh toán. Vì vậy, việc tìm một giải pháp quản lý tài chính số là cần thiết nhằm khắc phục các hạn chế trên, đồng thời tận dụng tối đa được giá trị mà các phương thức hiện đại mang lại.

Hiện nay, nhiều ngân hàng đã và đang tập trung đầu tư phát triển các giải pháp tài chính số với phân khúc khách hàng là doanh nghiệp SME để phục vụ và đáp ứng tốt nhất cho nhu cầu ngày càng cao của nhóm khách hàng này. Vì vậy, doanh nghiệp cũng có nhiều lựa chọn về một giải pháp tài chính hiệu quả, phù hợp với mô hình kinh doanh.

Theo các chuyên gia tài chính, một giải pháp tài chính số "ưu việt" cần được đa dạng dịch vụ, áp dụng các công nghệ hiện đại để giúp doanh nghiệp tiết kiệm thời gian và nguồn lực trong quá trình thực hiện giao dịch. Bên cạnh đó, yếu tố "đồng bộ" cũng rất quan trọng để giúp doanh nghiệp tối ưu quản lý tài chính cũng như hỗ trợ giao dịch được liền mạch, trơn tru.

Với bộ giải pháp số mới VCB DigiBiz và Vietcombank Visa Business dành cho doanh nghiệp SME, Vietcombank hướng tới sự đồng bộ, liền mạch khi giao dịch. Bộ giải pháp số mới này được kỳ vọng giúp doanh nghiệp giao dịch nhanh chóng và quản lý tài chính hiệu quả.

NGÂN HÀNG SỐ VCB DIGIBIZ - GIAO DỊCH "0 ĐỒNG PHÍ"

VCB DigiBiz là dịch vụ ngân hàng số hoàn toàn mới, giúp doanh nghiệp có thể giao dịch mọi lúc, mọi nơi thông qua ứng dụng (app) VCB DigiBiz trên các chợ ứng dụng hoặc trên website của Vietcombank. Khách hàng chỉ cần sử dụng 1 tên truy cập, 1 mật khẩu để sử dụng dịch vụ trên các



Với các phương thức xác thực hiện đại, hạn mức giao dịch tối đa trên VCB DigiBiz lên tới 100 tỷ đồng/ngày (đối với VND) hoặc 4,5 triệu USD (đối với giao dịch ngoại tệ).

kênh với 1 hạn mức giao dịch thống nhất. Giao diện VCB DigiBiz được thiết kế hiện đại, mang tới những trải nghiệm đơn giản và mới lạ.

Vietcombank miễn toàn bộ phí giao dịch và phí duy trì trên VCB DigiBiz (bao gồm: Phí sử dụng dịch vụ, Phí chuyển tiền, Phí Thanh toán theo bảng kê, Phí nộp ngân sách nhà nước ...) từ khi ra mắt đến hết ngày 31/5/2022. Việc miễn phí không áp dụng với phí sử dụng thiết bị Hard Token.

Lập và duyệt lệnh đơn giản

Dựa trên nghiên cứu về nhu cầu của doanh nghiệp SME, hệ thống phân quyền lập và duyệt lệnh trên VCB DigiBiz được thiết kế theo hướng đơn giản, linh hoạt với hai mô hình: Mô hình 1 cấp (vừa lập, vừa duyệt lệnh) và Mô hình 2 cấp (1 cấp lập và 1 cấp duyệt). Ngay sau khi đăng ký dịch vụ và kích hoạt dịch vụ thành công, khách hàng có thể tạo thêm các mã lập lệnh, mã duyệt lệnh và phân quyền cho các cá nhân trong doanh nghiệp sử dụng.

An toàn với phương thức xác thực Smart OTP và Hard Token

VCB DigiBiz sử dụng 2 phương thức xác thực là Smart OTP (xác thực thông qua ứng dụng trên điện thoại – được tích hợp ngay trên ứng dụng VCB DigiBiz) và Hard Token (thiết bị vật lý), mang tới sự tiện lợi nhưng vẫn đảm bảo an toàn tối đa cho

khách hàng. Với các phương thức xác thực hiện đại, hạn mức giao dịch tối đa trên VCB DigiBiz lên tới 100 tỷ đồng/ngày (đối với VND) hoặc 4,5 triệu USD (đối với giao dịch ngoại tệ).

Đăng ký dịch vụ dễ dàng

Để đăng ký dịch vụ, khách hàng có thể đến một trong gần 600 điểm giao dịch bất kỳ của Vietcombank trên toàn quốc. Nếu đang sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến dành cho doanh nghiệp (VCB-iB@nking), khách hàng có thể đăng ký chuyển đổi sang VCB DigiBiz hoàn toàn online.

BỘ ĐỘI SẢN PHẨM THẺ DOANH NGHIỆP - HOÀN TIỀN KHÔNG GIỚI HẠN

Bên cạnh dịch vụ ngân hàng số, Vietcombank đồng thời ra mắt sản phẩm thẻ tín dụng và ghi nợ quốc tế hoàn toàn mới dành cho doanh nghiệp SME với tên gọi Vietcombank Visa Business. Đây là các sản phẩm thẻ được triển khai trên nền tảng công nghệ số, với nhiều tiện ích thiết thực và ưu đãi hấp dẫn, hỗ trợ đắc lực cho công tác quản trị doanh nghiệp.

Thiết kế “mở ra tương lai”

Thiết kế thẻ được lấy cảm hứng từ cây quạt xếp – một vật dụng truyền thống để tạo ra cảm hứng của tương lai. Hình ảnh quạt giấy mở ra giúp liên tưởng đến tương lai rộng mở với sự hứng khởi trên nền tảng số hóa.

Hoàn tiền không giới hạn - Tiết kiệm chi phí vận hành

Các sản phẩm thẻ doanh nghiệp Vietcombank Visa Business được tích hợp tính năng hoàn tiền không giới hạn trên doanh số chi tiêu, với tỷ lệ hoàn tiền 0,4% cho thẻ tín dụng và 0,3% cho thẻ ghi nợ, giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí tối đa. Ngoài ra, chủ thẻ có cơ hội tiếp cận hàng loạt ưu đãi hấp dẫn từ các đơn vị cung cấp dịch vụ marketing, quảng cáo trực tuyến, phần mềm vận hành... theo chương trình ưu đãi toàn cầu của Visa.

Tiết kiệm thời gian, tăng hiệu quả quản trị doanh nghiệp

Thẻ do doanh nghiệp đăng ký phát hành và cấp cho chủ doanh nghiệp, nhân viên sử dụng để thanh toán chi phí hàng hóa, điện nước, quảng cáo, vé máy bay, taxi, khách sạn... Mọi chi tiêu đều được cập nhật trong báo cáo giao dịch thẻ.

Ngoài ra, tính năng quản trị chi phí cho phép khách hàng có thể đặt hạn mức chi tiêu theo giao dịch, theo đơn vị chấp nhận thẻ hoặc theo lĩnh vực chi tiêu. Các công cụ này giúp doanh nghiệp ghi nhận chi phí, điều phối ngân sách một cách tối ưu, tiết kiệm thời gian và tăng hiệu quả quản trị.

Tích hợp nhiều công nghệ hiện đại

Thẻ doanh nghiệp Vietcombank Visa Business áp dụng công nghệ thẻ chip EMV và phương thức bảo mật 3D-Secure, là các tiêu chuẩn bảo mật cao nhất, đảm bảo sự an toàn tối đa trong từng giao dịch của khách hàng. Contactless - công nghệ thanh toán không tiếp xúc cũng được tích hợp vào các sản phẩm thẻ, giúp chủ thẻ chỉ cần “chạm” để thanh toán.

Để phát hành thẻ, khách hàng có thể đến một trong gần 600 điểm giao dịch bất kỳ của Vietcombank trên toàn quốc.

Thông tin chi tiết tại: <http://sme.vietcombank.com.vn/>

Nhân dịp ra mắt 2 sản phẩm thẻ, Vietcombank ưu đãi tặng 20 lần tỷ lệ hoàn tiền của thẻ, tương ứng với mức hoàn tiền 8% doanh số chi tiêu cho thẻ tín dụng và 6% doanh số chi tiêu cho thẻ ghi nợ.

Chủ thẻ còn được miễn phí thường niên thẻ tín dụng và phí duy trì tài khoản thẻ ghi nợ khi phát hành mới.

Chương trình triển khai từ 1/12/2021 đến hết ngày 31/5/2022.



MUÔN MÀU
LỄ HỘI

NGUỒN CẢM HỨNG LỚN LẠO TỪ NHỮNG LỄ HỘI

PHI TUYẾT

THEO MỘT Ý NGHĨA GIẢN DỊ NHẤT, LỄ HỘI LÀ CÁCH THỂ HIỆN ĐỂ TÔN VINH TRUYỀN THỐNG, DI SẢN, PHONG TỤC VÀ VĂN HÓA. LỄ HỘI LUÔN MANG ĐẾN NIỀM VUI, HẠNH PHÚC, TẠO RA NHỮNG KHOẢNH KHẮC THẬT ĐẶC BIỆT ĐỂ CHÚNG TA CHIA SẺ CÙNG NGƯỜI THÂN YẾU, VÀ CẢ NGƯỜI XA LẠ. SAU QUẢNG THỜI GIAN DÀI GIẢN CÁCH VÌ ĐẠI DỊCH, NHU CẦU TỰ HỢP, TRẢI NGHIỆM LỄ HỘI GIỮA ĐÁM ĐÔNG DƯƠNG NHƯ TRỞ NÊN QUAN TRỌNG HƠN BAO GIỜ HẾT...

Trong suốt hai năm qua, chúng ta đã chứng kiến cuộc sống của cả nhân loại bị đảo lộn hoàn toàn. Theo đó, hàng ngàn lễ hội từ cấp độ địa phương tới quốc tế đã bị hủy bỏ, bị giảm quy mô hoặc tổ chức theo hình thức trực tuyến – thứ mà trước đó không ai hình dung ra nổi.

Có một câu hỏi đã được các nhà nghiên cứu đặt ra từ nhiều thập kỷ trước: “Vì sao các lễ hội lại quan trọng, và làm thế nào để nắm bắt giá trị thực sự của chúng?”. Câu trả lời dường như đã nằm trong định nghĩa của Donald Getz được viết ra năm 1991: “Các sự kiện đặc biệt, cũng là một cách diễn đạt của lễ hội, là dịp để giải trí, trải nghiệm xã hội



nó từ xa. Cũng giống như xem một trận đá bóng tại sân vận động, nghe một buổi hòa nhạc tại khán phòng hoàn toàn khác hẳn việc thưởng thức tại nhà. Sự hiện diện và hòa mình vào sự kiện cùng những người khác (hầu hết là xa lạ, nhưng có cùng một mối quan tâm chung) sẽ dẫn đến việc tạo ra những kỷ niệm có ý nghĩa, dễ được sẻ chia và cũng dễ nhận được sự đồng cảm, kể cả từ người không quen biết.

bên ngoài những phạm vi lựa chọn thông thường và vượt khỏi khuôn khổ hoạt động thường nhật”.

Đúng vậy, mục đích của lễ hội luôn là tạo ra những khoảnh khắc vui vẻ mang tính tập thể và sự hưng phấn chung. Chúng ta có thể hiểu đây là một nền văn hóa của quang cảnh (culture of spectacle), phần lớn diễn ra trong những không gian rộng ngoài trời, trải rộng từ tín ngưỡng, phong tục truyền thống cho tới biểu diễn nghệ thuật và các hình thức sáng tạo khác. Một mục đích cao hơn của lễ hội chính là tạo ra trải nghiệm văn hóa cộng đồng “chỉ một lần trong đời” cho những người tham gia vắng lai, mà ngày nay, trong thời đại bùng nổ du lịch, nhóm vắng lai này có thể hiện diện ở khắp mọi nơi.

Không có gì để bàn cãi về tầm quan trọng của những lễ hội “trực tiếp”, bởi chúng luôn tạo ra sự khác biệt. Hưởng thụ, tham gia một hoạt động văn hóa, thể chất trong một thời gian và tại một địa điểm cụ thể luôn mang lại cảm giác vui sướng, hào hứng, phấn khích, khác hẳn việc tiếp cận với

Một giá trị khác biệt của lễ hội (nhất là lễ hội lâu đời và mang tầm vóc quốc tế) là tính hấp dẫn xuyên suốt của chúng, có thể lôi cuốn con người qua nhiều thế hệ, từ các nền tảng kinh tế, xã hội và thị hiếu văn hóa khác biệt. Những đặc điểm hiển nhiên này của lễ hội đã trở nên ngày càng giá trị hơn, trong thời đại chúng ta đang chạy theo chủ nghĩa tiêu thụ vật chất, đắm chìm trên mạng xã hội và ưa chuộng các loại dịch vụ “theo yêu cầu”. Nhưng trước đây, chúng ta hiếm khi quan tâm đến chúng, cho tới khi cơ hội được “ở cùng nhau, vui cùng nhau” bỗng nhiên bị đại dịch khép lại.

Có một điều chắc chắn, những giá trị to lớn của niềm hưng phấn tập thể hoặc sự hưng phấn chung không thể đong đếm bằng tiền hay mang ra phân tích dưới góc nhìn kinh tế. Chuyên môn này chỉ giúp chúng ta hiểu cách thức vận hành của chúng có thể tạo ra việc làm như thế nào, phát triển du lịch và mang lại doanh thu ra làm sao, nhưng rất khó để nói rõ về những tác động của chúng trong việc tạo ra hạnh phúc, tinh thần lạc quan, yêu đời hay cảm hứng sáng tạo.



Làm sao chúng ta có thể hiểu, lập biểu đồ và đánh giá về các lễ hội theo những biểu tượng, ý nghĩa, những giá trị vô hình mà chúng mang đến cho người tham gia? Làm sao để xác định rằng chúng ta đang cần lễ hội tới mức nào, nhất là sau chuỗi ngày u ám bị đại dịch giam hãm? Tại sao chúng ta lại cần những trải nghiệm tập thể đến như vậy và tại sao không gian, thời gian, địa điểm cùng sự tương tác trực tiếp lại quan trọng đến thế, nhất là với những lễ hội văn hóa, nghệ thuật?

Kể từ lúc tồn tại theo cấu trúc xã hội đến nay, chúng ta luôn khát khao những cơ hội được vui chơi, ăn mừng theo tập thể (cứ nhìn mỗi trận thắng quan trọng của đội tuyển bóng đá Việt Nam mà xem) và lễ hội cung cấp nền tảng cho nhu cầu này một cách định kỳ. Nhất là khi đời sống vốn đã bộn bề lại bị khó khăn bủa vây, chúng ta lại càng cần một thứ gì đó tích cực để giúp quên đi mọi lo lắng, muộn phiền, tôn vinh những khía cạnh tích cực, và đó chính là lễ hội – dù nó chỉ diễn ra trong một hoặc vài ngày ngắn ngủi.

Nên nhớ rằng, mọi trải nghiệm mang tính vật lý (nghĩa là trực tiếp, không phải trên không gian ảo) đều đáng giá và tận hưởng niềm vui cùng những người khác khiến chúng ta hạnh phúc hơn, lạc quan hơn và kiên cường hơn, với tư cách là một cộng đồng (chung chí hướng). Lễ hội đóng vai trò như liều thuốc giảm căng thẳng và giúp cân bằng cảm xúc. Lạc quan tự nhiên sẽ làm giảm bớt những yếu tố tiêu cực. Trong nhiều trường hợp, nó còn giúp xóa đi xích mích và gắn kết bạn bè, người thân vốn xa cách lại với nhau trong tiếng cười và tình yêu thương.

Không có gì dễ dàng kết nối con người như các lễ hội. Thậm chí, chúng còn đóng vai trò to lớn trong việc xây dựng các đế chế, các quốc gia vững mạnh và ổn định. Trong hành trình tiến hóa của nhân loại, không thứ gì ra đời mà không có lý do. Chẳng ai biết lễ hội bắt nguồn từ khi nào, nhưng từ Ai Cập sang tới Hy Lạp hay La Mã cổ đại, rồi Trung Quốc, Nhật Bản hay nền văn minh Aztec xa xôi, những lễ hội gắn với tôn giáo, nông nghiệp, tổ chức

xã hội và phát triển chính trị đều đã được cử hành, với nhiều nét tương đồng về hình thức và mục đích. Trước khi nền văn hóa đại chúng ra đời vào thế kỷ 20, các lễ hội cũng là một nguồn giải trí tuyệt vời, giúp con người tạm xa rời khỏi sự vất vả của công việc lao động hằng ngày.

Vicky “Flipflop” là một blogger nổi tiếng, cho biết cô đã trực tiếp khám phá hơn 60 lễ hội tại 22 quốc gia và vẫn muốn tiếp tục trải nghiệm hoạt động tuyệt vời này. Từ góc nhìn của cô, những người tham gia lễ hội như những thành viên trong một bộ lạc và đó chính là thời điểm để họ bộc lộ một phần khác biệt trong tính cách, lối sống với những người có tư duy, sở thích hoặc thói quen tương tự. Lễ hội được xem là một không gian công khai nhưng an toàn cho sự khác biệt này. Lễ hội dường như dành cho tất cả, nhưng mỗi người rồi cũng tìm thấy một số lễ hội phù hợp nhất với bản thân.

Tham dự lễ hội là sống hết mình trong thời điểm đó, không TV, không điện thoại, không tin tức. Như ở đại nhạc hội Woodstock 1969 (Mỹ) hay Live Aid 1985 (Anh quốc), thứ duy nhất những người có mặt lúc đó quan tâm là ban nhạc nào sẽ chơi tiếp theo, họ sẽ chơi những bài gì và chỗ đi vệ sinh ở đâu. Nhưng khi ra về, họ sẽ có những trải nghiệm không bao giờ quên và mỗi khi nhắc lại, đôi mắt dù đã nhắm nheo có thể bừng lên thứ ánh sáng rạng ngời hiếm khi xuất hiện.

Theo quan sát của Vicky “Flipflop”, có những người đã thay đổi tâm tính hoàn toàn sau khi tham gia một số lễ hội. Chỉ cần trong quãng thời gian đó, bên những người xa lạ đó, trải nghiệm bầu không khí đó, họ đã có cái nhìn mới mẻ hơn về cuộc sống, con người, công việc, niềm vui. Đây cũng là cách những lễ hội nổi tiếng và lâu đời thu hút được lượng người tham dự khổng lồ.



Bức phù điêu bên trong nhà nguyện Hathor, mộ Nữ hoàng Hatshepsut (thế kỷ 15 trước Công nguyên) mô tả cảnh rước của một lễ hội



Calle Ocho Carnival – một trong những lễ hội đường phố lớn nhất thế giới. Tham dự sự kiện, mọi người mặc trang phục sắc sảo theo màu cờ hoặc phong cách truyền thống. Lễ hội vô cùng sôi động với nhiều điệu nhạc nổi tiếng. Thực phẩm từ các quốc gia khác nhau thường được bán trong lễ hội

Lễ hội không phải một sự kiện và không gian bình thường. Chúng ra đời và được xây dựng để trở nên khác thường – như một thế giới riêng tuyệt đẹp, xa xôi và rộng lớn hơn cuộc sống. Đó là nơi chốn siêu thực, nơi mọi thứ đều tung bừng, vui nhộn và bắt mắt, không một khoảnh khắc buồn tẻ. Cho dù được tổ chức hằng năm, lễ hội luôn mang đến những cảm giác hoàn toàn mới mẻ, đặc biệt với những người lần đầu tiên tham dự.

Cho nên, bất kể tương lai thế nào, chúng ta cũng nên vững tin và tìm cách tham gia các lễ hội mỗi khi có thể, càng xa lạ, càng khác biệt lại càng thú vị. Sẽ có những quy định mới, cách thức mới, hình thức mới để phù hợp với tình hình thực tế, nhưng chắc chắn, ý nghĩa và tinh thần của các lễ hội sẽ mãi không thay đổi: Luôn khiến tất cả chúng ta hào hứng với việc ra ngoài thiên nhiên, hòa mình vào đám đông, tận hưởng niềm vui và mang vô vàn kỷ niệm đẹp trở về...

Các lễ hội là dịp để người ta nâng mức độ kết nối trực tiếp lên một cấp cao hơn, thứ đang chết dần trong thời đại cả xã hội đã hết sức quen thuộc với các tương tác thoáng qua trên mạng xã hội ảo, thậm chí, bị lệ thuộc vào chúng và trở nên ngại ngần chuyện gặp gỡ trực tiếp ngoài đời.



Phong tục đón giao thừa độc đáo trên thế giới

♥ NHƯ NGUYỆT

CÓ MỘT ĐẶC ĐIỂM CHUNG DỄ NHẬN THẤY NHẤT CỦA MỌI LỄ HỘI ĐÓN MỪNG NĂM MỚI, ĐÓ LÀ PHÁO HOA RỰC RỠ TRÊN BẦU TRỜI Ở KHẮP MỌI NƠI. NHƯNG BÊN CẠNH ĐÓ CŨNG TỒN TẠI NHỮNG PHONG TỤC ĐỘC ĐÁO, KỲ LẠ Ở NHỮNG ĐỊA PHƯƠNG KHÁC BIỆT, MÀ TRONG BÀI VIẾT NÀY, CHÚNG TÔI XIN MỜI QUÝ ĐỘC GIẢ CÙNG THAM GIA HÀNH TRÌNH KHÁM PHÁ VÀ TRẢI NGHIỆM CHÚNG...

Ăn nho cầu may

Cứ vào đêm giao thừa, rất đông người Tây Ban Nha sẽ đổ ra đường, tay cầm theo bát nho xanh và đợi thời khắc chuyển giao giữa năm cũ và năm mới. Khi tháp đồng hồ Real Casa de Correos ở thủ đô Madrid bắt đầu điểm chuông – 12 tiếng đại diện cho 12 tháng, mỗi tiếng cách nhau khoảng 2 giây – người ta sẽ cố gắng ăn hết 12 quả nho trước khi tiếng chuông cuối cùng kết thúc. Nếu thành công, người đó sẽ được may mắn suốt cả năm. Truyền thống này do dân trồng nho ở vùng Alicante nghĩ ra vào thế kỷ 19 như một cách để bán được nhiều nho hơn, nhưng cuối cùng, đã trở

thành phong tục của cả một quốc gia. Nhưng cũng có một nguồn thông tin khác cho rằng, khi giới tư sản Tây Ban Nha học đòi người Pháp thói quen uống champagne và ăn nho vào đêm giao thừa, dân nghèo đã kéo tới các quảng trường đúng đêm giao thừa, nghe chuông và ăn nho để mĩn mai đám nhà giàu. Ngày nay, khoảng 80% số nho được người Tây Ban Nha tiêu thụ trong đêm giao thừa vẫn đến từ vùng Alicante ở ven Địa Trung Hải, thơm, ngọt và gần như màu trắng, chín muộn hơn so với bất kỳ loại nho nào ở châu Âu.



Trai đẹp xông nhà

Cũng như ở Việt Nam, tục xông nhà ở Scotland đã có từ rất lâu đời và được người dân nơi này hết sức coi trọng. Nó có tên gọi là first-footing, tạm dịch là “bước chân đầu tiên”. Nhưng nếu dân Việt Nam chọn người xông nhà theo tuổi, theo mệnh thì dân Scotland có vẻ hình thức hơn nhiều. Người đó nhất định phải là đàn ông, phải cao lớn, phải đẹp trai và quan trọng hơn cả, có mái tóc càng sẫm màu càng tốt. Còn người có màu tóc vàng rục hay hung đỏ hoặc theo nghề y thì tốt nhất không nên đến nhà ai trong ngày đầu năm mới vì sẽ mang lại nhiều xui xẻo.

Phong tục này được cho là bắt nguồn từ thời đại Viking, khoảng năm 703 – 1066, khi đội quân cướp biển Bắc Âu đặt chân đến Scotland và thực hiện những vụ cướp bóc quy mô lớn, và người dân bản địa đã vô cùng sợ hãi khi thấy một người có màu tóc sẫm đứng trước cửa nhà. Những người xông đất thường xuất hiện ngay sau giao thừa, muộn nhất là vào buổi sáng, mang theo rượu vang hoặc whisky, đồng xu, mẩu than, bánh mì và muối làm quà. Nên nhớ, quà cũng quan trọng không kém về đẹp trai và mái tóc sẫm màu, thiếu bất cứ thứ gì cũng sẽ bị coi là thô lỗ.

Ăn mì soba ngày cuối năm

Sự đặc biệt của toshikoshi soba nằm ở chỗ, sợi mì gần như không được cắt ra khi cho vào bát, nên nó rất dài, cũng vì thế, nó còn có tên là mì trường thọ. Người Nhật ăn mì soba vào ngày cuối cùng của năm cũ với mong ước cuộc sống cũng dài như sợi mì vậy. Phong tục này xuất hiện ở đảo Phù Tang vào giữa thời Edo (1603 – 1868) và được duy trì tới tận ngày nay. Ý nghĩa của bát mì soba thực ra còn nhiều hơn hai chữ trường thọ. Sợi mì soba mềm, dễ cắt, ăn nó để vứt bỏ những khó nhọc của năm cũ, đón chờ một năm mới ung dung, nhàn hạ.

Soba là loại thực vật có thể mọc lại ngay sau những ngày giông bão, ăn mì soba còn mang hàm ý có thể nhanh chóng đứng dậy vững vàng sau gian khó. Điều quan trọng nhất của phong tục này là phải ăn trước thời điểm giao thừa (khoảng 22 – 23h). Qua giao thừa cũng không được đi ngủ ngay, vì nếu không chịu thức lâu đón thần năm mới, trên người sẽ có nhiều nếp nhăn, tóc sẽ bạc sớm.



Đập vỡ bát đĩa tặng bạn bè

Một số quốc gia châu Âu có phong tục này, nhưng phổ biến nhất vẫn là ở Đan Mạch, và cũng không ai biết nó ra đời từ khi nào. Đêm giao thừa, các gia đình ở xứ sở của nàng tiên cá sẽ chọn những chiếc bát, đĩa cũ, xấu, nứt mẻ, không dùng đến, mang tới ném trước cửa nhà hàng xóm hay bạn bè thân thiết. Sáng mùng Một, nhà nào càng nhiều mảnh vỡ trước cửa sẽ càng nhận được nhiều may mắn trong năm mới, qua đó cũng cho thấy chủ nhân được nhiều người quý mến.

Ở một số vùng, người dân chọn cách tự đập bát đĩa ở nhà rồi mang vài mảnh sang bày ở cửa nhà bạn bè sao cho gọn gàng và đẹp mắt. Bên cạnh đó, người Đan Mạch còn có thói quen nhảy khỏi chiếc ghế mình đang ngồi vào đúng thời điểm giao thừa, với hi vọng sẽ có bước nhảy vọt, gạt hái thành công vượt trội so với năm cũ.



Đập lựu và treo hành tây

Ở Hy Lạp, lựu được xem là loại trái cây “thần thánh”, nó gắn liền với những câu chuyện trong thần thoại hay thiên sử thi Odyssey của Homer. Lựu cực kỳ phổ biến trong mùa Đông, hiện diện trong các thực đơn tiệc tùng, là biểu tượng của may mắn, sung túc và con đàn cháu đống. Cũng vì thế, ngay sau khoảnh khắc giao thừa, các bà mẹ Hy Lạp thường giữ thói quen đập mạnh quả lựu vào tường. Số hạt lựu văng ra tương ứng với hạnh phúc và may mắn sẽ đến trong năm mới.

Trong khi đó, hành tây ở quốc gia này lại là biểu tượng của tái sinh, trong văn hóa, ý nghĩa của nó gắn liền với phát triển không ngừng nghỉ. Thậm chí, hành biển khi bị nhỏ rã vẫn tiếp tục mọc lá và ra hoa. Cũng vì thế, người Hy Lạp thích treo hành tây, hành biển trên cửa nhà để mong có một năm mới thịnh vượng, mọi việc luôn tiến về phía trước một cách suôn sẻ. Dĩ nhiên, hoàn toàn không liên quan đến tác dụng trừ tà hay ngăn ngừa ma cà rồng của loại củ này, như nhiều người vẫn hình dung.



Ăn càng nhiều càng tốt

Hiển nhiên, những người nghiện ăn uống sẽ rất thích đến Estonia để đón giao thừa. Ở đây, trong ngày cuối năm, ăn ba bữa sáng, trưa, tối là không đủ. Người Estonia tin rằng ăn 7, 9 hoặc 12 bữa sẽ mang đến những điều tốt lành trong năm mới, vì đây cũng là những con số may mắn ở quốc gia này. Nhưng họ không ăn sạch sành sanh mọi thứ trên đĩa, bao giờ cũng phải chừa lại một phần thức ăn dành cho tổ tiên về chung vui với con cháu.

Các món truyền thống của Estonia trong dịp này là salad khoai tây, cá sprats muối cay, dồi tiết, lợn quay, phô-mai nấu bông cải xanh... Ngoài ra, tắm hơi cũng là một thói quen lâu đời và rất được coi trọng ở quốc gia này trong dịp năm mới.



Ném giấy ra ngoài cửa sổ

Cứ vào buổi trưa ngày cuối năm, đường phố trong các thành phố lớn ở Argentina lại ngập tràn trong giấy tờ đủ loại, nối đuôi nhau bay ra khỏi cửa sổ, nhất là các tòa nhà văn phòng. Người Argentina có thói quen cất nhỏ các loại tài liệu không dùng đến rồi ném chúng qua cửa sổ, như cách tiễn biệt những phiền toái của năm cũ, chào đón năm mới suôn sẻ.

Phong tục này không rõ xuất hiện từ bao giờ, nhưng ngày nay cũng đã mai một ít nhiều, do cao ốc xuất hiện ngày càng nhiều, thay thế các tòa nhà cũ. Tuy nhiên, nó hoàn toàn vô hại, không như thói quen ném cả xô nước xuống đường ở nhiều quốc gia Nam Mỹ khác, hay như dân Nam Phi và Italia thích quăng đi đồ đạc cũ, cũng qua lối cửa sổ.

Mặc đồ lót khác thường

Phong tục đón năm mới độc đáo này có vẻ phổ biến trên toàn thế giới và mỗi nơi lại có một chút biến tấu khác biệt. Như những người Argentina đang cô đơn và mong muốn tìm thấy nửa còn lại nhất định sẽ mặc đồ lót màu hồng vào ngày 31/12, trong khi người Mexico và Bolivia, không hẹn mà gặp, đều mặc đồ lót màu vàng để cầu may mắn.

Quanh khu vực Địa Trung Hải, nhất là Italia, đồ lót đỏ là thứ trang phục được mặc rất nhiều trong dịp cuối năm, nhất là với những gia đình đang muốn đón thêm thành viên nhí vào năm mới. Người Thổ Nhĩ Kỳ cũng thích mặc đồ lót đỏ và truyền thống này có từ thời Trung cổ - họ chỉ mặc một lần vào dịp năm mới để tìm vận may, còn ngày thường, màu đỏ được cho là có liên quan đến ma quỷ, vì thế nó hoàn toàn không được ưa chuộng.



Những LỄ HỘI đất đỏ & độc đáo nhất

♥ TÚ QUỲNH

LỄ HỘI, THEO CÁCH HIỂU THÔNG THƯỜNG NHẤT, LÀ MỘT SỰ KIỆN ĐẠI CHÚNG, DÀNH CHO ĐẠI CHÚNG. NHƯNG VẪN CÓ NHỮNG LỄ HỘI MÀ Ở ĐÓ, TIỀN VÉ THAM GIA KHIẾN NHIỀU NGƯỜI PHẢI NGẬP NGỪNG ĐẮN ĐO, HAY SỰ HIỆN DIỆN DÀY ĐẶC CỦA CÁC TRIỆU PHÚ, TỈ PHÚ, CÁC NGÔI SAO NỔI TIẾNG THUỘC NHIỀU LĨNH VỰC KHÁC NHAU. MỜI QUÝ ĐỘC GIẢ CÙNG TÌM HIỂU VỀ NHỮNG LỄ HỘI THUỘC LOẠI ĐỘC ĐÁO, ĐẤT ĐỎ, KHÁC BIỆT VÀ ĐÔI KHI KHÓ THAM DỰ BẠC NHẤT HIỆN NAY.



Met Gala

Met Gala

Là sự kiện gây quỹ thường niên cho Viện trang phục thuộc Bảo tàng Nghệ thuật Metropolitan ở New York (Mỹ) nhưng tầm vóc của Met Gala vượt xa khỏi khuôn khổ và ý nghĩa chính, trở thành lễ hội thời trang xa hoa nhất, hoành tráng nhất và được quan tâm nhất. Thậm chí, danh sách khách mời hằng năm còn do đích thân Anna Wintour – Tổng biên tập khó tính của tạp chí thời trang Vogue lựa chọn và quản lý, mà tất cả trong số đó đều là doanh nhân, chính trị gia, nghệ sĩ, vận động viên thuộc loại tên tuổi nhất.

Khách mời buộc phải ăn mặc theo đúng dress code – quy định trang phục thay đổi theo từng năm, và tư duy thời trang của từng người sẽ được báo giới phân tích, mổ xẻ theo trang phục họ diện tới lễ hội: vừa phải đúng chủ đề, vừa phải độc đáo, mới mẻ vừa phải bắt mắt và đắt giá hiển nhiên là một lợi thế. Phóng viên

thường chỉ được tác nghiệp ở “vòng ngoài”, rất khó biết được những gì thực sự xảy ra ở phía bên trong, chính vì thế, Met Gala càng trở nên bí ẩn, càng trở nên đáng thèm khát trong mắt giới fashionista “bình dân”.

Như ca sĩ Rihanna, cô luôn được coi là “nữ hoàng thảm đỏ” nhờ những trang phục lộng lẫy và khác thường đến mức gây kinh ngạc, như bộ váy của nhà Guo Pei mất đến 2 năm để hoàn thành hồi 2015, bộ váy lấy cảm hứng từ trang phục của Giáo hoàng năm 2018. Những cái tên luôn muốn “soán ngôi” Rihanna rất đông, như Lady Gaga, Katy Perry, Cardi B, chị em nhà Kardashian nhưng chưa ai thành công. Met Gala năm 2021 diễn ra hôm 13/9 được tổ chức theo chủ đề “Nước Mỹ độc lập”, tôn vinh các nhà thiết kế lão làng, đồng thời, ca ngợi những gương mặt trẻ sáng giá.



Concorso d'Eleganza Villa d'Este

Được tổ chức thường niên vào tháng Năm, Concorso d'Eleganza Villa d'Este không phải lễ hội xe cổ lớn nhất nhưng chắc chắn là sang trọng bậc nhất trên thế giới, mang chính tên nơi mà nó diễn ra: Villa d'Este, bên hồ Como thuộc thành phố nhỏ Cernobbio, Italia. Lễ hội này đã có tuổi đời gần một thế kỷ, khoảng 10 năm trở lại đây luôn do hãng xe hơi Đức BMW đảm trách khâu chuẩn bị. Khách tham quan là dân nhà giàu, người có quyền lực thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau, các nhà sưu tập xe hơi, sẽ được chiêm ngưỡng 50 chiếc xe xuất xưởng trong giai đoạn 1920 – 1970 ở nhiều phân khúc khác nhau. Trong khi đó, nhiều thương hiệu xe sang và siêu sang cũng tận dụng cơ hội để ra mắt các sản phẩm mới. Sẽ có các giải thưởng trao cho những xe được yêu thích nhất ở từng phân hạng.

Quy mô tuy khá khiêm tốn nhưng Concorso d'Eleganza Villa d'Este lại có tầm ảnh hưởng cực lớn trong ngành công nghiệp xe hơi, luôn quy tụ những mẫu xe cổ đẹp nhất, quý hiếm nhất, đắt đỏ nhất, đến từ những cái tên bất kỳ ai cũng phải thèm khát như Rolls-Royce, Lamborghini, Bugatti, Ferrari, BMW, Mercedes-Benz, Alfa Romeo, Porsche, Aston Martin, Jaguar, Maserati...

Do ảnh hưởng của đại dịch, lễ hội năm nay diễn ra vào tháng Mười thay vì tháng Năm, khách mời hạn chế hơn nhưng không vì thế mà kém phần hào hứng. Người giành chiến thắng ở hạng mục quan trọng nhất – Best of Show – tại Concorso d'Eleganza Villa d'Este 2021 là Brian Ross với chiếc Ferrari 250 GT Tour de France 1956. Đồng hành cùng BMW trong vai trò nhà tài trợ còn có A. Lange & Söhne, thương hiệu đồng hồ xa xỉ của Đức, danh tiếng và chất lượng không thua gì “tam thánh” Patek Philippe, Vacheron Constantin và Audemars Piguet.



Paris Paris Air Show



Thường diễn ra trong một tuần giữa tháng Sáu ở sân bay Paris-Le Bourget, Paris Air Show được xem là lễ hội triển lãm máy bay lớn nhất thế giới, nơi ngành hàng không toàn cầu tụ hội để phô diễn năng lực sản xuất thiết bị, sức mạnh công nghệ, quân sự, tìm kiếm cơ hội hợp tác, kinh doanh. Lễ hội này xuất hiện lần đầu năm 1909, tổ chức 2 năm một lần, thu hút tới 350.000 người tham gia trực tiếp. Ngoài các loại máy bay quân sự, máy bay dân dụng, vận tải, Paris Air Show rất mạnh ở mảng máy bay cỡ nhỏ, máy bay cá nhân, trực thăng, thiết bị bay đời mới, dành cho khách hàng là tỷ phú, triệu phú – những người thuộc giới siêu giàu. Như mẫu Mitsubishi Regional Jet 92 chỗ của Nhật Bản xuất hiện năm 2017 lại nhận được sự quan tâm đặc biệt của khách hàng tư nhân nhiều hơn các hãng hàng không. Đây cũng được xem là sân thi đấu của hai đại gia Boeing và Airbus xem bên nào giành được nhiều đơn hàng hơn.

Trong các lần tổ chức gần đây nhất, luôn có hơn 150 máy bay tham gia trình diễn ở Paris Air Show, cùng sự xuất hiện của rất nhiều tên tuổi lớn, mà nổi bật nhất vẫn là Elon Musk, người sáng lập dự án đưa người lên vũ trụ SpaceX, có mối quan hệ mật thiết với NASA (Cơ quan hàng không vũ trụ Mỹ). Năm nay, lễ hội không được tổ chức do ảnh hưởng của đại dịch và sẽ trở lại vào trung tuần tháng 6/2023.

Burning Man

Ra đời năm 1986 và được tổ chức thường niên tại sa mạc Black Rock thuộc bang Nevada (Mỹ) vào cuối tháng Tám, Burning Man là tổng hòa của âm nhạc, nghệ thuật đương đại, triết học, nhằm tôn vinh những tư tưởng cấp tiến của nhân loại. Cho tới thời điểm này, Burning Man đã được xem là hiện tượng văn hóa độc đáo, luôn có mặt trong Top 10 lễ hội thú vị nhất thế giới.

Sa mạc Black Rock được chọn vì có độ bằng phẳng, lại đủ không gian để các nghệ sĩ thoải mái dựng nên các tác phẩm nghệ thuật khổng lồ với đủ mọi ý tưởng – thường là lập dị, siêu thực, vị lai... Riêng số lượng nghệ sĩ tham dự Burning Man hằng năm đã vào khoảng 60.000 - 70.000 người. Âm nhạc, các màn trình diễn ánh sáng và đốt lửa là những thứ mang đến nhiều phấn khích nhất cho Burning Man mỗi khi hoàng hôn buông xuống.

Đến Burning Man là đến với một tuần hoang dại dưới nắng cháy, với đồ ăn thức uống, trang phục và vật dụng cần thiết tự chuẩn bị, bởi không có bất kỳ hàng quán hay nhà nghỉ, khách sạn nào ở gần đó cả. Mỗi năm Burning Man lại dựng lên một công trình biểu tượng theo chủ đề riêng để rồi đến cuối cùng, đốt cháy tất cả, không để lại bất kỳ thứ gì như một cách thể hiện ý thức bảo vệ môi trường.

Burning Man năm nay buộc và chủ đề cho năm sau sẽ là thức dậy, như một niềm nhiều nhân vật tiếng lễ hội này, ngay cả Zuckerberg cũng tới Burning người bình

phải hoãn lại do ảnh hưởng của đại dịch, Waking Dreams – Những giấc mơ hi vọng về sự hồi sinh. Rất tâm đã kín đáo tham dự tỷ phú trẻ tuổi Mark từng nói, muốn được Man “như một thường”.



Coachella

Là lễ hội âm nhạc đắt đỏ nhất thế giới, vé tham dự Coachella (tên đầy đủ là Coachella Valley Music and Arts Festival) có giá 275 USD nhưng sau khi cộng mọi phụ phí, người tham dự sẽ phải trả tổng cộng 374 USD (hơn 8 triệu đồng). Diễn ra vào ba ngày cuối tuần trong tháng Tư tại CLB Empire thuộc thành phố Indio, bang California, Mỹ, Coachella mang đến bầu không khí hội hè thực sự dưới ánh nắng rực rỡ, trên thảm cỏ xanh, nơi đồ ăn và nước uống được cung cấp miễn phí, tiệc chiêu đãi của các nhãn hàng tài trợ, thưởng thức âm nhạc phong phú với các thể loại như pop, rock, hip-hop, indie, EDM, kèm theo nghệ thuật sắp đặt và điêu khắc. Vô số ban nhạc và ca sĩ hàng đầu đã tham gia Coachella, trong những năm gần đây có Beyoncé, Rihanna, Katy Perry, Maroon 5, Coldplay, Madonna,

Daft Punk, Roger Waters, AC/DC, Guns N' Roses, Radiohead, Lady Gaga, Kendrick Lamar, Eminem, The Weeknd, Frank Ocean... Chính nhờ đẳng cấp của nghệ sĩ trình diễn và quy mô vô cùng to lớn, Coachella cũng được xem là lễ hội âm nhạc lớn nhất, nổi tiếng và mang lại nhiều lợi nhuận nhất trên thế giới hiện nay. Thành công của Coachella đã kéo theo sự xuất hiện của nhiều lễ hội âm nhạc kiểu “ăn theo”, hướng đến từng dòng nhạc riêng rẽ.

Ra đời năm 1999, cho tới nay, tầm ảnh hưởng của Coachella đã không thua gì Woodstock năm xưa. Sau hai năm bị hoãn tổ chức do ảnh hưởng của đại dịch, Coachella dự định sẽ trở lại vào tháng 4/2022 dưới sự dẫn dắt của nhóm rock cực trào Rage Against the Machine và rapper Travis Scott.



Lên đường MỪNG NĂM MỚI

NGOC ANH

KỶ NGHỈ LỄ CUỐI NĂM CÓ LẼ LÀ MỘT TRONG VÀI THỜI ĐIỂM HỢP LÝ NHẤT ĐỂ ĐI DU LỊCH. VỚI NHIỀU NGƯỜI, NHIỀU GIA ĐÌNH, THÚ VUI NÀY ĐÃ TRỞ THÀNH QUEN THUỘC VÀ NHẤT ĐỊNH PHẢI THỰC HIỆN, DÙ RẰNG, THỰC HIỆN NHỮNG CHUYẾN ĐI TRONG QUẢNG THỜI GIAN NÀY CÓ THỂ GẶP NHỮNG BẤT LỢI DO TÍNH CHẤT ĐẶC THÙ CỦA DỊP LỄ, TẾT. NHƯNG CÓ HỀ GÌ, BỞI MỘT HÀNH TRÌNH MỚI, Ở MỘT ĐỊA ĐIỂM MỚI CÙNG NHỮNG NGƯỜI THÂN QUEN CHẴNG PHẢI LÀ CÁCH TỐT NHẤT ĐỂ CHÀO ĐÓN NĂM MỚI ĐÓ HAY SAO!

Không phải nói nhiều nữa, giao thừa chắc chắn là khoảnh khắc tuyệt vời để tìm kiếm những trải nghiệm độc đáo, mỗi năm chỉ có một lần diễn ra trên toàn cầu. Với những người muốn tìm kiếm sự náo nhiệt, bầu không khí hội hè giữa vô vàn khuôn mặt xa lạ, đích đến của họ sẽ là những thành phố lớn, đông đúc, những trung tâm du lịch luôn chật kín du khách. Còn nếu yêu thích sự yên tĩnh, một bãi biển vắng vẻ, một khu nghỉ dưỡng trên núi sẽ trở nên ấm cúng hơn bao giờ hết trong thời khắc chuyển giao của thiên nhiên. Chắc chắn đó sẽ là trải nghiệm bạn không bao giờ có được khi đón giao thừa ở nhà, hay kể cả giữa đám đông ở ngay địa phương bạn đang sống.

Một chuyến đi xa cũng giúp bạn tránh khỏi những nghi lễ, xã giao truyền thống, những tiệc tùng với ê hề đồ ăn thức uống mà bạn đã ngán đến tận cổ, và sau đó, lại phải “cắm mặt” vào chuyện dọn dẹp. Một chuyến đi xa, thoát nghĩ thì tưởng sẽ mệt mỏi, trên thực tế, sẽ tiếp năng lượng cho cả thể xác lẫn tinh thần sau hàng “núi” công việc đổ xuống vào đợt cuối năm. Và nếu bạn sống ở vùng có khí hậu lạnh, chuyến đi này cũng là cách để thoát khỏi giá buốt, tận hưởng biển xanh cát vàng, nắng ấm trái mùa. Chụp những bức ảnh đẹp, check-in các địa điểm nổi tiếng chắc chắn sẽ làm cho nhiều người ở nhà vừa ngưỡng mộ vừa tiếc nuối...

Ngay cả khi bạn đơn độc trong chuyến đi này, thì đó vẫn là một trải nghiệm hết sức khác biệt và đáng nhớ. Bạn có thể thoải mái hòa vào cuộc vui với những người không quen biết, thậm chí không nói chung một ngôn ngữ. Hoặc thong thả bên trang sách, nhấp một ngụm champagne và bình tĩnh đón chờ một năm mới sắp sang.

Dĩ nhiên, sẽ xuất hiện những yếu tố không mong đợi và bạn phải học cách thích nghi với chúng. Ví dụ như chuyển một số nhà hàng, quán café, các bảo tàng đóng cửa trong dịp nghỉ lễ, hay cảnh kẹt cứng ở sân bay, ga tàu. Khách sạn có thể hết phòng và nên đặt chỗ sớm, từ vé máy bay cho tới khách sạn, và cũng nên chấp nhận giá vé cao hơn so với bình thường như một điều hiển nhiên. Tuy nhiên, theo lời khuyên của các chuyên gia và những người đi du lịch giàu kinh nghiệm, ngày cuối cùng trong năm (31/12) luôn là ngày có vé máy bay giá rẻ, lượng khách đi lại cũng thưa thớt hơn và đây được xem là thời điểm tốt nhất để bay trong dịp lễ tết mà không phải gặp quá nhiều phiền toái.

Tiếp theo đây là những địa điểm đón giao thừa và năm mới được ưa chuộng nhất trên thế giới, theo chia sẻ từ các website du lịch hàng đầu, vị trí có thể thay đổi theo từng năm, nhưng chưa bao giờ nằm ngoài Top 10 điểm đến “hot” nhất cho thời khắc thiêng liêng này.



Reykjavik, Iceland

Năm nay, thủ đô của Iceland đứng đầu danh sách bình chọn của Condé Nast Traveller. “Vùng đất của băng và lửa” không chỉ có những khung cảnh đẹp đến sững sờ trong mùa Đông băng giá – mà đỉnh cao là cực quang – vô số phong tục và truyền thống độc đáo, mà còn có cả lễ hội pháo hoa kéo dài từ chập tối cho đến tận nửa đêm, với ánh sáng rực rỡ và những tiếng nổ lớn trên bầu trời, cứ thế vang vọng mãi không thôi. Toàn bộ số pháo hoa này được mua để ủng hộ ICA-SAR, đơn vị tìm kiếm và cứu nạn quốc gia, những người hùng trong đời thường.

Ngoài tiếng pháo hoa, tàu, thuyền trên bến cảng và xe cứu hỏa đều bấm còi inh ỏi vào lúc giao thừa để đón chào năm mới. Không khí lễ hội lan tỏa trên từng con phố được trang hoàng lộng lẫy và sau giao thừa, các quán bar, pub, tiệm café trở nên tưng bừng, nhộn nhịp hơn bao giờ hết, các cuộc vui sẽ kéo dài đến khoảng 5 giờ sáng, khi mọi người kéo về nhà nghỉ ngơi để chuẩn bị cho tiệc tùng vào buổi chiều ngày đầu năm.



New York, Mỹ

Chắc chắn, lễ đếm ngược trên Quảng trường Thời Đại ở thành phố New York là sự kiện chào đón năm mới bất kỳ ai cũng muốn được tham dự ít nhất một lần trong đời. Một triệu người có mặt trực tiếp tham gia các hoạt động vui chơi, tiệc tùng trước sự kiện thả quả cầu pha lê diễn ra đúng một phút trước giao thừa, được truyền hình trực tiếp cho khoảng một tỷ người xem, và trong hàng chục năm qua, đây luôn được coi là sự kiện chào năm mới lớn nhất trên thế giới. Nếu không thể chen chân vào “điểm nóng” này, đừng lo, New York còn rất nhiều chỗ đón giao thừa nổi tiếng khác, tiêu biểu như đảo Coney với màn thả bóng LED, trình diễn ánh sáng 3D, công viên Prospect với tiệc pháo hoa lộng lầy, Trung tâm nghệ thuật Lincoln với rất nhiều show diễn đa dạng thể loại, Công viên Trung tâm với cuộc thi chạy nửa đêm đã thành truyền thống, sông Hudson với các tour mừng năm mới đặc biệt... Ngoài ra, lên quán bar trên nóc các tòa nhà cao tầng hay ra cầu Brooklyn ngắm toàn cảnh thành phố cũng là hoạt động được dân địa phương và du khách hết sức ưa thích trong đêm đặc biệt này.



Sydney, Australia

Nằm ở Nam bán cầu, không ngạc nhiên khi nhiệt độ trên hầu khắp Australia và nhất là thành phố Sydney trong đêm giao thừa có thể lên tới 35 độ hoặc hơn, và đó cũng là lý do để dân cư cũng như du khách đều thích đổ ra ngoài trời, tới công viên hoặc các bãi biển để ăn mừng. Và điểm nhấn luôn là hai màn trình diễn pháo hoa ở Nhà hát “Con sò” và quanh cầu cảng Sydney, thu hút đến hơn một triệu người đến chiêm ngưỡng. Dĩ nhiên, vị trí quan sát được lựa chọn nhiều nhất luôn là trên bãi biển, nhưng nếu muốn khác biệt, hãy thuê một chiếc thuyền nhỏ, mặc áo phao và cùng hàng trăm người khác chèo tới một vùng nước thật êm ả với góc nhìn mở rộng đến vô cực.

Nếu muốn vừa ngắm pháo hoa vừa thưởng thức đồ uống lạnh cùng hải sản tươi sống, cần nhanh tay đặt bàn ngoài trời ở một trong vô số nhà hàng sát mép nước bên khu cầu cảng. Còn nếu muốn tìm sự khác biệt, có thể tới đảo Cockatoo tham gia cắm trại, nghe hòa nhạc, lên đảo Sydney Harbour dự tiệc hay tới khu cảng Darling xem trình diễn ánh sáng từ chập tối. Pháo hoa đón giao thừa ở Sydney luôn được đánh giá là bắt mắt, sáng tạo và hấp dẫn hàng đầu thế giới, với cả trăm triệu người xem truyền hình trực tiếp.

Tokyo, Nhật Bản

Một trong những điểm độc đáo nhất trong lễ đón giao thừa ở Tokyo chính là việc các ngôi chùa đồng loạt gióng lên 108 tiếng chuông, như một hình thức thanh tẩy mọi tội lỗi của con người. Và điểm đón năm mới nổi tiếng nhất là đền Meiji Jingu, không hề đóng cửa trong dịp Tết, đón hơn 3 triệu người đến lễ bái. Rải rác khắp thủ đô của Nhật Bản có rất nhiều sân khấu tổ chức sự kiện đếm ngược nhưng hoành tráng nhất vẫn là ở ngã tư Shibuya nổi tiếng và tháp truyền hình Tokyo, hoặc ở khu Công viên hải dương Yokohama với màn trình diễn ánh sáng đặc sắc đi kèm bắn pháo hoa. Sau khi xong xuôi, người ta sẽ kéo đến vô số quán bar, nhà hàng quanh đó để tiếp tục cuộc vui.

Màn pháo hoa truyền thống ở Tokyo cũng được coi là đẹp xuất sắc, và khi trời gần sáng, rất đông người dân sẽ đi ra ngoài thành hoặc lên những tòa cao ốc được phép mở cửa để thực hiện nghi thức Hatsuhinode – đón ánh bình minh đầu tiên trong năm mới. Chỉ có điều, các nhà hàng ở Tokyo thường giữ thói quen đóng cửa trong dịp đầu năm, vì thế, thủ sẵn đồ ăn ở các cửa hàng tiện lợi là việc rất nên làm.

Cape Town, Nam Phi

Cũng như Australia, người dân Nam Phi đón năm mới khi tiết trời nóng nực, và người ta thường dựng một sân khấu khổng lồ ở bãi biển Alfred với đủ loại hình âm nhạc, biểu diễn liên tục từ chiều ngày cuối năm cho tới qua giao thừa. Trên bãi biển Durban cũng như các bãi biển nhỏ dọc theo đại lộ Garden cũng diễn ra rất nhiều hoạt động văn hóa nghệ thuật của các nghệ sĩ từ chuyên nghiệp tới nghiệp dư. Trong khi đó, những bữa tiệc đếm ngược thường được tổ chức ở Lazari thuộc khu trung tâm thành phố, còn du khách thích tới Cape Quarter, nơi ken chặt các quán bar, pub và luôn tấp nập 24/24.

Những màn pháo hoa tuyệt vời sẽ được trình diễn ở khu phức hợp V&A Waterfront, nơi có trung tâm ẩm thực Food Market rất được ưa chuộng với đủ loại đồ ăn ở mọi nơi trên thế giới. Những người thích yên tĩnh có thể lựa chọn đón giao thừa ở các resort, khách sạn dọc theo vịnh Camps hoặc lái xe tới khu cắm trại Western Cape ở ngoài thành phố, hòa mình vào với thiên nhiên. Vài năm trở lại đây, Cape Town luôn có mặt trong Top 10 điểm đón giao thừa thú vị nhất trên thế giới.





VÒNG QUANH THẾ GIỚI TRÊN BÀN TIỆC MÙA LỄ HỘI

TRẦN MAI PHƯƠNG

KHÔNG MỘT DỊP LỄ NÀO TRONG NĂM LẠI RỘN RÀNG VÀ ẤM ÁP HƠN LỄ GIÁNG SINH - DỊP CỦA TIỆC TÙNG MIÊN MAN VÀ NHỮNG BỮA ĂN TRANG HOÀNG RỰC RỠ. TRONG ĐÊM GIÁNG SINH, SỰ CHỜ ĐỢI MONG MỎI CỦA CẢ MỘT NĂM DÀI ĐỂ ĐƯỢC BUNG RA VÀO THÁNG MƯỜI HAI LẠNH GIÁ ĐÃ TỚI, XỨNG ĐÁNG ĐƯỢC ĐỀN ĐÁP BẰNG NHỮNG MÓN ĂN TUYỆT VỜI NHẤT, NHỮNG HƯƠNG VỊ XA XÍ NHẤT TRÊN THẾ GIỚI DÙ NGAY TẠI BÀN ĂN MỖI GIA ĐÌNH.



Châu Âu “già nua” là chiếc rương chứa đựng nhiều nhất các câu chuyện Giáng sinh. Truyền thống mùa lễ ở châu lục này cũng vì thế mà phong phú hơn hết thảy. Tại kinh đô ánh sáng Paris, một bữa tiệc Giáng sinh không thể thiếu món “quốc hồn quốc túy” - hào sống. Tạm bỏ qua những chú hào số một thế giới nặng tới 1kg từ vịnh Coffin - Úc, thì hào Pháp là một món ăn xa xỉ nhất định phải có trong bữa tiệc xa hoa nhất của năm.

Được biết đến là món ăn yêu thích của chàng Casanova hào hoa, những chú hào ngọt lịm từ làng chài Cancale vùng Brittany nước Pháp được nuôi ở vùng nước sâu, sau đó đưa lên thêm biển nông hơn khi đã lớn, cho hương vị tuyệt vời với lớp thịt mỏng đặc trưng. Thời điểm từ tháng 9 tới tháng 12 trong năm là lúc thích hợp nhất để thưởng thức hào, khi chúng không quá béo.

Hàu mua nguyên con đã rửa sạch, hãy dùng chiếc dao nhỏ nạy khéo lấy nửa có thịt hào, đặt trên đĩa và chờ điều kì diệu xảy ra. Chỉ nửa tiếng sau, nước hào tiết ra lóng lánh, mặn nhẹ và tràn trề mùi biển.

Lúc này, chẳng ai có thể chờ được nữa mà không đặt trọn miếng biển khơi ấy lên đầu lưới để nếm hết cả vị mặn mòi và làn gió lộng từ Cancale. Miếng hào thứ hai đã có thể chậm rãi hơn, vắt một giọt chanh, hoặc nhỏ vài giọt giấm rượu trắng và mẩu hành tím băm nhỏ, húp hết nước hào ngọt, nhấp một ngụm rượu vang, và để bữa tiệc bắt đầu.

Món khai vị sao có thể thiếu trứng cá tầm - caviar? Món ăn xa xỉ mà nhà báo đoạt giải Pulitzer Inga Saffron, một người đam mê caviar, đã thốt lên: “Những viên ngọc đen lấp lánh đó, là người anh hùng ẩm thực đã vén lên bức màn khao khát của chúng ta về sự xa hoa, giàu có, và cả sự sống này”. Caviar để lạnh vừa đủ để giữ vị tươi mới nguyên bản, đặt trên bát đĩa thủy tinh giữ lạnh, và dùng với một chiếc thìa xà cừ. Mọi vật dụng kim loại sẽ làm những hạt caviar mỏng manh nhiễm mùi và mất đi chất lượng. Hãy thử sự kết hợp thú vị này: Một thìa caviar thả vào miếng thịt hào mỏng nước, và nếm trọn vẹn vị xa hoa của biển khơi.



Champagne và hào sống luôn là sự kết hợp cơ bản nhất trong mọi bữa tiệc. Chọn loại champagne khô nhất, để hương khoáng và vị chua nhẹ trong champagne bùng nổ tuyệt hảo với hương biển sâu và vị mặn của hào. Hãy chọn một chai với nhãn “Brut” - dry và “Blanc de Blancs” - từ nho chardonnay cho một sự kết hợp hoàn hảo nhất. Lanson Noble Cuvee, hay NV Pierre Peters Cuvee luôn là lời đảm bảo cho mọi nụ cười trên bàn tiệc.



Ngược lên quê hương của ông già Noel - Bắc Âu, cùng đem về ngay chiếc đuôi lợn xông khói nướng lò giữa ki ảo cực quang, lông lánh bởi được phủ sốt đường nâu, thơm ngát mùi từ từng nụ đinh hương ghim trên lớp da. Nhưng như vậy là chưa đủ, bữa tiệc lộng lẫy luôn cần một ngôi sao sáng nhất, hãy thả lên trên đó vài lát mỏng nấm truffle trắng quý giá, chiếc đuôi lợn xông khói nướng lò trên bàn ăn nhà bạn sẽ là phiên bản độc nhất vô nhị của món ăn Giáng sinh quen thuộc này.

Được sinh ra từ quốc gia “thích ăn thịt” - nước Đức, và sau đó lan ra khắp các nước theo đạo Thiên Chúa khác cho dịp lễ cuối năm, món đuôi lợn rừng truyền thống vốn được dùng để tạ ơn thần Freyr - vị thần của sự sinh sôi, của cải và săn bắn. Hiện nay, đuôi lợn xông khói có thể dễ dàng mua ở bất kỳ cửa hàng thực phẩm Âu nào, đặc biệt khi tháng Mười Hai đã tới sát gần. Chiếc đuôi lợn Giáng sinh ngon nhất sau khi được xông khói, sẽ ướp cùng với sốt ngọt từ anh đào và mật ong, lớp da khứa đều



Nấm truffle trắng

hình quả trám ghim những nụ đinh hương thành lớp trang trí lộng lẫy, sau cùng quét đều lớp phủ bóng bẩy từ đường nâu và bơ lò. Đùi lợn xông khói không cần chế biến quá cầu kỳ, nhưng “kho báu” làm nên sự khác biệt lúc này đã cần được lấy ra.

Nấm truffle trắng trứ danh từ thị trấn Alba miền Bắc nước Ý, ngon nhất khi được thu hoạch vào vụ đông, thời điểm nấm đạt hương vị mạnh và phức tạp nhất. Đây cũng là loại nấm truffle đắt

đỏ nhất trên thế giới, với hương vị không một loại nguyên liệu nào “sao chép” được: là sự pha trộn của các loại hạt béo bùi, thơm ngọt như tỏi nướng, ngai ngái mùi đất, the như gia vị, và ngọt nhẹ giống phô mai. Không gì thỏa mãn mọi giác quan hơn một lát mỏng nấm truffle trên miếng đuôi lợn hun khói nướng nóng, thơm, mềm và ngọt, lộng lẫy như một vedette trên bàn tiệc Giáng sinh.

Một bữa tiệc tung bừng không thể kết lại bằng bất kỳ món tráng miệng “nhẹ nhàng” nào. Một món tráng miệng tương xứng phải bóng bẩy, nồng nàn và “chất lượng” không thua kém mọi món chính trong bữa tiệc cuối năm. Đã tới lúc dành “sân khấu” cho món bánh cưới truyền thống của Hoàng gia Anh - bánh trái cây (fruitcake), thực chất là loại bánh đón Giáng sinh của nhiều nước châu Âu.

Đã tới lúc dành “sân khấu” cho món bánh cưới truyền thống của Hoàng gia Anh - bánh trái cây (fruitcake), thực chất là loại bánh đón Giáng sinh của nhiều nước châu Âu.



Dù có thể dễ dàng mua món bánh này tại bất kỳ cửa hàng nào, nhưng hãy cầu kỳ một chút trong việc tìm hiểu thành phần, bởi điều làm nên sự xa hoa cho món bánh với cái tên đơn giản này lại là từng thành phần trong đó. Các loại quả xù lạnh được sấy khô, chọn những loại thơm ngon nhất với độ chua - ngọt cân bằng: việt quất, nam việt quất, anh đào, quả phi, mận, mơ, nho vàng và đen. Tất cả được ngâm trong rượu mạnh pha rum, tiếp thêm rượu tới khi quả khô nở hết, bóng loáng như ngọc, tỏa hương thơm phức của quả và mật, của rượu mạnh và cả mùi hương sâu kín bắt đầu lên men. Sau khi được nướng thành bánh, hỗn hợp rượu cognac tiếp tục được “ướp” vào bánh trong nhiều tuần, thậm chí là hàng tháng, hàng năm nếu muốn tiếp tục bảo quản chiếc bánh thật lâu. Chiếc bánh sau khi “ướp” no rượu sẽ nồng nàn như một vườn quả chín say sưa.

Chiếc bánh fruitcake hãy mua trước bữa tiệc vài tuần, “ướp” rượu thật phóng khoáng đủ đầy. Để đến cuối bữa ăn, khi bạn mang ra chai rượu tráng miệng cùng lát bánh, mở lớp giấy gói, thì mùi hương ngậy ngất sẽ làm bữa tiệc Giáng sinh của bạn trở nên trọn vẹn và nhớ mãi về sau.

Chẳng thể đi đâu nhưng vẫn có thể thưởng thức không khí tung bừng mùa lễ hội vòng quanh thế giới - không điều gì có thể kết nối và làm chúng ta cảm thấy hạnh phúc hơn những bữa ăn ngon.



Chuyên mục
VĂN HÓA



Mozart

Sách Mozart về thiên tài âm nhạc người Áo Wolfgang Amadeus Mozart, dịch từ cuốn "Mozart: A life" của nhà nghiên cứu âm nhạc Maynard Solomon, lần đầu ra mắt tại Việt Nam năm 2020, do NXB Dân Trí và Omega Plus ấn hành.

Tác phẩm gốc xuất bản lần đầu năm 1995 tại Mỹ. Bản tiếng Việt do Mai Đức Hạnh và Nguyễn Anh Tùng dịch.

Cuốn Mozart dựa trên sự vượt trội về nguồn tư liệu, trong đó có nhiều tư liệu chưa từng xuất hiện trong bất kỳ tiểu sử nào trước đó về nhà soạn nhạc vĩ đại. Sách cung cấp một câu chuyện đầy hấp dẫn về cuộc đời Mozart, với các sự kiện, các bước ngoặt từ khi ông sinh ra vào năm 1756 và thời thơ ấu ở Salzburg cho đến thập niên đặc biệt của những buổi biểu diễn nổi tiếng ở các thủ đô châu Âu, nơi ông được các gia đình hoàng gia và khán giả yêu mến, tôn vinh như một thiên tài kỳ lạ.

Cuốn sách cũng kể lại các bước thăng trầm của Mozart từ địa vị là người con được yêu thích của Salzburg trong những năm 1770, đến hành trình chinh phục Vienna cùng cuộc hôn nhân ở đó, từ những thăng trầm tài chính cho đến những nỗi sầu muộn ngày càng sâu sắc, cuối cùng kết thúc với sự ra đi ở tuổi còn rất trẻ (35 tuổi).

Cuốn sách tái hiện một Mozart rất trần thế với tính cách ngang ngược, sở thích tình quái; một Mozart luôn bị giằng co giữa những "món nợ" với gia đình; một Mozart đã phải chiến đấu chật vật để thoát khỏi huyền thoại về một thần đồng mà theo đó tài năng là do trời ban...

Thông tin về cuộc đời Mozart chiếm khoảng ba trên bốn phần của sách. Tác giả Maynard Solomon dựa trên những chứng cứ, thư từ liên quan đến cuộc đời Mozart để phân tích các giai đoạn thăng trầm của ông, từ đó hiểu được đến tinh thần cốt lõi trong âm nhạc.



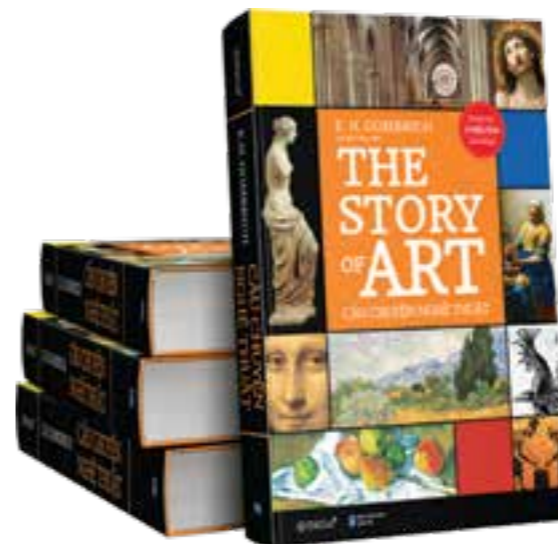
Một đêm

Cuốn sách Một đêm của tác giả, nhà vật lý thiên văn Trịnh Xuân Thuận (người Mỹ gốc Việt) nằm trong tủ sách Khoa học - Khám phá của NXB Trẻ, do dịch giả Phạm Văn Thiều và Phạm Việt Hưng chuyển Việt ngữ.

Hằng năm, cứ mỗi 6 tháng, NASA (Cơ quan Hàng không và Vũ trụ Mỹ) lại đưa ra lời mời gọi cộng đồng thiên văn học để thu hút các dự án khoa học tận dụng các kính thiên văn. Dự án của Trịnh Xuân Thuận về các thiên hà lùn xanh đặc được chấp nhận đã giúp ông có cơ hội chiêm ngưỡng bầu trời đêm vô tận. Cuốn sách Một đêm được viết nên từ những quan sát của ông trên đài thiên văn Mauna Kea ở độ cao 4.000 m so với mực nước biển.

Bằng ngôn ngữ riêng của mình, Trịnh Xuân Thuận nhìn vào rất xa để kể lại câu chuyện của ánh sáng, của các hành tinh, của Mặt Trăng và Mặt Trời, các chòm sao và dải Ngân Hà. Ông khéo léo lồng ghép trong đó những cảm nhận rất riêng và liên tưởng đến thơ - ca - nhạc - họa. Cuốn sách cũng chứa đựng nhiều thông tin lý thú khiến người đọc không bị nhàm chán hay nản lòng trước vật lý thiên văn.

Vũ trụ bao la chưa bao giờ ngừng khiến con người tò mò. Thiên văn học hiện đại không chỉ giải thích được lịch sử hình thành của vạn vật mà còn giúp con người tìm ra nhiều đột phá mới trong tương lai. Những cuốn sách chủ đề thiên văn học như Một đêm sẽ giúp người đọc hiểu rõ hơn về thế giới mình đang sống và số phận của loài người trong vũ trụ.



Câu chuyện nghệ thuật

Câu chuyện nghệ thuật là tác phẩm kinh điển về lịch sử nghệ thuật của Giáo sư Ernst Gombrich, nổi tiếng hơn 70 năm qua và được dịch ra gần 30 thứ tiếng trên thế giới. Tác phẩm được xuất bản lần đầu vào năm 1950. Năm 1998, bản tiếng Việt đã được NXB Văn nghệ ấn hành và ra mắt tại Việt Nam. Sách được tái bản tại Việt Nam vào năm 2020.

Trong Câu chuyện nghệ thuật, Gombrich kể lại câu chuyện về lịch sử nghệ thuật châu Âu từ thời cổ đại đến hiện đại, dựa trên những khảo sát và đánh giá của ông về nhiều lĩnh vực: hội họa, điêu khắc, kiến trúc... song hành với những chuyển biến và giao thoa của các nền văn hóa, chính trị, và tôn giáo.

28 chương sách đưa người đọc vào một cuộc hành trình khám phá sự phát triển của nghệ thuật châu Âu lần lượt qua 5 giai đoạn: Cổ đại và Trung cổ, Phục hưng và Kiểu cách, Chủ nghĩa Baroque và Tân cổ điển, Thế kỷ XXI và thời đại hiện đại.

600 trang sách về lịch sử nghệ thuật được kể một cách dễ hiểu, không sử dụng bất kỳ biệt ngữ hay các ẩn dụ lý thuyết phức tạp cứ thế lôi cuốn người đọc.

Giáng sinh yêu thương

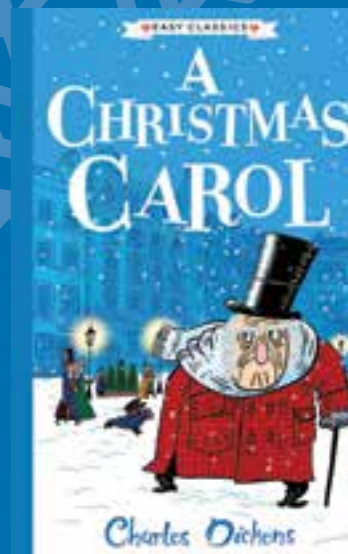
Đại văn hào người Anh Charles Dickens viết Giáng sinh yêu thương vào năm 1843 khi ông 30 tuổi. Những câu chuyện trong tác phẩm được lấy cảm hứng từ trải nghiệm cuộc sống của nhà văn.

Câu chuyện khắc họa sống động nhân vật Ebenezer Scrooge keo kiệt, gắt gỏng. Tuy nhiên, ông già khó ưa này đã có chuyển biến lớn về tư tưởng, tình cảm, nhận thức sau cuộc ghé thăm của những "vị khách siêu nhiên" trong đêm Giáng sinh như hồn ma vất vưởng Jacob Marley.

Nhân vật Ebenezer Scrooge là hiện thân của mùa Đông khắc nghiệt. Tuy vậy, trái tim của Scrooge trong thăm sâu vẫn le lói ngọn lửa thiện chân. Năm 2009, bộ phim hoạt hình 3D cùng tên chuyển thể từ cuốn sách ra mắt công chúng.

Tạp chí văn học Athenaeum (Anh) bình luận về tác phẩm: "Câu chuyện khiến cho độc giả vừa cười vừa khóc - phải dang rộng đôi tay, cởi mở trái tim bao dung của mình trước những mảnh đời nghiệt ngã".

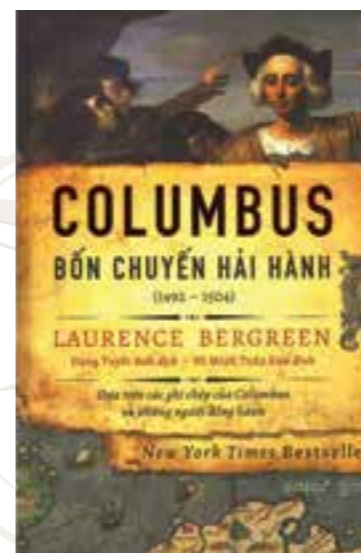
Dù là một tác phẩm ra đời từ hơn một thế kỷ trước, song những triết lý sống được Charles Dickens gửi gắm qua Giáng sinh yêu thương vẫn vẹn nguyên giá trị cho đến ngày nay.



Columbus - Bốn chuyến hải hành

Từ những ghi chép của Columbus và những người đồng hành, cùng nguồn tham khảo đa dạng đáng tin cậy, tác giả Laurence Bergreen đã thuật lại một cách lôi cuốn bốn chuyến hải hành đầy biến động mà từ đó Columbus đã "vô tình" khám phá ra Tân Thế giới - châu Mỹ ngày nay. Cuốn sách vì thế mang lại một cái nhìn đa chiều cho độc giả về Columbus (những tham vọng, công trạng cũng như những tội ác và mâu thuẫn trong tính cách của ông) và di sản mà ông để lại.

Nhà báo Ian W Toll của tờ The New York Times đánh giá về cuốn sách: "Columbus của Laurence Bergreen hiện lên vô cùng ấn tượng, bí ẩn, táo bạo với sự hoang tưởng và tàn nhẫn. Nổi lên từ câu chuyện này, như một sự bổ sung quý giá cho những áng văn về Columbus, là một hình tượng đầy tính kinh ngạc với những khám phá về một người đàn ông có thể trở thành nhân vật chính trong bi kịch của Shakespeare".



Décor bàn tiệc phong cách tối giản

Mộc mạc với bó hoa lá thơm đồng nội

Tận cùng của vẻ đẹp là sự đơn giản. Đơn giản mà đẹp mới thực sự là vẻ đẹp tinh tế, thanh nhã. Trang trí bàn tiệc theo phong cách Minimalism – phong cách tối giản – là xu hướng được yêu thích, như một liệu pháp xoa dịu tâm hồn, mang lại cảm giác bình an, thư thái.

Minimalism, hay còn gọi là chủ nghĩa tối giản, là một phong trào nghệ thuật nổi lên ở New York – Mỹ vào những năm đầu thập niên 60 của thế kỉ 20. Tối giản được hiểu là đơn giản hóa trong việc thiết kế, trang trí từ các vật dụng cho đến việc sử dụng màu sắc trong nội thất đều đơn giản nhất có thể. Dù tối giản nhưng vẫn mang đến sự sang trọng, tinh tế, cuốn hút.

Các nguyên tắc cơ bản của phong cách kiến trúc Minimalism bao gồm đường nét, hình khối rõ ràng, đồ nội thất nhỏ gọn và sắc thái nhạt. Và một trong những thứ tạo nên sự đơn giản đó chính là sự góp mặt của các loại lá cây trong thiết kế nội thất đang là trào lưu cho cách trang trí không gian sống tối giản.

Xin giới thiệu tới Quý độc giả một số mẫu décor bàn tiệc theo phong cách Minimalism:

Tối giản từ hộp quà

Một bất ngờ thú vị cho khách mời với những hộp quà xinh xắn được đặt trên bàn tiệc. Lưu ý, nên chọn những hộp hoặc giấy bọc đơn giản, không rắc rữ hay gắn hạt nhỏ, để tránh rơi ra đĩa ăn.



Bữa tiệc màu tím trong vườn dưới ánh hoàng hôn lãng mạn

Hộp quà trắng đơn giản và thanh lịch



Hộp quà xinh xắn kèm thiệp cảm ơn

Tối giản từ lá cây

Trong thời trang có một khái niệm tương chừng như nghịch lý và đang là xu hướng được ưa chuộng hiện nay: “càng ít thì càng nhiều (less is more)”.

Giống như phải ăn quá nhiều thịt cá gia vị, người ta trở nên háo hức với những món rau trái thanh đạm. Choáng ngợp với những không gian lộng lẫy, sang trọng, người ta lại muốn tìm về những gì đơn giản, tinh khôi nhất.

Phong cách Minimalism cho bàn tiệc rất phù hợp cho những bữa tiệc trong vườn nhà. Chỉ cần chút cành lá nhỏ xinh, bạn đã có một bàn tiệc tràn ngập màu sắc thiên nhiên và đầy ắp cảm xúc.

Dây thường xuân với vẻ đẹp mộc mạc, duyên dáng của những chiếc lá như ngôi sao



Bàn tiệc mùa Giáng sinh với mùi hương nồng ấm của quả thông



Chỉ một nhánh hương thảo, cũng đủ để làm điểm nhấn và đưa hương cho bữa tiệc thêm quyến rũ

Lá cây khuynh diệp hay còn gọi là cây đô la bạc với màu xanh phủ lớp phấn bạc, có hình tròn như đồng xu được đặc biệt yêu thích trong décor bàn tiệc

LISBON 7

Thành phố ngon
đòi

♥ MỸ HẠNH

LÀ THỦ ĐÔ CỦA BỜ ĐÀO NHA, LISBON LẠI KHÔNG CÓ CÁI HẤP LỰC MẠNH MẼ NHƯ THÀNH PHỐ CẢNG PORTO RỰC RỠ SẮC MÀU. CÙNG ĐƯỢC XÂY DỰNG TRÊN BẢY NGỌN ĐỒI NHƯNG LISBON CŨNG KHÔNG CÓ ÁNH HÀO QUANG RỰC RỠ KÉO DÀI SUỐT CHIỀU DÀI LỊCH SỬ NHƯ ROME. TUY VẬY, LISBON VẪN THU HÚT ĐƯỢC DU KHÁCH BẰNG VẺ ĐẸP GIẢN DỊ, MỘC MẠC VÀ ĐẬM ĐÀ NÉT RIÊNG CỦA MÌNH...



Ngay sau khi *Đêm Lisbon* được phát hành vào năm 1962, khách du lịch Mỹ và châu Âu đã đổ xô tới thành phố này để trải nghiệm những gì cuốn sách mô tả và bàng hoàng nhận ra, Lisbon quyến rũ hơn họ nghĩ rất nhiều...

Lisbon nổi tiếng hơn trong văn chương, nhờ vào cuốn tiểu thuyết trữ danh và cũng là cuối cùng của nhà văn Đức Erich Maria Remarque: *Đêm Lisbon* (The Night In Lisbon). Một câu chuyện lãng mạn nhưng cũng đầy kịch tính và vô cùng chân thực, lấy từ một trải nghiệm không thể quên của chính tác giả. Ngay sau khi *Đêm Lisbon* được phát hành vào năm 1962, khách du lịch Mỹ và châu Âu đã đổ xô tới thành phố này để trải nghiệm những gì cuốn sách mô tả và bàng hoàng nhận ra, Lisbon quyến rũ hơn họ nghĩ rất nhiều...

Không khó để nhận ra Lisbon, ngày nay là sự pha trộn giữa cũ và mới, bập bênh giữa làm và

chơi, nghiêm túc và buông tuồng, kiểu cách và cấu thả. Ghé qua Alfama, khu phố cổ nhất, quyến rũ nhất và mang nhiều nét đặc trưng nhất, du khách sẽ cảm nhận được sức sống mãnh liệt của Lisbon. Kiến trúc đặc trưng ở Alfama là sự pha trộn hài hòa giữa 2 trường phái Roman và Ả-rập, cũng là 2 nền văn hóa có ảnh hưởng nhất ở Lisbon trong quá khứ. Alfama từng là khu ổ chuột dành cho dân nghèo, dân nhập cư, sống trong những căn nhà làm bằng "sự lo âu, tình hoài hương và cả những giấc mộng tan vỡ". Alfama mang bóng dáng của sự cô đơn, của những im lặng bị tổn thương và những nỗi buồn không tên. Sau trận động đất năm 1755, Alfama được xây dựng lại và tồn tại cho đến ngày nay, như một cuốn sách lịch sử sống, nơi quá khứ vẫn hòa nhịp cùng hiện tại.



Nằm trên ngọn đồi cao nhất ở Lisbon là lâu đài St. George, cho đến cuối thế kỷ 15 vẫn còn là cung điện của hoàng tộc, nay đã trở thành nơi định cư của dân thường. Đến đây, du khách sẽ bắt gặp từng đàn ngỗng, vịt đi dạo quanh khu vườn chính của tòa lâu đài, những ông già ngồi chơi cờ thỏ cáo dưới bóng cây râm mát. Trèo lên các tháp canh cao chót vót rồi dạo bước trên tường thành, trước mắt du khách, Lisbon và dòng sông Tagus sẽ hiện ra hoành tráng và kì vĩ đến bất ngờ. Để tới được lâu đài St. George, phải đi trên toa xe điện số 28 và bản thân nó đã là một điểm du lịch cực kỳ thú vị. Toa xe màu nho này vẫn ngày ngày chạy qua những con phố náo nhiệt, đưa du khách đi từ điểm thấp nhất tới điểm cao nhất của Lisbon. Đó cũng là một cơ hội tốt để khám phá thêm cuộc sống muôn mặt ở những khu vực mà du khách ít khi đặt chân tới...



Sùng sùng giữa quảng trường là tượng vua Pedro IV trên bục cao, dưới chân ông là tượng bốn nữ thần...

Cách Alfama không xa lắm là Rossio, một trong những quảng trường đẹp nhất Lisbon, trước kia được mang tên Dom Pedro IV. Hằng ngày, dòng người cứ vội vã kéo nhau qua đây, hối hả với công việc, chẳng ai chịu bớt chút thời gian để dừng lại thưởng thức cảnh quan tuyệt vời cùng bầu không khí trong lành của buổi sớm mai. Kia là nhà hát D. Maria II, nơi nhà vua và hoàng hậu thường xuyên đến thưởng thức những buổi biểu diễn lớn. Cạnh vòi phun nước là khoảng đất rộng mênh mông, nơi xưa kia, cứ vào đầu tháng 10 hằng năm, người ta lại tiến hành nghi lễ rửa tội cho các chàng trai được vào học ở trường dòng.

Xung quanh Rossio là những quán cafe danh tiếng của người Bồ Đào Nha mà tiêu biểu nhất là Cafe Nicolas, mở ra từ năm 1929 và, vâng, còn nữa, những tiệm nhỏ bán hạt dẻ rang, cũng đã tồn tại hàng chục năm qua. Sùng sùng giữa quảng trường là tượng vua Pedro IV trên bục cao, dưới chân ông là tượng bốn nữ thần tượng trưng cho công bằng, trí tuệ, sức mạnh và khiêm tốn, cũng là những phẩm chất đáng kính của vị vua này.

Rời khỏi Rossio, hãy chuyển hướng ra phía con sông Tagus, nơi có Vasco Da Gama, cây cầu dài nhất châu Âu (17,2km) bắc qua. Khánh thành ngày 4/4/1998, cây cầu được mang tên nhà thám hiểm vĩ đại để kỉ niệm 500 năm ngày ông lên tàu tìm đường sang Ấn Độ. Vị trí đẹp nhất để ngắm nhìn cầu Vasco Da Gama là từ Tượng đài thám hiểm, nằm ở khu Belem thuộc tả ngạn sông Tagus, hoàn thành năm 1960, kỉ niệm 500 năm ngày mất của nhà hàng hải lừng danh D. Henry. Người ta còn thấy

bên cạnh ông là gương mặt của các anh hùng Bồ Đào Nha khác: Pedro Álvares Cabral, người khám phá đất nước Brazil, Fernóo Magalhóes, người vượt qua Thái Bình Dương năm 1520, nhà văn Camos... Với chiều cao 50m, tượng đài thực sự hấp dẫn khách du lịch bởi sự hùng vĩ của nó, đặc biệt trong cảnh hoàng hôn buông xuống hay dưới ánh đèn đêm lung linh, huyền ảo. Hàng triệu lượt du khách đến thăm tượng đài mỗi năm, họ sẽ được đưa lên đỉnh tượng đài bằng thang máy và từ đó, có thể thấy toàn cảnh dòng sông Tagus hiền hòa chảy dưới chân cầu.

Ngoài Tượng đài thám hiểm, Belem còn hấp dẫn du khách bằng món bánh tạc (nhân hoa quả, không có mút bọc ngoài) trứ danh, chỉ bán ở một cửa tiệm nhỏ, tọa lạc ngay trung tâm khu phố. Lisbon vốn không thiếu gì bánh tạc nhưng chỉ có những chiếc bánh ở Belem là giữ nguyên được hương vị đặc trưng, không giống bất kì nơi đâu nhờ vào một công thức bí truyền. 14.000 chiếc bánh mỗi ngày bán hết veo, và bạn sẽ cảm thấy cuộc đời đáng sống biết chừng nào khi được cắn ngập răng chiếc bánh còn nóng hổi với một chút quế và đường vụn rắc trên mặt.



Bồ Đào Nha cũng là đất nước của nhiều loại phô-mai nổi tiếng, và một trong số đó là phô-mai kem làm từ sữa cừu cùng nguyên liệu đặc biệt: cây gai. Nó được phục vụ trong nhiều nhà hàng cao cấp ở Lisbon và nếu muốn mua về làm quà, hãy ghé tiệm Manteigaria Silva. Đừng ngạc nhiên nếu biết pizza là một món ăn đường phố rất quen thuộc ở Lisbon, và ngay cả các quán ăn vỉa hè cũng có thể phục vụ được những chiếc pizza ngon tuyệt với vô số phô-mai, hải sản hay các loại thịt nguội. Và đừng bao giờ quên nếm thử bifana – sandwich kiểu Bồ Đào Nha với nhân là rau và bít-tết thịt heo rưới sốt đặc biệt. Hải sản ở đây được nấu theo phong cách Địa Trung Hải, với nguyên liệu tươi hết mức và thường ăn kèm chanh vàng, mang đến vị ngon khó mà diễn tả nổi.

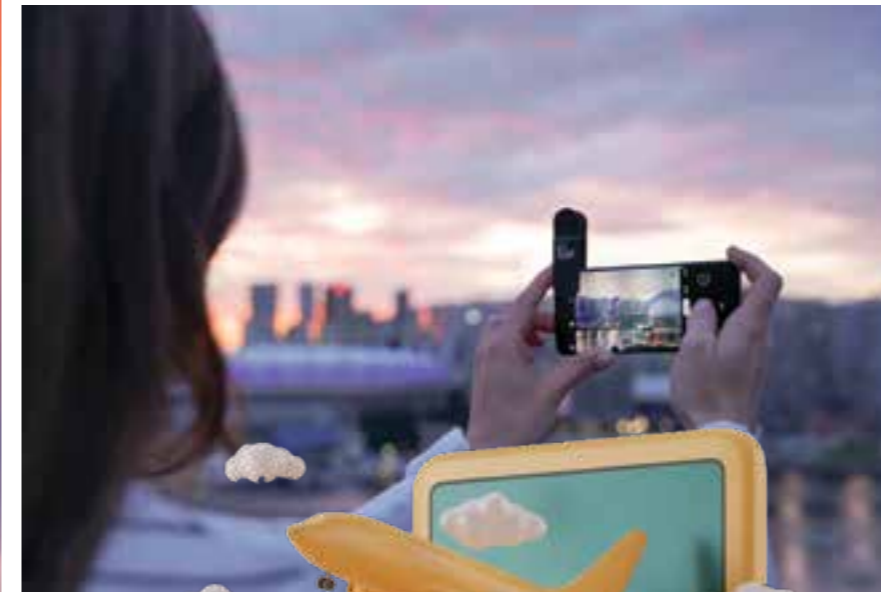
Những ai từng đọc qua Đêm Lisbon hẳn sẽ rất tò mò về bộ mặt của thành phố về khuya, liệu còn rơi rớt lại chút dĩ vãng nào, như Remarque từng miêu tả không. Đêm Lisbon ngày nay đã khác hẳn xưa kia, náo nhiệt, ồn ào và tràn ngập không khí hội hè. Những quán cafe lề đường trở nên đông đúc một cách kì lạ từ lúc hoàng hôn, ánh đèn từ các quán bar, nhà hàng, các cao ốc làm màn đêm thêm rực rỡ. Trong công viên, lũ trẻ thoải mái nô đùa bên các cặp tình nhân gục đầu vào nhau thì thầm những lời yêu đương dịu ngọt và văng vẳng đâu đây tiếng Fado ní non như ru hồn người. Fado có nghĩa là định mệnh, thể loại nhạc đặc trưng của người Bồ Đào Nha, pha trộn giữa phong cách Roman và Ả rập. Lời ca của Fado được lấy từ cuộc sống hằng ngày, về nỗi buồn, sự day ài, những bi kịch và tình yêu đau khổ. Fado có những quy tắc riêng dành cho người biểu diễn và cả khán giả. Các trung tâm giải trí về đêm của Lisbon nằm ở khu Bairro Alto và quận Docas...

Thế kỉ 15, 16, "Thời đại của các nhà thám hiểm", Bồ Đào Nha đã từng là một vương quốc hùng mạnh với hàng trăm thuộc địa trải rộng trên toàn cầu. Những con thuyền lớn mang trên mình các nhà thám hiểm gan dạ lần lượt vẫy tay chào Lisbon, họ chẳng hề băn khoăn chuyện có thể trở về trong vinh quang như Christopher Columbus hay vĩnh viễn nằm lại ở một miền đất hoang vu nào đó. Những tàn tích của giai đoạn vàng son này vẫn còn nằm rải rác ở trung tâm thành phố và xa hơn, ở khu Belem, nơi du khách có thể thoải mái đắm mình vào quá khứ hào hùng của một đế quốc từng có tham vọng làm bá chủ thế giới.

HÀNH TRANG CÔNG NGHỆ

♥ LÔI PHONG

SỰ PHÁT TRIỂN NHANH CHÓNG CỦA CÔNG NGHỆ ĐÃ THAY ĐỔI VĨNH VIỄN CÁCH CHÚNG TA TRẢI NGHIỆM THẾ GIỚI, KHIẾN CHO DU LỊCH THÚ VỊ HƠN, TIỆN NGHI HƠN VÀ AN TOÀN HƠN.



động) là đủ để thoải mái lưu lại những kỷ niệm đáng nhớ ở bất kỳ nơi nào, bất kỳ thời điểm nào, tổng chi phí cũng chỉ dao động trong khoảng 5 - 7 triệu đồng.

Tiếp sau đó, một bộ loa di động sẽ là yếu tố lý tưởng giúp tạo ra bầu không khí vui tươi rộn ràng hay êm ả lãng mạn tại mọi điểm dừng chân, tùy theo loại nhạc được chọn. Do có thể được sử dụng trong nhiều môi trường khác nhau (trong nhà, ngoài trời, bể bơi, bãi biển...) hãy cố gắng chọn mua những bộ loa có lớp vỏ ngoài bền bỉ với các tính năng chống nước, chống bụi, chống sốc. Và xin đừng tham kích thước, loa cần nhỏ gọn để có thể nhét vừa vào trong túi xách, nếu có thêm móc cài, quai xách, dây đeo sẽ là lý tưởng.



Loa di động sẽ là yếu tố lý tưởng giúp tạo ra bầu không khí vui tươi rộn ràng hay êm ả lãng mạn tại mọi điểm dừng chân, tùy theo loại nhạc được chọn.

Quan trọng và không thể thiếu

Thiết bị công nghệ đầu tiên, quan trọng và gắn bó với tất cả mọi người - bao gồm cả những cặp đôi trong mọi chuyến đi chính là chiếc smartphone. Ngoài chức năng chính để kết nối, nó còn đảm nhiệm thêm rất nhiều nhiệm vụ khác như làm việc từ xa, lướt web, xem phim, nghe nhạc, chụp ảnh. Một trong những cách đơn giản và hiệu quả nhất để nâng cao chất lượng ảnh chụp chính là đầu tư thêm bộ ống kính rời (lens) loại chuyên dụng cho điện thoại.

Giá cả của các dòng ống kính này cũng khá đa dạng, từ vài trăm ngàn đến vài triệu đồng, từ ống tele tới ống góc rộng, ống chuyên chụp chân dung tới ống chuyên chụp macro, tạo hiệu ứng hình ảnh độc đáo... Tùy vào nhu cầu cụ thể mà chọn ống cho phù hợp, thêm một chiếc tripod (giá ba chân) hoặc gimbal (tay cầm cơ

Nhưng điều quan trọng nhất vẫn phải là chơi nhạc hay, pin khỏe và kết nối bluetooth ổn định. Trên thị trường hiện nay, để đáp ứng tốt cùng lúc các tiêu chí này, hãy nghiên cứu các thương hiệu B&O với các dòng P2, P6 hay A1 Gen 2, Bose với các dòng Soundlink Color, Soundlink Micro, Soundlink Revolver, Marley với các dòng No Bound Sport, No Bound XL, Chant Sport, UE (Ultimate Ears) với các dòng Wonderboom, Roll 2, Boom 2, Megaboom. Tất cả đều có mức giá hết sức "dễ chịu" dưới 10 triệu đồng, thậm chí chiếc UE Roll 2 chỉ ngoài 2 triệu đồng.

Và nếu loa di động dành cho điểm đến thì headphone sẽ là người bạn hữu ích trên những chặng đường đi, nhất là những lúc phải chờ đợi ở sân bay hay muốn tìm những khoảnh khắc thư giãn



trên máy bay. Nếu không quá đặt nặng vấn đề chất lượng âm thanh thì những chiếc tai nghe hoàn toàn không dây (TWS true wireless stereo) sẽ là gợi ý thích hợp nhất, bởi chúng không hề tạo cảm giác vướng víu khi đeo, nhìn lại rất thời trang và sành điệu.

Kết hợp cùng tài khoản Apple Music, Spotify hay Zing là đủ để đắm chìm trong thiên đường âm nhạc hàng giờ liền. Có quá nhiều thương hiệu để lựa chọn trên thị trường với giá tiền cũng vô cùng phong phú, từ các thương hiệu Trung Quốc như Xiaomi, QCY, Realme, Remax khoảng trên dưới 500.000 đồng, Apple, Samsung, Sony, Klipsch khoảng 2 - 4 triệu đồng cho tới loại cao cấp của B&O hay Sennheiser khoảng 7 - 9 triệu đồng.

Với các fan của "nhà táo", một chiếc đế sạc 3-in-1 dùng đồng thời cho cả iPhone, smartwatch và AirPods chắc chắn sẽ là món phụ kiện cực kỳ hữu ích, nhưng không phải ai cũng biết đến sản phẩm này, bởi chúng cũng khá mới mẻ. Với mức giá dao động từ 300 - 700.000 đồng, Elago và Belkin chắc chắn là hai thương hiệu nên được quan tâm nhất, bởi nhiều yếu tố như hình thức bắt mắt, độ bền bỉ cao và danh tiếng lâu năm của nhà sản xuất.

Xin lưu ý một chút, du lịch trên thực tế là hình thức vận động "bắt buộc", chính vì thế, chiếc smartwatch sẽ hữu ích hơn đồng hồ thông thường,

nó giúp người dùng dễ dàng kiểm soát cơ chế hoạt động cũng như tình trạng sức khỏe một cách đơn giản nhất. Loại hỗ trợ cho nhiều môn thể thao kèm GPS như chiếc Garmin Fenix 5 hiện đang rất được ưa chuộng dù giá không hề rẻ - trên 12 triệu đồng.

Không có gì gây bức bối hơn việc không thể chia sẻ "ngay và luôn" với bạn bè những bức ảnh đẹp của bản thân hay những thứ hay ho trong chuyến đi. Mà không phải quốc gia nào internet cũng "sẵn và rẻ" như ở Việt Nam. Cho nên, giải pháp lý tưởng cho tình huống này chính là thuê một cục phát wi-fi 4G quốc tế - thời gian tối thiểu ba ngày, giá 120.000 - 140.000 đồng/ngày tùy quốc gia. Hai cái tên phổ biến nhất ở thời điểm hiện tại là IGO Yogofi và Sahaha R9 với khả năng phát wi-fi dùng công nghệ sim ảo, tối đa 5 thiết bị sử dụng cùng lúc, pin 12 - 15 tiếng, miễn phí chuyển vùng ở hơn 100 nước.



Độc đáo và khác biệt

Giờ đây, khi Netflix đã trở nên quá quen thuộc, thì những cặp đôi mê phim ảnh cũng nên biết cách tối ưu hóa trải nghiệm của mình theo cách "như ở nhà". Đơn giản lắm, chỉ một thiết bị nhỉnh hơn đồng xu mang tên Google Chromecast Ultra - giá 1,3 triệu đồng - là đủ. Nó kết nối với TV qua cổng HDMI, truyền trực tiếp hình ảnh (độ phân giải lên đến 4K) và âm thanh từ smartphone, máy tính qua wi-fi, vậy là đã có thể thoải mái xem mọi thứ trên đời trên màn hình lớn.

Cũng thế, những người luôn muốn hưởng thụ âm nhạc đạt chuẩn hi-fi từ điện thoại thay vì nhạc nén cũng có thể tự khiến mình hài lòng bằng những bộ giải mã tín hiệu (digital analog converter - DAC) di động bé tí xíu chỉ bằng chiếc USB, kết nối trực tiếp với tai nghe (có dây) và loa di động, cao cấp hơn chút nữa có thể là DAC kèm ampli headphone, với kích thước cũng chỉ tương đương bao thuốc lá. Những thiết bị đáng quan tâm ở thị trường Việt Nam với chi phí rất hợp lý bao gồm iBasso DC02, Fiio BTR5, Fiio Q1 Gen 2, Audiolab P-DAC, Radsone ES100 MK2, Schiit Fulla 2... Tất cả đều có khả năng hỗ trợ tín hiệu âm thanh 24bit/96kHz trở lên (gấp 4 lần chất lượng CD), giá từ 1,2 triệu đồng cho tới 3,5 triệu đồng, khá hời so với những giá trị mà chúng mang lại.

Tại Hội chợ điện tử tiêu dùng (CES) 2020, ForwardX Robotics - thương hiệu mới nổi của Trung Quốc đã trình làng một sản phẩm được đánh giá là mang tính đột phá: chiếc va-li tự hành mang tên Ovis. Đây hẳn là bạn đồng hành tuyệt vời cho những cặp đôi mê du lịch, nhờ khả năng di chuyển theo "chủ nhân" trên các mặt phẳng với tốc độ 3 mét/giây và duy trì khoảng cách tối đa 2 mét, biết tránh va chạm với độ chính xác đáng ngạc nhiên nhờ công nghệ tự lái. Chỉ cần bấm nút khởi động

Với những chuyến đi kiểu phượt hay trekking, trong hành trang của các cặp đôi nên có thêm những món phụ kiện mang tính chất chuyên dụng một chút, và xin nhớ cho, chúng luôn hữu ích trong bất cứ hoàn cảnh nào.

trên vòng điều khiển dạng đeo tay là xong và nếu nó cách xa bạn quá hai mét, vòng đeo tay sẽ rung lên để báo hiệu. Kích thước của nó cũng khá gọn gàng với thể tích 34 lít, vỏ chống nước, chuông chống trộm thông minh. Giá công bố của nó là 800 USD, khá dễ chịu.

Với những chuyến đi kiểu phượt hay trekking, trong hành trang của các cặp đôi nên có thêm những món phụ kiện mang tính chất chuyên dụng một chút, và xin nhớ cho, chúng luôn hữu ích trong bất cứ hoàn cảnh nào. Ngoài smartwatch thì đồng hồ dã chiến chống nước, chống va đập kiểu Casio G-Shock thực sự cần thiết. Bên cạnh đó, một chiếc la bàn cơ đa năng cỡ nhỏ giá vài trăm ngàn đồng của OEM, HQ hay M&Mpro vừa có thể dùng làm vật trang trí cho ba-lô, túi xách, lại vừa giúp định hướng trong trường hợp bị lạc ở những nơi không có internet. Hoặc, cài các ứng dụng biến điện thoại thành la bàn, như Compass, SmartCompass hay Digital Compass cũng là việc nên làm.

Một chiếc đèn pin siêu sáng Klarus XT32 hay Fenix TK15UE không bao giờ là thừa, thậm chí chiếc NE20030 của Xiaomi cũng rất tốt, mà giá lại hợp lý - 500.000 đồng so với gần 2 triệu đồng. Nếu ngại linh kính, có thể chọn mua loại đèn LED cơ động và gọn gàng. Thêm vào đó, những chiếc ống nhòm dân dụng của Nikon, Konus, Bushnell không chỉ giúp việc định hướng trở nên dễ dàng hơn, mà còn có thể dùng để tận hưởng phong cảnh khi lên tới đỉnh núi hay trong những vùng vịnh biển đẹp.

Và cuối cùng, những phụ kiện nhỏ gọn nhưng có thể trở thành "vị cứu tinh" những lúc sơ sẩy cũng đáng được quan tâm, như dây sạc dạng móc chìa khóa hay vòng đeo tay, hay chiếc túi giặt Scrubba sẽ giúp tiết kiệm được kha khá chi phí mà lại luôn có quần áo sạch sẽ tinh tươm để mặc, chỉ tốn khoảng 10 - 15 phút mỗi ngày mà thôi.

Lotte Jeju Hotel

Khu nghỉ dưỡng

TRÁNG LỆ

LOTTE HOTEL TỌA LẠC TẠI MỘT VỊ TRÍ HOÀN HẢO Ở ĐẢO JEJU, LÀ KHÁCH SẠN HÀNG ĐẦU Ở HÀN QUỐC, NƠI BẠN CÓ THỂ TẬN HƯỞNG NHỮNG PHÚT GIÂY THƯ GIẢN THOẢI MÁI VÀ THAM GIA NHIỀU HOẠT ĐỘNG Ý NGHĨA TRONG KỶ NGHỈ ĐÁNG NHỚ CỦA MÌNH.

Nằm trong Khu phức hợp Du lịch Jungmun trên hòn đảo Jeju xinh đẹp, lấy cảm hứng từ khách sạn nghỉ dưỡng nổi tiếng thế giới The Palace of the Lost City ở Nam Phi, Lotte Hotel Jeju tự hào với vẻ đẹp trong lành của thiên nhiên.

Với 500 phòng, 9 nhà hàng, 6 loại phòng tiệc, phòng tập thể dục, sông bạc và khu mua sắm miễn thuế, Lotte Hotel Jeju là một điểm đến nghỉ dưỡng tuyệt vời của gia đình, các cặp đôi, đồng thời cũng là địa điểm tối ưu cho các sự kiện và hội thảo quốc tế lớn.

Nằm nổi bật trên bờ biển phía Nam của đảo Jeju, khu nghỉ dưỡng tráng lệ này có tất cả những gì hoàn hảo nhất cho một chuyến đi: Những khu vườn với cối xay gió, hồ nước trong xanh, nơi bạn có thể trải nghiệm tự chèo thuyền và những buổi biểu diễn ngoài trời hằng đêm. Đặc biệt, khách sạn tổ chức nhiều sự kiện phù hợp với trẻ em.



Nghỉ dưỡng tại đây, bạn không cần phải đi xa để tự mình trải nghiệm vẻ đẹp tự nhiên nổi tiếng của đảo Jeju. Hãy đi bộ lên ngọn núi cao nhất của Hàn Quốc, Hallasan, ngắm mình trong làn nước biển trong xanh hoặc ngắm mặt trời mọc từ miệng núi lửa.

Nội thất trong các phòng tinh tế, với phong cách bày trí trang nhã, sang trọng, sử dụng các tác phẩm nghệ thuật do các nghệ sĩ Hàn Quốc thực hiện, luôn mang đến cảm giác thoải mái và ấm cúng như bạn đang ở nhà. Bên cạnh đó, các phòng trong khu nghỉ dưỡng đều có không gian rộng, tầm nhìn ngoạn mục ra khu vườn tuyệt đẹp và biển màu ngọc lục bảo.

Lotte Hotel Jeju's Corner Suite Room là loại phòng theo phong cách Tây Âu sang trọng và lịch lãm. Không gian bên trong được thiết kế để mang đến cho bạn những giây phút nghỉ ngơi đặc biệt trên đảo Jeju.

Presidential Suite là phòng sang trọng nhất ở Jeju, với một phòng ngủ lớn và một phòng ăn riêng biệt, phòng họp cho 6 người cùng nội thất tinh tế vào bậc nhất.

Ngoài hồ bơi spa ngoài trời "He: on" mở cửa quanh năm giống như biển Jeju ấm áp, nơi đây còn có nhiều tiện ích khác, từ khu vui chơi đa năng "PlayTopia", phòng Hello Kitty, biệt thự có hồ bơi và các không gian tổ chức sự kiện, tới nhiều nhà hàng, nơi du khách có thể thưởng thức những món ăn hấp dẫn địa phương và quốc tế.

Khu vườn và spa bốn mùa ngoài trời sang trọng trong không gian lãng mạn. Không gian vui chơi đa trải nghiệm dành cho trẻ em Kids World dành cho khách du lịch gia đình.



Đặc biệt, khách sạn có nhà hàng ngoài trời Lake Plaza Restaurant phục vụ tiệc tự chọn quốc tế cùng chương trình nhạc nước Volcano Fountain Show hoành tráng.

Đặc biệt, Lotte Hotel Jeju phục vụ bữa tối trên sân hiên với khung cảnh hoàng hôn tuyệt đẹp và quầy bar bên hồ bơi. Các nhà hàng phục vụ cả ngày với các món ăn hảo hạng địa phương và quốc tế. Bạn cũng có thể thưởng thức những món tráng miệng ngọt ngào, cocktail và rượu whisky tại quầy bar sang trọng và phong cách.

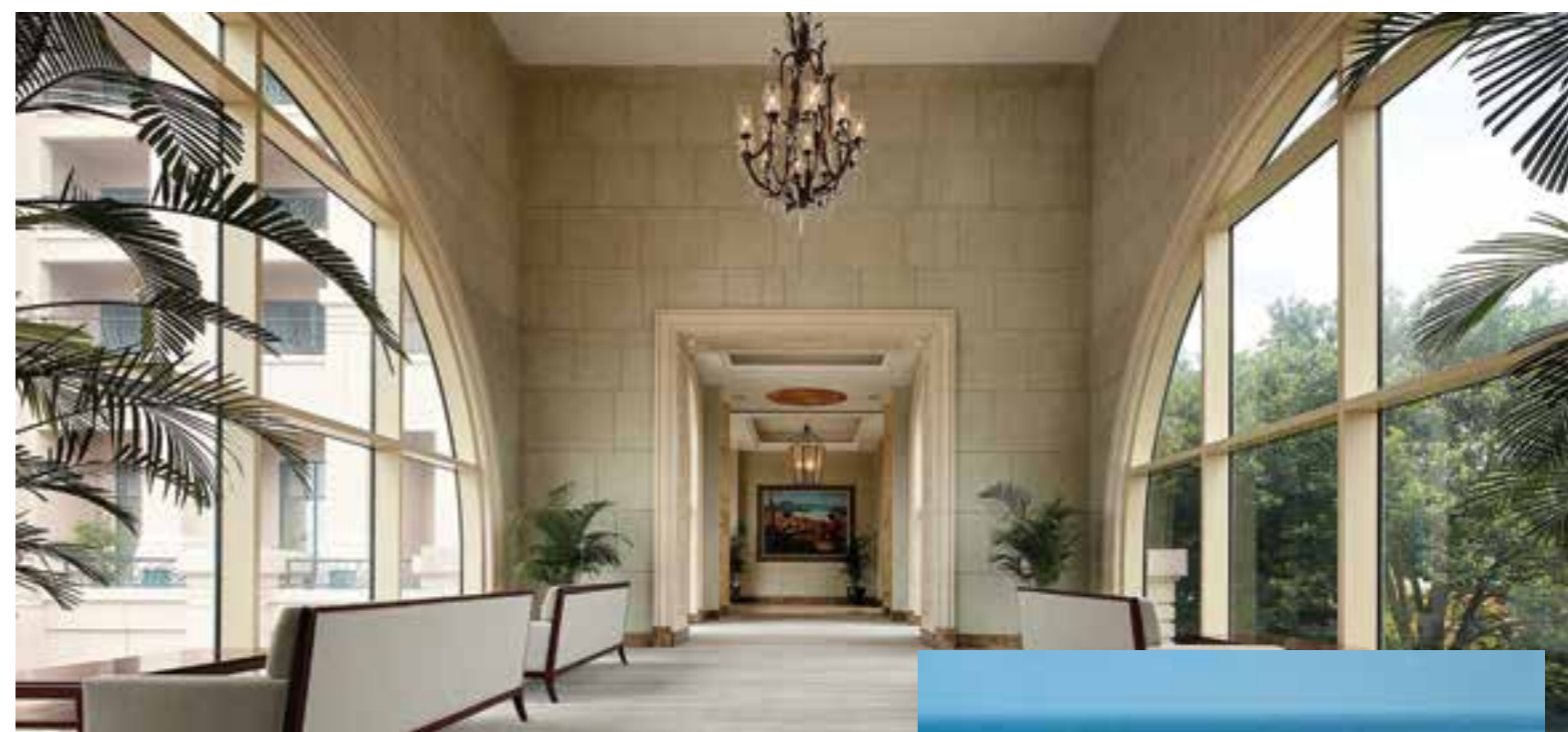
Đặc biệt, khách sạn có nhà hàng ngoài trời Lake Plaza Restaurant phục vụ tiệc tự chọn quốc tế cùng chương trình nhạc nước Volcano Fountain Show hoành tráng.

Hồ bơi vô cực được thiết kế với họa tiết là vách đá Jusangjeolli của Jeju là nơi lý tưởng để bạn tận

hưởng làn nước ấm quanh năm. Đúng như tên gọi, hồ bơi spa ấm áp tái hiện thiên nhiên của Jeju. Tận hưởng một đêm lãng mạn bơi lội dưới bầu trời đêm đầy sao hoặc đi dạo trong khu vườn kỳ diệu, bạn sẽ có cảm giác thư thái tuyệt vời. Bạn có thể tận hưởng cảm giác thư thái tuyệt vời tại đây.

Ngoài ra, du khách có thể sử dụng trung tâm thể dục hoặc sân tennis để rèn luyện sức khỏe, bơi lội hoặc thư giãn, tắm nắng và nhiều hoạt động vui chơi giải trí hấp dẫn.

Tọa lạc ngay vị trí trung tâm đảo Jeju, tại Lotte Hotel, chỉ cần 5 phút đi bộ, bạn sẽ đặt chân tới Bảo tàng gấu Teddy nổi tiếng.



Khách sạn nằm cách trung tâm thành phố 30km, cách Bảo tàng Gấu Teddy 400m. Sân bay Quốc tế Jeju cách nơi này 50 phút lái xe. Từ khách sạn, du khách dễ dàng di chuyển tới những địa điểm được yêu thích của thành phố như: Bảo tàng đảo Sound, Bảo tàng Ripley's Believe It or Not, Bãi biển Jungmun.

Đảo Jeju là một trong những điểm đến nổi tiếng ở Hàn Quốc, không chỉ được biết đến là "thiên đường biển và núi" mà còn hấp dẫn bởi những resort, khách sạn sang trọng tuyệt đẹp. Lotte Jeju Hotel là một lựa chọn xứng đáng cho kỳ nghỉ hoành tráng của bạn khi tới hòn đảo xinh đẹp này.



35, Jungmun Tourist Road No. 72, Seogwipo, Jungmun, Đảo Jeju, Hàn Quốc

THỜI TRANG XA XỈ: NHỮNG HOÀI NIỆM

VÀNG SON

♥ MINH THU

TRÀO LƯU TÌM VỀ VỚI VINTAGE VÀ RETRO KÉO DÀI TRONG GẦN MỘT NĂM QUA DƯỜNG NHƯ CÓ Ý NGHĨA HƠN BAO GIỜ HẾT. TRONG CƠN BẤT AN HẬU ĐẠI DỊCH, CHÚNG TA VÔ THỨC MUỐN TÌM ĐẾN CẢM GIÁC AN TOÀN VÀ HOÀI NIỆM, NÊN NHỮNG MÓN TRANG PHỤC CỦA MỘT THỜI XA VẮNG CHÍNH LÀ MỘT GIẢI PHÁP...

Rất nhiều lần, các chuyên gia đã thắc mắc, vì sao xu hướng vintage và retro luôn có chỗ đứng trong mỗi mùa thời trang, trong khi các nhà mốt không hề thiếu thiết kế và mẫu mã mới? Trên thực tế, không ai có thể đưa ra đáp án chính xác, người ta thường viện dẫn câu nói khá quen thuộc: thời trang chính là cái cũ tốt đẹp bị lãng quên...

Chúng ta cũng nên làm rõ hơn hai khái niệm tuy rất gần gũi với nhau về mặt ý nghĩa nhưng vẫn hàm chứa nhiều khác biệt cơ bản. Với vintage, tinh thần hoài cổ được thể hiện trọn vẹn và đủ đầy từ đường kim mũi chỉ cho đến phom dáng, chất liệu. Còn retro, đó là sự biến tấu, sáng tạo từ các ý tưởng cũ, kết hợp chúng với những gì thuộc về đương đại. Ngày nay, các designer thường lấy cảm hứng từ thời trang giai đoạn 1940 - 1980 cho các thiết kế mới, và đây cũng là quãng thời gian thăng hoa của âm nhạc, kiến trúc và điện ảnh, những môn nghệ thuật để lại khá nhiều ảnh hưởng lên thời trang.



Có nhiều lý do để người ta không thể không đắm say với những mẫu trang phục mang tính hoài cổ.

Hai thập niên 1960 - 1970 được xem là cột mốc quan trọng của làng thời trang, khi nét lãng mạn và dịu dàng kiểu cổ điển hòa nhập hoàn toàn với những dấu ấn hiện đại, tạo ra vô số chuẩn mực mới cho cả thế giới noi theo. Không ngạc nhiên khi xu hướng trang phục của hai thập niên này thường được vận dụng nhiều nhất trong các thiết kế retro nhờ khả năng "miễn nhiễm" với sự tàn phá của thời gian.

Sức sáng tạo vô hạn của các nhà tạo mẫu tài năng hiển nhiên mang đến cho thời trang đương đại vô số kiệt tác, nhưng đôi khi, chúng quá táo bạo, quá lạnh lùng và hoàn toàn xa rời những tiêu chuẩn cơ bản của sự thanh lịch. Còn những thiết kế kiểu vintage hoặc

retro thường bắt mắt theo kiểu ấm áp, gần gũi và lan tỏa sự tinh tế một cách... tinh tế.

Tại sao ư? Có thể thấy rõ, chúng luôn làm nổi bật những ưu điểm của cơ thể người phụ nữ. Chúng được tạo ra để tôn vinh cái đẹp và không gì ngoài cái đẹp. Chưa kể, các thiết kế mang phong cách cổ điển luôn có tính ứng dụng cao, chủ yếu dùng để mặc trong cuộc sống thường nhật chứ không phải chỉ để trưng trở trên sàn catwalk.

Như mùa Xuân Hè tới đây, rất nhiều nhà mốt đưa màu neon (màu phản quang) vào bộ sưu tập của mình, như một sự gọi nhớ đến ánh đèn vũ trường rực rỡ của thập niên 1980. Theo đó, thiết kế của các trang phục dùng màu neon cũng mang

Thiết kế mang phong cách cổ điển luôn có tính ứng dụng cao, chủ yếu dùng để mặc trong cuộc sống thường nhật chứ không phải chỉ để trưng trở trên sàn catwalk.





đậm tinh thần retro, tuy mới mẻ, cách tân nhưng vẫn ẩn chứa nét lịch lãm không thể che giấu, như mẫu đầm maxi lệch vai đầy gợi cảm của Valentino, những bộ suit đa sắc của Dior hay áo quây ngực đi cùng quần thụng của Tom Ford.

Còn Gucci lại đắm đuối với màu sắc và họa tiết của thập niên 1970 – những năm cuối cùng trong giai đoạn hoàng kim của cuộc thăng hoa về nghệ thuật ở hai bên bờ Đại Tây Dương, với vô số kiệt tác về âm nhạc, điện ảnh, kiến trúc đua nhau xuất hiện...

Những tưởng thời trang vintage và retro chỉ dành cho những người thích hoài cổ, nhưng trên thực tế, ngay cả giới trẻ cũng dễ dàng bị chinh phục. Với thế hệ Z, bất kể xu hướng đã không còn là tôn chỉ mục đích, ngược dòng về với những giá trị cũ trên nền tảng hiện đại có khi lại là cách thể hiện cá tính và sự sành điệu đầy khéo léo. Hãy nhớ rằng, phong cách retro của thế kỷ 21 vừa ẩn chứa vẻ quyến rũ cổ điển vừa tràn ngập hơi thở thời đại. Lấy hình tượng nhân vật Claudia Kishi trong series The Baby-Sitters Club của Netflix làm ví dụ, đội ngũ phục trang đã biến cô bé thành một biểu tượng thời trang retro điển hình, mà bất kỳ fashionista nào nhìn vào cũng phải trầm trồ thán phục về cách phối ghép trang phục, phụ kiện, màu sắc...

Và Claudia Kishi thực sự khác biệt so với mọi thiếu nữ trong cả series. Bởi đôi khi, thời trang chạy theo thị hiếu biến quần áo thành đồng phục và khiến tất cả đều giống nhau. Còn bất kỳ ai dám tin tưởng rằng trang phục có thể nói lên rất nhiều thứ về bản thân, người đó hẳn sẽ chọn những thiết kế theo phong cách retro để từ đó vượt ra khỏi ranh giới giữa các xu hướng để trở thành độc nhất vô nhị.

Huyền thoại Karl Lagerfeld từng nói, “có ba thứ không bao giờ lỗi mốt, là quần jeans, sơ-mi trắng và vải tweed của Chanel”. Đúng vậy, ra đời từ thế kỷ 18, cho tới nay, denim vẫn là một trong những chất liệu được ưa thích nhất, chiếc quần ống đứng hơi côn với màu xanh lơ cổ điển vẫn được tìm mua nhiều nhất bất kể nó có biến tấu ra sao qua từng giai đoạn, và không thương hiệu nào, kể cả những cái tên xa xỉ bậc nhất dám “coi thường” denim.

Mùa Thu Đông năm nay, nhà Chanel đã dùng vải tweed để may những mẫu váy cũng như áo khoác hoàn toàn theo tinh thần vintage với họa tiết thêu tay, đính đá và rải sequin cầu kỳ, vừa để tưởng nhớ Karl Lagerfeld, vừa để làm sống lại vẻ thanh nhã pha chút nổi loạn của những cô gái Paris thập niên 1980. Bên cạnh đó, nét đẹp vừa giản dị vừa kín đáo của thiếu nữ thị thành thập niên 1940 cũng được coi là một xu hướng lớn trong dịp cuối năm, được các nhà mốt như Miu Miu, Rodarte hay Marc Jacob lăng xê mạnh mẽ. Thời trang mang tính chu kỳ rất cao, và việc các



xu hướng cũ trở lại theo phong cách mới không còn là điều gây ngạc nhiên. Nhưng không thể phủ nhận một điều, công chúng luôn có một tình yêu khó lý giải dành cho nét đẹp của một thời xa vắng, và nếu nó được diễn giải theo tinh thần đương đại thì không còn gì tuyệt vời hơn thế.

Calvin Klein chẳng hạn, thường xuyên vào kho lưu trữ để tìm cảm hứng sáng tạo mới. Điều này đảm bảo nhà mốt luôn tiến về phía trước, nhưng vẫn cho ra đời những sản phẩm mang tính kế thừa và tôn vinh di sản thương hiệu. Và dĩ nhiên, các fashionista là người được hưởng lợi nhiều nhất, bởi họ có thể sở hữu những mẫu trang phục vừa hợp mốt vừa mang bóng dáng của một kiệt tác vượt thág năm.

Nếu một phong cách vẫn được coi là thời thượng qua nhiều thập kỷ thì hiển nhiên nó sẽ còn sống mãi. Những trang phục như vậy rất đáng đầu tư vì chúng luôn phổ biến theo một cách thức riêng, có thị trường riêng và lúc nào cũng khiến người mặc cảm thấy tự tin vì sự khác biệt của mình.

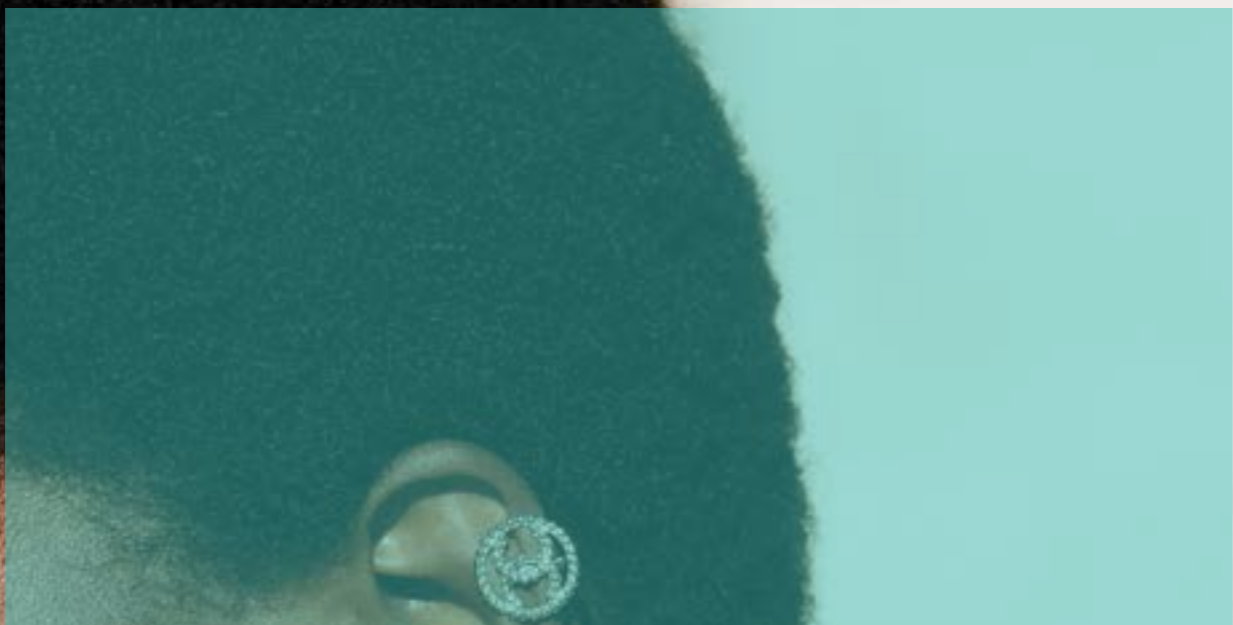
Và, chắc chắn rằng, những mẫu trang phục vintage hoặc retro luôn gợi lên những hoài niệm về một quãng thời gian nhất định, con người trong những năm tháng đó, khi mọi thứ trôi đi chậm rãi hơn, tự nhiên hơn, không có laptop và smartphone, cuộc sống thực sự diễn ra trong đời sống chứ không phải trên mạng xã hội. Hãy thử tưởng tượng, một ngày trên bãi biển sẽ khác biệt thế nào nếu bạn được tung tăng thả dáng trên bãi cát trắng trong bộ đồ bơi cổ điển, nằm dài dưới tán ô xòe rộng và ngắm nhìn làn mây bay qua, không selfie, không post ảnh và không bình luận về người khác?



Cứ ngắm mà xem, mọi xu thế hiện hành, từ denim tới vải tweed, từ giày đế bệt tới áo breton, từ bohemian tới sọc tartan, từ chiếc áo poncho tới trench coat... chẳng phải tất cả đều lặp lại từ quá khứ hay sao? Những chiếc túi Birkin của Hermès qua hàng chục năm, kiểu dáng chẳng hề thay đổi nhưng vẫn làm xao xuyến trái tim của biết bao thế hệ fashionista trên toàn cầu. Tương tự vậy là chiếc áo dài của Việt Nam, bất kể được biến tấu ra sao, nét đẹp truyền thống của nó vẫn khiến cả thiên hạ phải trầm trồ thán phục. Một điều quan trọng nữa, là mỗi sản phẩm có thể mang trong mình một câu chuyện – như những chiếc khăn lụa của Hermès chẳng hạn, nó thường truyền lại từ mẹ sang con gái hoặc con dâu. Và giá trị của chúng thì khó mà đo đếm được bằng tiền...

Trong mọi lĩnh vực, những giá trị tồn tại qua thời gian luôn được trân trọng, và thời trang càng không ngoại lệ. Dù chưa bao giờ là xu hướng bao trùm lên một hay nhiều mùa mốt nhưng vintage và retro luôn nhận được sự ưu ái hết mực của các nhà tạo mốt lẫn công chúng, được sử dụng như một kho ý tưởng vô tận để từ đó tạo ra những sản phẩm mới, kết hợp giữa quá khứ và hiện tại, giữa cổ điển và cách tân, giữa truyền thống và những tư duy khai phóng.

Cho nên, vintage và retro sẽ tiếp tục sống mãi, tiếp tục được ngưỡng mộ và khai thác mãi trong vòng lặp vô tận của thời trang!



Punk

Các thiết kế của Chanel lần lượt hiện ra giữa bối cảnh là những phiến đá vô lê dờ, có dấu tích của thời gian. Lần này, tông màu chủ đạo của BST là những gam màu trắng đen, tương chừng đơn điệu nhưng vẫn đủ sức khuấy động không gian. Mang ảnh hưởng từ phong cách Punk nổi loạn, những thiết kế Cruise 2022 của Chanel làm nổi bật cá tính của các quý cô hiện đại một cách tự nhiên nhất.



Không khiên cưỡng, và vẫn hết mực sang trọng, nữ tính! Sự đối lập giữa các yếu tố trong cùng một thiết kế tạo nên những cuộc “đụng độ” thú vị gây bất ngờ cho người xem.

Bộ biểu tượng kinh điển của Chanel gồm có bông hoa trà, chuỗi ngọc trai, logo CC, hình ngôi sao,... được kết hợp cùng những motif họa tiết mới cho BST Cruise 2022. Đó là hình vẽ những đàn chim bồ câu – biểu tượng của hòa bình – tự do tung bay được lấy cảm hứng từ những hình vẽ chim bồ câu của đạo diễn Jean Cocteau, một người bạn thân thiết của Gabrielle “Coco” Chanel.

Nổi Loạn



Người phụ nữ Chanel đi qua năm tháng vẫn luôn giữ cho mình tinh thần bất diệt, mạnh mẽ mà lại nữ tính, quyết liệt nhưng vẫn lồi cuốn đến khó cưỡng. Cô đón nhận mọi sự đổi thay của thời cuộc theo cách riêng của mình mà vẫn luôn nổi bật bởi những nét riêng không giống bất kỳ ai.



KHI SNEAKERS CŨNG LÀ PHONG CÁCH SỐNG

♥ BẢO NGỌC

GIVENCHY Onitsuka Tiger



GIÀY SNEAKERS CHÍNH LÀ MỘT TRONG VÀI XU HƯỚNG THỜI TRANG BỀN BỈ NHẤT, ĐƯỢC ƯA CHUỘNG RỘNG KHẮP TRONG KHOẢNG 5 NĂM TRỞ LẠI ĐÂY, VÀ NÓ SẼ TIẾP TỤC PHÁT TRIỂN MẠNH MẼ, CÙNG SỰ TRỖI DẬY CỦA THẾ HỆ Z – NHÓM KHÁCH HÀNG QUYỀN LỰC LUÔN ĐẶT SỰ TIỆN DỤNG VÀ THOẢI MÁI LÊN HÀNG ĐẦU.

Tại sao bạn mua một đôi sneakers? Câu trả lời ban đầu thường rất đơn giản: Vì tôi thích nó. Trên thực tế, có rất nhiều lý do dẫn đến quyết định mua một đôi giày. Ngoài mục đích sử dụng, còn có thể vì nó hợp mốt, tình yêu đối nhãn hiệu, kiểu dáng, cách phối màu, hay nó mang đến một thứ cảm xúc bất chợt nào đó không thể lý giải.

Nhiều người vẫn cho rằng, cơn bùng phát sneakers bắt nguồn từ trào lưu Athleisure do thế hệ Z khởi xướng. Nhưng nếu lần lại lịch sử, sneakers đã luôn được mê mẩn ngay từ khi nó xuất hiện. Và các nhà kinh doanh tài ba cũng vô cùng khéo léo khi gắn sản phẩm của mình với một sự kiện, một nhân vật nổi tiếng hay một xu thế xã hội nhất định để thu hút nhiều hơn sự quan tâm của khách hàng.

Cho nên, rất nhiều người sẵn sàng mua một đôi sneakers vì những câu chuyện đằng sau nó: Những đôi Air Jordan của Nike cho đến giờ vẫn được ưa chuộng như cách đây 20 năm vì nó từng thuộc về siêu sao bóng rổ vĩ đại nhất nước Mỹ Mike Jordan, dòng Mexico 66 của Onitsuka Tiger gắn liền với huyền thoại Lý Tiểu Long và bộ phim Kill Bill của đạo diễn Quentin Tarantino, giày bata Converse lại được huyền thoại rock Kurt Cobain của nhóm Nirvana sử dụng trong những ngày cuối đời, còn dòng Adidas Superstar từng vào cả ca khúc nổi tiếng My Adidas của rapper lừng lẫy Run DMC... Đây chính là giá trị gia tăng không thể đo đếm được bằng tiền, tạo ra những cảm xúc vô cùng khác thường cho người mua – đặc biệt là nhóm hâm mộ trung thành của thương hiệu.

Cũng như thế, nhiều người thích mua sneakers vì họ có thể tìm được những sản phẩm “giới hạn” hoặc “đặc biệt” (limited và special edition), đồng nghĩa với việc sẽ rất ít người sở hữu được một đôi giày giống vậy. Giày tây, dù thương hiệu khác nhau, xuất xứ khác nhau nhưng đi vào chân trông luôn na ná nhau. Trong khi đó, sneakers luôn có sự khác biệt rõ nét về màu sắc, kiểu dáng, chưa kể người dùng cũng dễ dàng chỉnh sửa, thêm thắt theo ý mình (thay dây, thay đế, thay đổi hoặc thêm màu sắc, họa tiết trang trí).

Dĩ nhiên, không thể bỏ qua một lý do quan trọng bậc nhất: Sự thoải mái. Cuộc cạnh tranh không mệt mỏi giữa các nhà sản xuất đã mang đến cho thị trường những sản phẩm ngày càng tối ưu về chất lượng: Nhẹ hơn, bền chắc hơn, tiện dụng hơn và chắc chắn là thoải mái hơn. Thậm chí, nhiều hãng đã làm ra những đôi sneakers trông không khác gì giày tây để mặc với đồ công sở, “trà trộn” vào những sự kiện quan trọng mà không bị ai phát hiện ra. Ngày càng nhiều hãng thời trang truyền thống cũng nhảy vào làm giày sneakers hoặc bắt tay cùng các thương hiệu lớn như Adidas, Nike, Puma, Reebok... để cho ra mắt những bộ sưu tập riêng, cho thấy sức hút của xu thế này là không gì cưỡng nổi.

Những người cá tính lại càng có nhiều lý do để mê một sneakers. Bởi họ được thỏa sức “đánh đu” cùng đủ loại màu sắc dưới chân mà không sợ bị “quê độ”. Đã qua rồi cái thời giày sneakers chủ yếu dùng gam trắng – đen hoặc pastel. Đây là thời điểm trăm hoa đua nở, từ xanh dương tới xanh lam, từ nồn chuối tới màu cam, vàng đỏ cũng chỉ là những sắc màu bình thường. Thậm chí cánh mày râu đi giày hồng cũng không bị chê là nữ tính, mà giày mỗi chân một màu cũng không gây ngạc nhiên cho bất kỳ ai. Hồi năm 2017, đôi giày Asics màu xám



Hầu hết người mê sneakers đều hết sức trung thành với một thương hiệu cố định, và thương hiệu nào càng có nhiều sản phẩm khác biệt sẽ càng dễ lôi kéo khách hàng vắng lai trở thành “người quen”, như Nike, Adidas, Onitsuka Tiger, Vans...

sợ hồng của Thủ tướng Canada Justin Trudeau cũng đã khơi lên một làn sóng tìm kiếm nhỏ trong giới trẻ Việt Nam khi ông diện nó chạy bộ trên đường phố Sài Gòn.

Nhiều người vẫn cho rằng, giày sneakers thường không có giá “trên trời” như giày tây hay cao gót. Không phải như vậy. Chi phí mà rapper Drake phải bỏ ra để sở hữu đôi sneakers đắt nhất cho đến thời điểm này chắc chắn khiến tất cả phải choáng váng: 2 triệu USD. Đó là phiên bản Air Jordan của Nike, hợp tác với OVO, phủ vàng 24 carat. Sneakers ở tầm giá vài ngàn đến cả trăm ngàn USD cũng không hiếm, tuy sản xuất với phiên bản giới hạn nhưng hết cũng rất nhanh, thường “hạ cánh” vào những bộ sưu tập trong giới nghệ sĩ hay triệu phú, tỉ phú nào đó.

Tuy vậy, có một điều chắc chắn là giá khởi điểm của sneakers thường rất dễ chịu. Chỉ cần khoảng từ 40 USD (gần 900.000 đồng) trở lên là đủ để mua một đôi giày hàng hiệu rồi, đến khoảng 100 USD (khoảng 2.300.000 đồng) thì có quá nhiều lựa chọn, đáp ứng được mọi nhu cầu sử dụng mà lại hợp mốt, thời trang. Đây cũng là một nguyên nhân cơ bản dẫn đến sự xuất hiện của ngày càng nhiều bộ sưu tập sneakers độc đáo. Hầu hết người mê sneakers đều hết sức trung thành với một thương hiệu cố định, và thương hiệu nào càng có nhiều sản phẩm khác biệt sẽ càng dễ lôi kéo khách hàng vắng lai trở thành “người quen”, như Nike, Adidas, Onitsuka Tiger, Vans...

Dĩ nhiên, các nhà mốt xa xỉ cũng không thể bỏ qua thị trường hết sức béo bở này và thường xuyên có sản phẩm góp mặt vào danh sách sneakers trong tầm giá vài trăm đến trên chục ngàn USD. Rất nhiều thương hiệu lớn đã coi sneakers là một dòng phụ kiện chính và đầu tư phát triển nghiêm túc. Những



dòng sneakers xa xỉ được ưa chuộng nhất trên thị trường gần đây phải kể đến Balenciaga Speed & Tripple S, Gucci Ace & Tennis 1977, Valentino Rockstud, Dolce & Gabbana Portofino, Church's Dalton & Ch873, Fendi Flow, Jil Sander Platform, Celine CT-02, Prada Cloudbust Air, Saint Laurent SL-24, Balmain Bold...

Cũng có một số nhà mốt xa xỉ lại chọn cách bắt tay với các thương hiệu nổi tiếng khác để ra những dòng sneakers phiên bản giới hạn, chủ yếu nhắm vào nhóm khách hàng có thú vui sưu tầm. Ví dụ như Off-White thường xuyên chọn Nike làm đối tác và năm vừa qua, đôi Dunk Low của bộ đôi này đã gây ra một cơn sốt thực sự. Trong khi đó, Stella McCartney thường xuyên “bắt cặp” cùng Adidas với dòng sản phẩm khá đa dạng, từ quần áo cho tới phụ kiện và dĩ nhiên, không thể thiếu các đôi sneakers vừa thể thao lại vừa thời trang. Còn hai nhà Valentino và Givenchy đều lựa chọn thương hiệu Nhật Bản Onitsuka Tiger để khoe “logo” trên những đôi Mexico 66 huyền thoại.

Viết sneaker hay sneakers đều không sai, bởi một được dùng trong tiếng Anh - Anh, một dùng trong tiếng Anh - Mỹ. Sneakers theo khái niệm ban đầu là loại giày đế mềm làm từ cao su hoặc vật liệu tổng hợp và phần trên làm bằng da hoặc vải bạt. Một nhân viên quảng cáo tên Henry Nelson McKinney đã lần đầu tiên sử dụng từ sneakers vào năm 1917. Có thể coi Converse là công ty đầu tiên có dòng sản phẩm sneakers trở thành biểu tượng: Converse All Star. Tiếp theo đến Adidas, Puma, Asics, Nike, Vans, Reebok... lần lượt xuất hiện. Năm 1950, tấm ảnh siêu sao Hollywood James Dean mặc quần Levi's đi đôi sneakers Jack Purcell của Converse đã thực sự biến nó thành hiện tượng thời trang, gây sốt trong giới thanh thiếu niên Mỹ, nhanh chóng lan sang châu Âu và Nhật Bản.



Theo các chuyên gia, với những người ít có điều kiện chơi thể thao, rèn luyện sức khỏe, thì việc đi bộ thụ động khoảng 6.000 - 10.000 bước mỗi ngày cũng là một cách cải thiện thể chất hữu hiệu, qua đó, giảm nguy cơ mắc bệnh tim, huyết áp cao, béo phì, trầm cảm. Mang giày sneakers thường xuyên sẽ giúp thực hiện “nhiệm vụ” này dễ dàng và thuận tiện hơn, chưa kể nó sẽ khiến người mang ý thức hơn về việc vận động mỗi khi... nhìn xuống chân. Cũng như một xu hướng bao trùm hơn là Athleisure, đi giày sneakers hiện tại đã không chỉ là thời trang, mà còn là một phong cách sống, với yếu tố sức khỏe, tiện dụng được đặt lên hàng đầu.

PATEK PHILIPPE

WORLD-TIMER CHRONOGRAPH

CẢ THẾ GIỚI TRÊN CỔ TAY

♥ NHƯ NGUYỆT

CÁCH ĐÂY ĐÚNG 5 NĂM, PATEK PHILIPPE, THƯƠNG HIỆU ĐỒNG HỒ XA XỈ NỔI TIẾNG HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI ĐÃ MANG ĐẾN SỰ PHẤN KHÍCH CHO CẢ THỊ TRƯỜNG KHI TUNG RA MẪU COMPLICATIONS REF. 5930G-010, KẾT HỢP HAI TÍNH NĂNG RẤT ĐƯỢC ƯA CHUỘNG LÀ WORLD-TIMER VÀ CHRONOGRAPH, LẤY CẢM HỨNG TỪ SẢN PHẨM "HÀNG ĐỘC" REF. 1415 HU CỦA NĂM 1940. VÀ GIỜ ĐÂY, PATEK PHILIPPE LẠI GIỚI THIỆU MẪU REF. 5930P-001 VỚI CÁC TÍNH NĂNG TƯƠNG TỰ, NHƯNG KHÁC BIỆT VỀ MÀU SẮC VÀ CHẤT LIỆU...



Mẫu 5930G-010 có bộ vỏ làm bằng vàng trắng và mặt số màu xanh nước biển, mặt và đáy phủ shapphire, một chiếc đồng hồ không thể tuyệt vời hơn cho người mê du lịch và yêu thích thể thao, vừa truyền thống lại vừa hiện đại. Còn "người em" 5930P-001 vừa ra mắt được khoác lớp áo ngoài làm từ platinum cùng mặt số xanh lá cây rực rỡ, gợi lên rất nhiều hình dung về những cánh rừng già bí ẩn, những thảo nguyên bát ngát. Đây chính là gam màu thời thượng, bắt kịp xu hướng được ưa chuộng nhất hiện nay là gần gũi thiên nhiên, bảo vệ môi trường.



Khi thay đổi múi giờ, một cơ chế đặc biệt cho phép hiệu chỉnh toàn bộ phần mặt số với kim giờ và kim phút di chuyển tương ứng, không gây ảnh hưởng đến độ chính xác của bộ máy, đến tính năng chronograph.



Thêm một lần nữa, Patek Philippe lại “ghi điểm” với cả giới chuyên môn và khách hàng, bằng một chi tiết trang trí kín đáo, lịch lãm, thể hiện sự tinh tế đến tuyệt vời của nhà sản xuất: một viên kim cương được khảm khéo léo vào bộ vỏ, ở ngay dưới góc 6 giờ, chính giữa hai càng móc dây, phải rất tinh ý mới có thể nhận ra. Kích thước của 5930P-001 hết sức “cơ bản”: 39,5 mm, dày 12,86mm, phù hợp với mọi cổ tay thông thường, kể cả phái đẹp, khi họ cần một chút phá cách, thể hiện sự khỏe khoắn, mạnh mẽ và khác biệt của mình.



Sự khác biệt của 5930G-010 và 5930P-001 còn ở chỗ, chúng không hề có kim giây. Điểm nhấn của mặt số chính là đĩa hiển thị 24 múi giờ cùng các thành phố tương ứng ở rìa ngoài cùng, tiếp theo là vòng báo giờ theo cơ chế ngày/đêm, và trong cùng là vòng đếm giây chronograph màu đen, khiến nó trông có vẻ “bận rộn” hơn hẳn. Tất cả những gì cần làm để kích hoạt tính năng world-timer là bấm nút ở góc 10 giờ. Mặt số phụ chronograph 30 phút nằm ở góc 6 giờ, hoạt động thông qua hai nút bấm ở góc 2 giờ và 4 giờ. Kim giờ và kim phút theo phong

cách Dauphine phủ dạ quang (hình quả trám) như nổi bật hơn trên mặt số trang trí bằng vân guilloché làm hoàn toàn thủ công cùng các cọc số bằng vàng trắng.

Chiếc đồng hồ này vẫn được trang bị bộ máy Calibre 28-520 HU, phát triển từ bộ máy truyền thống 28-520 kèm thêm hai tính năng hiển thị các múi giờ khác nhau và bấm giờ thể thao (chronograph). Nó có 343 chi tiết, 38 chân kính, đường kính 33mm, dày 7,97mm, trên cùng là rotor lên dây bằng vàng 21k, và người đeo có thể chiêm ngưỡng một phần hình dáng và cơ chế hoạt động từ mặt đáy. Khi thay đổi múi giờ, một cơ chế đặc biệt cho phép hiệu chỉnh toàn bộ phần mặt số với kim giờ và kim phút di chuyển tương ứng, không gây ảnh hưởng đến độ chính xác của bộ máy, đến tính năng chronograph. Thời gian trữ cốt dao động trong khoảng 50 – 55 giờ, chống nước tới độ sâu 30 mét.

5930P-001 sử dụng dây da cá sấu bóng cùng tông màu xanh lá cây với mặt số, chốt gập bằng vàng trắng đính biểu tượng của Patek Philippe – chữ thập Calatrava trứ danh. Biểu tượng này bắt nguồn từ câu chuyện về cuộc chiến của các kỵ sĩ Calatrava trong cuộc chiến với quân dị giáo vào thế kỷ 12, và hình chữ thập được vẽ theo hình 4 bông hoa bách hợp do Giáo hoàng ban tặng được cho là đã bảo vệ mà mang lại may mắn cho những người mang chúng.



Sự khác biệt của 5930G-010 và 5930P-001 còn ở chỗ, chúng không hề có kim giây.



Patek Philippe World-timer Chronograph Ref. 5930P-001 có giá xuất xưởng 100.540 USD (khoảng 2,3 tỷ đồng), được cho là “khá hời với người mua”, bởi từ kiểu dáng tới tính năng của nó đều được đánh giá là hoàn hảo. Đồng hồ có mặt tại các showroom của hãng trên toàn cầu từ đầu tháng 12/2021.

DU THUYỀN KHIẾN MỌI SIÊU XE PHẢI GHEN TI

NGỌC MINH

THÁNG 7/2021, LAMBORGHINI, NHÀ SẢN XUẤT SIÊU XE HÀNG ĐẦU NƯỚC Ý ĐÃ HÉ LỘ NHỮNG HÌNH ẢNH ĐẦU TIÊN VỀ DỰ ÁN GÂY ĐÌNH ĐÁM NHƯNG CŨNG VÔ CÙNG BÍ MẬT: DU THUYỀN CÁ NHÂN LAMBORGHINI 63, HỢP TÁC VỚI HÃNG ĐÓNG TÀU LỪNG DANH ITALIAN SEA GROUP. ĐẾN CUỐI MÙA THU, CHÚNG BẮT ĐẦU ĐƯỢC GIAO ĐẾN TAY NHỮNG KHÁCH HÀNG GIÀU CÓ, HẦU HẾT ĐỀU GIẤU TÊN, NGOẠI TRỪ VỐ SĨ QUYỀN ANH "SIÊU QUẬY" CONOR MCGREGOR.



Theo những thông tin được hé lộ trước đó, Lamborghini 63 (tên đầy đủ là Tecnomar for Lamborghini 63) được lấy cảm hứng từ mẫu xe Siàn FKP 37 phiên bản giới hạn, và công chúng có thể dễ dàng nhận ra điều này từ những nét tương đồng ở những điểm nhấn đầy góc cạnh trên phần ngoại thất, cũng như màu sơn vàng hết sức đặc biệt, kèm theo các chi tiết trang trí gợi nhớ đến quốc kỳ Italia.

Họa tiết hình lục giác đặc trưng của Lamborghini từng xuất hiện đầy kiêu hãnh trên các mẫu siêu xe, giờ đây được tái hiện không thể tinh tế hơn ở các ô cửa sổ trên thân tàu, hay trên cửa chính. "Nhưng chúng tôi không chỉ đơn giản là mang một chiếc xe hơi lên mặt nước", Mitja Borkert, Giám đốc bộ phận Thiết kế & Phong cách của Lamborghini chia sẻ. "Thật ngây thơ nếu lấy vóc dáng chiếc xe và đặt vào phần thân tàu. Nó phải thật khác biệt, sang trọng và độc đáo".

Còn Giám đốc mảng nghệ thuật của Italian Group thì hé lộ: "Thách thức lớn nhất có lẽ là duy trì độ thấp tổng thể như siêu xe, vì trên du thuyền, ai cũng cần những khoảng không gian nhất định để cảm thấy thoải mái nhất. Mọi thứ phải tinh tế, nhẹ nhõm trên một nền tảng vững vàng, chắc chắn và không bị rung lắc khi vận hành".

Hiến nhiên, con số 63 mang rất nhiều ý nghĩa đặc biệt. Đầu tiên, nó là hai số cuối trong năm thành lập hãng: 1963. Tiếp theo, nó là độ dài của chiếc du thuyền tính theo đơn vị feet – tương đương 20,42 mét. Cuối cùng, nó chỉ được sản xuất đúng 63 chiếc, và gần như tất cả đều đã có chủ.



Đây là chiếc du thuyền cá nhân đúng nghĩa nhất, thỏa mãn được cả đam mê tốc độ lẫn thú vui lênh đênh trên mặt nước vào những dịp cuối tuần.

tàu không chỉ bổ sung lực nâng mà còn giúp giảm bớt lực cản của nước. Bộ đèn chiếu sáng hình cánh cung là lời tôn vinh mẫu xe ý tưởng Terzo Millennio – một sản phẩm của tương lai, do Lamborghini và Học viện Khoa học kỹ thuật Massachusetts (Mỹ) hợp tác phát triển.

Được coi là người tiên phong trong việc khai phá dòng du thuyền cá nhân tốc độ cao (sẽ bùng nổ trong vài năm tới đây), Lamborghini 63 mang trên mình cặp động cơ diesel MAN V12, công suất 2.000 mã lực mỗi chiếc. Đây chắc chắn là chiếc du thuyền cá nhân chạy nhanh hơn bất kỳ đối thủ nào trong phân khúc. Tốc độ tối đa của nó là 60 hải lý/giờ (khoảng 111 km/giờ) và tốc độ bình quân đạt khoảng 40 hải lý/giờ (khoảng 74 km/giờ), một lần

Kết cấu phân thân tàu được làm từ sợi thủy tinh để tăng cường độ chắc chắn và bền bỉ, trong khi có, cấu trúc thượng tầng lại sử dụng sợi carbon để giảm trọng lượng tổng thể và giữ trọng tâm ở mức thấp. Thiết kế của nó đậm chất khí động học như Siàn FPK 37, với các đường rãnh nổi trên lớp vỏ làm lệch hướng dòng nước, giúp nâng thân tàu lên, cho cảm giác như nó đang bay trên mặt nước. Những phần lôm vào như bậc thang ở dưới đáy con

đổ đầy nguyên liệu đi được tổng cộng 389 km. Hiệu suất hoạt động còn được tối ưu hóa nhờ việc điều chỉnh các cánh lật, cho phép thay đổi hình dáng của con tàu.

Xưa nay, với du thuyền cỡ nhỏ, tốc độ cao luôn đồng nghĩa với những cú xóc nảy người. Nhưng Lamborghini 63 dường như đã vượt qua được thách thức này. Ngay cả trong điều kiện thời tiết bất lợi, nghĩa là có gió mạnh và sóng lớn, con tàu vẫn chạy với vận tốc gần đạt đỉnh mà không rung lắc quá nhiều, thậm chí nước còn không bắn tới kính chắn gió trên khoang lái.

Đây là chiếc du thuyền cá nhân đúng nghĩa nhất, thỏa mãn được cả đam mê tốc độ lẫn thú vui lênh đênh trên mặt nước vào những dịp cuối tuần. Hai chiếc ghế lái bọc da được dựng theo nguyên mẫu trên siêu xe Huracan Evo với dây toàn kiểu xe đua Sparco, hệ thống lái dựa theo vô-lăng của siêu xe Aventador, thậm chí, cách bố trí bảng điều khiển và nắp đậy kiểu hàng không trên nút start/stop cũng giống hệt trên xe hơi. Đằng sau ghế lái là quầy bar, TV và bảng điều khiển phụ. Phòng ngủ chính nằm ở khoang dưới, cạnh cabin cho khách, cả hai đều có đồ nội thất bọc da xám, trang trí bằng những đường carbon kiểu thể thao như trên khoang lái của siêu xe Siàn FPK 37.

Giá xuất xưởng của Lamborghini 63 cũng ngang bằng Siàn FPK 37, là 3 triệu euro (tương đương 3,55 triệu USD, khoảng 80,65 tỷ đồng). Tất cả đều được đánh số thứ tự từ 1 – 63, ưu tiên chào bán cho nhóm khách hàng quen thuộc của Lamborghini. Cho đến giờ, con số chính xác về số du thuyền đã đặt mua không được hãng xe hơi chính thức công bố, nhưng Italian Sea Group thì khẳng định, họ đã nhận đủ đơn giao Lamborghini cho cả năm 2022. Tức là, nếu còn lưỡng lự, cơ hội sở hữu chiếc du thuyền đặc biệt này sẽ trôi qua rất nhanh chóng...



Bentley Continental GT Speed 2022

Trẻ trung và quý phái

LÔI PHONG

CUỐI THÁNG 9/2021, BENTLEY, THƯƠNG HIỆU XE HƠI SIÊU SANG ANH QUỐC ĐÃ CHÍNH THỨC RA MẮT MẪU CONTINENTAL GT SPEED 2022, Ở MỘT ĐỊA ĐIỂM VÔ CÙNG ĐẶC BIỆT: CĂN CỨ KHÔNG QUÂN COMISO TRÊN ĐẢO SICILY, ITALIA, NƠI CÓ ĐỦ KHÔNG GIAN ĐỂ TRẢI NGHIỆM VÀ LÁI THỬ MỘT TRONG NHỮNG CHIẾC XE COUPE GRAND TOURER TỐT NHẤT TỪNG ĐƯỢC SẢN XUẤT...

Dòng xe Continental GT được phát triển từ Concept Java – một phiên bản ý tưởng do công ty mẹ của Bentley khi đó là Rolls-Royce trình làng vào năm 1994, nhiều nhất là ở phần kiểu dáng và bảng. Nhưng cũng phải đến năm 2003, sau khi đã được hãng xe Đức Volkswagen AG mua lại, Bentley mới trình làng chiếc Continental GT đầu tiên và sau đó, đi vào sản xuất hàng loạt, do mức độ được ưa chuộng trên toàn cầu là không thể tưởng tượng nổi.

Mẫu xe mới nhất này thuộc thế hệ Continental GT thứ ba, đã có nhiều thay đổi lớn so với nguyên mẫu W12 xuất xưởng năm 2018, đáng chú ý hơn cả vẫn là công suất, tốc độ và tiện nghi vượt trội, đến nỗi, nhiều chuyên gia sau vài vòng lái thử đã tuyên bố, đây chính là chiếc Bentley họ khát khao sở hữu nhất trên đời.



Phần quan trọng nhất để mẫu xe này được gắn thêm logo Speed nằm bên dưới ca-pô, với động cơ trứ danh W12 tăng áp kép 6.0 đã được đẩy công suất lên mức 650 mã lực so với 626 mã lực trên bản tiêu chuẩn.

Xe được trang bị ống xả kép kích thước lớn hình oval đậm chất thể thao cùng kiểu dáng với đèn hậu LED đã trở thành đặc trưng của Bentley, phần cản sau mạ chrome. Nhắm cả đến nhóm đối tượng là những người trẻ tuổi thành đạt, mẫu xe này có nhiều màu rực rỡ để lựa chọn, như vàng tươi, xanh lá cây, đỏ, cam, bên cạnh màu bạc và màu nòng sừng lạnh lùng, đầy bí ẩn.

Dễ dàng nhận ra những thay đổi đầu tiên nằm ở phần ngoại thất: những đường nét cơ bắp, gân guốc nay được trau chuốt hơn, để vóc dáng chiếc xe trở nên thanh thoát, dẻo dai mà vẫn không mất đi vẻ sang trọng vốn có. Một số chi tiết độc đáo như lưới tản nhiệt tông màu tối kết hợp bộ lọc bụi carbon, logo Speed nằm kín đáo nhưng đầy kiêu hãnh trên phần chắn bùn trước, nắp bình xăng ánh bạc như muốn nhắc nhở với thiên hạ, đây không phải một chiếc Continental GT bình thường.

Phần quan trọng nhất để mẫu xe này được gắn thêm logo Speed nằm bên dưới ca-pô, với động cơ trứ danh W12 tăng áp kép 6.0 đã được đẩy công suất lên mức 650 mã lực so với 626 mã lực trên bản tiêu chuẩn. Kết hợp hộp số ly hợp kép 8 cấp và bộ la-zăng đa chấu độc quyền 22 inch, Continental GT Speed có khả năng tăng tốc từ 0 – 96 km/h chỉ trong 3,5 giây và tốc độ tối đa đạt mức 335 km/h.



Đại diện Bentley cho biết, hệ thống dẫn động bốn bánh toàn thời gian trên mẫu xe này đã được cấu trúc lại để tăng độ an toàn khi người lái vượt giới hạn tốc độ, hệ thống bánh lái thừa hưởng từ “đàn anh” Flying Spur với độ khóa tối đa 4.1 để tăng độ cơ động khi xử lý ở tốc độ thấp, tăng độ ổn định ở tốc độ cao, kèm bộ vi sai chống trượt điện tử ở bánh sau. Ngoài ra còn có hệ thống treo chủ

động ba khoang dùng khí nén giúp xe chạy êm ái hơn trên những con đường không bằng phẳng, và hệ thống chống vặn xoắn chủ động 48V – giúp xe vào cua mượt mà hơn.

Và kết quả là gì? Đây là mẫu Continental GT đầu tiên có khả năng vẩy đuôi, hay nói khác đi, có thể “drift” như trong loạt phim The Fast And The Furious đầy phấn khích, nếu ngồi trước vô-lăng là một người thành thạo kỹ thuật này. Chiếc xe cũng sở hữu hệ thống phanh carbon gốm với đĩa phanh carbon-silicon, với 10 pít-tông trước và 4 pít-tông sau, giúp xe dừng lại nhanh hơn, êm ái hơn, tạo ra ít bụi phanh hơn và còn giảm phần nào trọng lượng của xe.

Trong khoang nội thất, Bentley vẫn sử dụng da cao cấp pha trộn với Altancara (một loại vải nhân tạo chế từ các vi sợi, mềm, mịn hơn da lộn và cũng bền chắc hơn rất nhiều), khâu họa tiết kim cương, các bề mặt cứng phủ carbon và trang trí bằng aluminium. Hãng cũng cho phép người dùng tùy biến theo nhu cầu với hơn 15 màu da chính,



Chiếc coupe cỡ lớn này thực sự mang lại sự thoải mái và thích thú cho người lái, nhất là khi đặt chế độ Comfort. Hộp số vận hành trơn tru, số chuyển mượt mà và chính xác, ngay cả ở chế độ manual, và cảm giác lái thì vô cùng chân thật. Bentley đã kiêu hãnh gọi Continental GT Speed là chiếc xe năng động nhất trong lịch sử 101 năm của hãng và điều này không sai chút nào với phiên bản mới này...

11 màu da phụ. Tựa đầu thêu logo Speed, vô-lăng ba chấu bọc Altancara có sưỡi, bàn đạp thể thao là những yếu tố riêng có của mẫu xe này, trong khi màn hình giải trí cỡ lớn, tương thích với ứng dụng Apple CarPlay cho người dùng iPhone, hệ thống âm thanh do nhà sản xuất thiết bị hi-end lừng danh Naim (Anh quốc) trang bị là những yếu tố đã trở nên quen thuộc trên bất kỳ dòng xe Bentley nào.

Ngoài những tính năng an toàn thường thấy trên xe hơi hạng siêu sang, Continental GT Speed còn có thêm các tính năng khác như hỗ trợ làn đường chủ động, kiểm soát hành trình thích ứng, tầm nhìn ban đêm hay màn hình hiển thị head-up.

Giá xuất xưởng của Continental GT Speed 2022 bản coupe là 280.225 USD (khoảng 6,4 tỷ đồng) và bản convertible (mui trần) là 307.725 USD (khoảng 7 tỷ đồng), có chênh lệch tùy theo từng khu vực. Mức giá này tuy đắt nhưng rõ ràng là “xất ra miếng”, hoàn toàn xứng đáng với đẳng cấp và danh tiếng của nhà sản xuất cũng như những giá trị mà chiếc xe mang lại. Continental GT Speed 2022 đến tay khách hàng trên toàn cầu từ cuối năm 2021.



Để mỗi khối nhà đáp ứng đúng chức năng, hệ mái được thiết kế dạng cong trông giống như những chiếc lá. Sự phối hợp nhịp nhàng giữa mái nhà kiểu lồi và lõm tạo nên những khoảng không gian rộng rãi, đón nhiều ánh nắng đến các căn phòng riêng tư.

Sự phối hợp nhịp nhàng giữa mái nhà kiểu lồi và lõm tạo nên những khoảng không gian rộng rãi, đón nhiều ánh nắng đến các căn phòng riêng tư.



Biệt thự 4 lá "THIÊN NHIÊN" *"trú ẩn" giữa thiên nhiên*

♥ THANH HÀ (TỔNG HỢP)

NẪM TRONG MỘT KHU RỪNG XANH MÁT TẠI KARUIZAWA, TỈNH NAGANO, NHẬT BẢN, THE FOUR LEAVES VILLA (BIỆT THỰ 4 LÁ) ĐƯỢC THIẾT KẾ BỞI CÔNG TY KIẾN TRÚC KIAS NHẪM TẠO RA NƠI NGHỈ DƯỠNG "TRÚ ẨN" GIỮA THIÊN NHIÊN CHO GIA CHỦ.

Khi tiến hành lên ý tưởng thiết kế Four Leaves, các kiến trúc sư của Kias, một công ty kiến trúc có trụ sở tại Tokyo, đã giữ lại các cây xanh đang có trên mảnh đất, cố gắng tạo nên sự giao hòa giữa kiến trúc và thiên nhiên nơi đây. Vì vậy, họ đã sáng tạo biệt thự gồm 3 khối nhà ghép lại với nhau và đặt vào giữa những cây xanh.

Vị trí của từng khối được tính toán tỉ mỉ để nhận lượng ánh sáng phù hợp. Phòng khách và phòng ăn hướng về phía Đông Nam, trở thành khu vực tràn ngập ánh mặt trời vào mỗi buổi sớm, trong khi đó, phòng ngủ master và nhà tắm được xây ở hướng Tây, quay mặt về phía khu rừng tĩnh lặng, mang đến không gian riêng tư cho chủ sở hữu.



Thông tin dự án:

Dự án: Four Leaves Villa

Địa điểm: Karuizawa, Nagano, Nhật Bản

Kiến trúc sư: Kias (Kentaro Ishida Architects Studio)

Tổng diện tích: 1.127 m2

Diện tích sàn: 225 m2

Năm hoàn thành: 2018

Ảnh: Norihito Yamauchi/ Archdaily

Mái nhà, điểm nhấn đặc biệt nhất của biệt thự, được thiết kế dưới dạng cong như những chiếc lá xoắn. Mỗi mái nhà được thiết kế riêng biệt, các thanh gỗ dán veneer thẳng được sắp xếp liên tục để tạo thành 4 chiếc lá. Một loạt các thanh gỗ được phơi trên trần làm nổi bật sự năng động của từng không gian sống.

Thêm vào đó, tường bên ngoài cũng được ốp gỗ khiến biệt thự như hòa lẫn vào khu rừng và thiên nhiên xung quanh. Các cửa kính được lắp đặt để người ở bên trong dễ dàng ngắm nhìn toàn bộ khung cảnh thanh bình của khu rừng bên ngoài.

Phong cách kiến trúc tối giản của người Nhật được áp dụng khá triệt để. Trừ mái nhà cách điệu, công trình tiết chế tối đa các đường nét trang trí cầu kỳ hay những món đồ không thực sự cần thiết. Vật liệu xây dựng cũng như nội thất sử dụng những chất liệu tự nhiên như: gỗ, đá, da, tre... giúp biệt thự gần gũi với thiên nhiên.

Diện mạo của biệt thự kết hợp hài hòa với môi trường tự nhiên và được tích hợp hoàn hảo với cảnh quan địa phương. Nhìn từ trên cao, biệt thự trông như được ghép từ 4 chiếc lá có kích thước khác nhau. Đó cũng là lý do công trình được đặt tên là Four Leaves.



W ^{RA MẮT} WEBSITE MỚI

SASCOBUSINESSLOUNGE.COM



Ưu đãi
HẤP DẪN



Mua vé
ĐẸ DÀNG



Thanh toán
AN TOÀN



Scan **QR CODE**
nhận **ƯU ĐÃI**



ĐẠI LỘ SỐ MỞ LỐI THÀNH CÔNG

Bộ giải pháp số dành riêng cho khách hàng doanh nghiệp SME

- Ngân hàng số VCB DigiBiz
- Thẻ doanh nghiệp Vietcombank Visa Business

Tải ứng dụng VCB DigiBiz tại

