

Người DẪN ĐẦU

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

Số 3/2022

KỶ NGUYÊN Ô TÔ ĐIỆN



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 3 - 2022

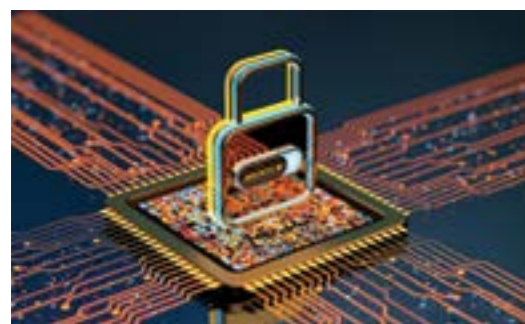


Tiêu điểm

- 10 Động lực nào cho tăng trưởng cuối năm?
- 14 Nhận diện khó khăn, vượt qua thách thức

Ngân hàng - Tài chính

- 18 Bảo mật ngân hàng số: Khi AI và dữ liệu lên ngôi
- 22 Vietcombank chuyển đổi số, thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt
- 26 Michael Bloomberg: Tỷ phú đi lên từ hai bàn tay trắng



KỶ NGUYÊN Ô TÔ ĐIỆN

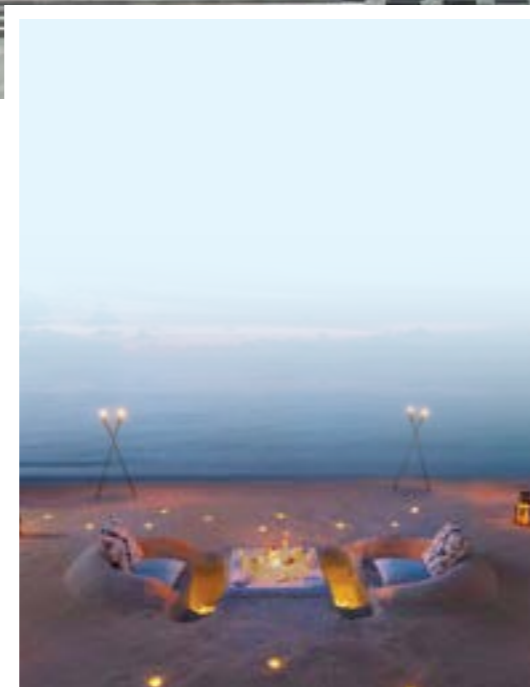
- 32 Chọn tương lai từ hiện tại
- 36 Lược sử xe điện
- 40 Mate Rimac - Tuổi trẻ tài cao
- 44 Cuộc chạy đua tới hời nước rút
- 50 Đắt nhất & Nhanh nhất
- 54 Trên ngưỡng cửa đổi thay





Văn hóa

- 64 Sống chậm giữa lòng châu Âu
- 68 Muôn màu "Xứ Nẫu"
- 72 Resort Waldorf Astoria Maldives Ithaafushi - Thiên đường nghỉ dưỡng
- 76 BST Dior Chez Moi Thu Đông 2022 - Thư thái & Sang trọng
- 82 Bất biến cùng thời gian
- 86 Tom Ford - Sự phá cách đến ngạo mạn của một quý ông



Công nghệ

- 90 Công nghệ dẫn lối âm nhạc bay cao

Không gian đẹp

- 94 Millennium Dome - "Con sứa" khổng lồ trên bán đảo Greenwich



Thư Ban Biên tập

Kính chào Quý độc giả!

Chúng ta đang đứng trên ngưỡng cửa của một cuộc thay đổi lớn. Trong vòng vài thập niên tới, nhiều quốc gia trên toàn cầu – bao gồm cả Việt Nam – sẽ chính thức cấm hẳn các loại phương tiện giao thông sử dụng động cơ đốt trong, để chuyển sang động cơ điện. Lý do rất rõ ràng, phần do nguồn nguyên liệu hóa thạch đang nhanh chóng cạn kiệt, phần để chung tay bảo vệ môi trường, vốn đã bị hủy hoại rất nặng nề trong hơn hai trăm năm trở lại đây.

Xe hơi chạy điện, hay nói ngắn gọn là xe điện, đã không còn là xu hướng của tương lai, mà là hiện thực trước mắt. Tất cả các hãng xe hơi lớn nhỏ đều đã và đang trong quá trình chuyển đổi để có thể nhanh chóng giới thiệu những mẫu xe điện tiện nghi hơn, thông minh hơn và có giá hợp lý hơn tới tay khách hàng. Cuộc cạnh tranh hẳn là vô cùng gay gắt, với Tesla vẫn đang dẫn đầu trên đường đua, nhưng các đối thủ đã ngày càng tới gần và chỉ vài năm nữa thôi, chúng ta sẽ được chứng kiến những cuộc soán ngôi ngoạn mục, mà những cái tên được cho là có thể qua mặt Tesla sẽ là Volkswagen và Geely.

Cũng trong Đặc san Người Dẫn Đầu số 3/2022, chúng tôi mời Quý độc giả gặp gỡ Mate Rimac, một trong những người góp phần định hình thế giới xe điện, sở hữu một công ty đã hậu thuẫn cho rất nhiều thương hiệu lớn vượt qua khó khăn trong quá trình chuyển đổi. Trên tinh thần đó, Quý độc giả sẽ cùng tìm hiểu về việc các hãng siêu xe đã phải vất vả thế nào để thích ứng với một thị trường không còn động cơ đốt trong, chiêm ngưỡng những chiếc siêu xe điện nhanh nhất và đắt giá nhất ở thời điểm hiện tại.

Trong chuyên mục Văn hóa, xin Quý độc giả dành chút thời gian để cùng sống chậm qua những hành trình lý thú ghé thăm "xứ Nẫu" Phú Yên và Bruges, vùng đất yên bình với chocolate tuyệt ngon và những chai bia hảo hạng ở Vương quốc Bỉ, ngắm BST Thu Đông Chez Moi đầy năng lượng của nhà Dior.

Kính thưa Quý độc giả, ngành ngân hàng cũng đang đứng trước thêm của một kỷ nguyên mới, khi trí tuệ nhân tạo đang ngày càng được sử dụng nhiều hơn, sâu hơn, nhất là trong lĩnh vực an toàn và bảo mật, chống lại các gian lận trong giao dịch thanh toán. Trong bối cảnh nhiều quốc gia vất vả chống lại lạm phát tăng cao, Việt Nam lại một mình "ngược gió" khi hầu hết các ngân hàng có tăng trưởng tốt về lợi nhuận trong 6 tháng đầu năm, đồng thời, hỗ trợ Ngân hàng Nhà nước kiểm soát lạm phát ở mức dưới 4%. Đây vẫn là nhiệm vụ chính của cả nền kinh tế trong thời gian còn lại của năm, song song với việc thúc đẩy tăng trưởng đạt mức 6 – 6,5% cho cả năm 2022.

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



Ban Biên tập



Fed có thể tiếp tục tăng lãi suất nhưng với tốc độ chậm hơn

Theo biên bản cuộc họp tháng Bảy được công bố ngày 17/8, các quan chức Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (Fed) vẫn cam kết tiếp tục tăng lãi suất nhằm kiểm soát lạm phát, nhưng nhất trí rằng tốc độ tăng chậm lại sẽ là phù hợp.

Fed đã tăng lãi suất 4 lần trong năm nay trong nỗ lực làm giảm nhu cầu để hạ nhiệt giá cả đã tăng với tốc độ nhanh nhất trong hơn 40 năm. Việc phải hành động quyết liệt trở nên cấp bách hơn khi lạm phát tại Mỹ tăng lên mức 9,1% trong tháng Sáu.

Theo biên bản cuộc họp, các quan chức Fed cho rằng, cần có thời gian để đưa lạm phát từ mức quá cao về gần mức mục tiêu 2%. Cơ quan này đang đi trên một con đường hẹp và tránh không để nền kinh tế lớn nhất thế giới rơi vào suy thoái. Nhiều quan chức tại cuộc họp cảnh báo rủi ro Fed có thể đi quá xa.

Sau khi giảm xuống mức 0% khi đại dịch COVID-19 bùng phát, lãi suất hiện ở mức 2,25-2,5%.

Triển vọng lạm phát của Eurozone không được cải thiện dù ECB tăng lãi suất



Bà Isabel Schnabel, thành viên Hội đồng quản trị Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB) cho biết, triển vọng lạm phát của Khu vực đồng tiền chung châu Âu (Eurozone) đã không được cải thiện kể từ khi ngân hàng này tăng lãi suất vào tháng Bảy vừa qua.

ECB đã gây bất ngờ cho các nhà đầu tư khi tăng lãi suất 0,5 điểm phần trăm vào tháng trước do lo ngại rằng lạm phát, hiện đang tiến gần đến mức hai con số, có nguy cơ tăng cao. Tuy nhiên, động thái đó không đủ để thay đổi triển vọng lạm phát và thậm chí là suy thoái kinh tế, cũng như không đủ mạnh để chế ngự áp lực giá cả.

Bà Schnabel nói: "Vào tháng 7/2022, ECB đã quyết định tăng lãi suất thêm 0,5 điểm phần trăm vì chúng tôi lo ngại về triển vọng lạm phát. Song những lo ngại mà chúng tôi đã mang trong tháng Bảy này vẫn chưa hề giảm bớt. Tôi không nghĩ rằng triển vọng lạm phát của Eurozone đã thay đổi về cơ bản".

Việc tăng lãi suất vào tháng 9 được coi là một thỏa thuận đã thực hiện với các nhà hoạch định chính sách thuộc liên minh tiền tệ này. Những bình luận của bà Schnabel cho thấy bà dường như đang ủng hộ một mức tăng lãi suất lớn hơn.

Nhật Bản: Lạm phát tăng khiến Thống đốc BoJ khó bảo vệ lập trường

Lạm phát của Nhật Bản có thể sẽ tăng thêm một bậc, vượt quá mức mục tiêu của Ngân hàng Trung ương Nhật Bản (BoJ) trong tháng 7/2022.

Các nhà kinh tế ước tính, giá tiêu dùng không bao gồm thực phẩm tươi sống, thước đo lạm phát chính của BoJ, đạt 2,4% trong tháng 7/2022, cao hơn so với mức lạm phát 2,2% trong tháng trước đó và là tốc độ nhanh nhất kể từ năm 2008 không kể các năm tăng thuế.

Lạm phát có thể ngày càng tăng trong những tháng tới, điều này sẽ làm lung lay lập trường của Thống đốc BoJ Haruhiko Kuroda khi nhiệm kỳ của ông sắp kết thúc vào mùa Xuân năm sau. Hầu hết các ngân hàng trung ương lớn trên thế giới đang chạy đua để tăng lãi suất nhằm kiềm chế giá tăng, đã từ bỏ quan điểm lạm phát tăng là nhất thời.

Tuy nhiên, ông Kuroda tiếp tục tranh luận rằng lạm phát hiện tại phần lớn là do giá hàng hóa tạm thời tăng và không kèm theo mức tăng lương cần thiết cho một chu kỳ tăng trưởng tích cực.



Các ngân hàng châu Âu hỗ trợ nhà đầu tư nước ngoài bán trái phiếu của Nga

Ngày 17/8, tờ Financial Times cho biết, các ngân hàng châu Âu bao gồm UBS, Deutsche Bank và Barclays vẫn tiếp tục giao dịch trái phiếu Nga.

Bài viết cho rằng, biện pháp này chủ yếu nhằm giúp nhà đầu tư nước ngoài bán các tài sản liên quan đến Nga. Nhân viên của một trong số 3 ngân hàng trên nói điều này chủ yếu để cho những khách hàng vẫn muốn bán trái phiếu của Nga, nhưng với khối lượng không quá lớn.

Theo Financial Times, trước khi Nga bắt đầu chiến dịch quân sự đặc biệt tại Ukraine, gần 40 tỷ USD trái phiếu chính phủ Nga vẫn chưa được thanh toán và khoảng một nửa trong số này thuộc về các nhà đầu tư nước ngoài.

Trước đó, ngày 22/7, Reuters đưa tin, Bộ Tài chính Mỹ đã có những giải thích rõ ràng rằng các ngân hàng có thể hỗ trợ giao dịch nếu điều đó giúp các chủ sở hữu Mỹ bán tài sản.

Sau đó, một số ngân hàng Mỹ như JPMorgan Chase, Bank of America, Citigroup đã nối lại hoạt động giao dịch trái phiếu chính phủ và tập đoàn của Nga.

Ngân hàng trung ương Indonesia ra mắt tiền giấy thiết kế mới

Ngân hàng trung ương Indonesia và Bộ Tài chính nước này đã chính thức tung ra thị trường 7 loại tiền giấy Rupiah (Rp) với thiết kế mới nhân dịp 77 năm Quốc khánh Indonesia. Các loại tiền giấy phát hành mới gồm 100.000 Rp, 50.000 Rp, 20.000 Rp, 10.000 Rp, 5.000 Rp, 2.000 Rp và 1.000 Rp. Những loại tiền giấy phiên bản trước đó sẽ vẫn có giá trị thanh toán.

Trưởng phòng Truyền thông BI Erwin Haryono cho biết, tờ tiền phát hành năm 2022 vẫn giữ hình ảnh chính của các anh hùng dân tộc cũng như các chủ đề văn hóa Indonesia, như hình ảnh các điệu múa, phong cảnh thiên nhiên và hệ thực vật in trên tờ tiền phát hành năm 2016. Điểm mới trong các tờ tiền in năm 2022 là thiết kế màu sắc sắc nét hơn, yếu tố bảo mật đáng tin cậy hơn.



Lạm phát tại Canada hạ nhiệt



Cơ quan Thống kê Canada cho biết, Chỉ số giá tiêu dùng (CPI) trong tháng 7/2022 đã tăng 7,6% so với một năm trước đó. Con số này thấp hơn mức tăng 8,1% trong tháng 6/2022, mức lạm phát cao nhất trong gần 40 năm.

Giá xăng, mặc dù vẫn cao hơn nhiều so với năm ngoài, nhưng đã giảm 9,2% trong tháng Bảy (so với tháng Sáu), nhân tố đóng góp lớn nhất vào việc giảm lạm phát toàn phần. Tuy nhiên, các con số thống kê khác lại ít khả quan hơn, chẳng hạn như hàng tạp hóa tăng với tốc độ hằng năm là 9,9% trong tháng Bảy, với mức 9,4% trong tháng Sáu.

Theo Leslie Preston, Giám đốc điều hành tại TD Economics, lạm phát toàn phần đang đi đúng hướng khi giá năng lượng giảm xuống. Nhưng lạm phát cơ bản không hạ nhiệt nhiều. Và đây là một lời nhắc nhở rằng Ngân hàng trung ương Canada cần tiếp tục tăng lãi suất để kiềm chế áp lực lạm phát.



Việt Nam sẽ lần đầu tiên sản xuất Apple Watch và MacBook

Theo Nikkei Asia, các nhà cung cấp của Apple là Luxshare Precision Industry và Foxconn đã bắt đầu sản xuất thử nghiệm Apple Watch ở miền Bắc Việt Nam với mục đích lần đầu tiên sản xuất thiết bị này bên ngoài Trung Quốc.

Theo các chuyên gia trong ngành, việc sản xuất Apple Watch sẽ là một thắng lợi cho Việt Nam khi đang nỗ lực nâng cao hơn nữa lĩnh vực sản xuất công nghệ. Apple cũng đã tiếp tục chuyển hoạt động sản xuất iPad sang Việt Nam sau khi các lệnh phong tỏa để phòng chống dịch COVID-19 ở Thượng Hải (Trung Quốc) gây ra sự gián đoạn lớn trong chuỗi cung ứng. Với MacBook, hai nguồn tin cho biết, Apple đã yêu cầu các nhà cung cấp thiết lập dây chuyền sản xuất thử nghiệm tại Việt Nam.

Một nguồn tin khẳng định: "AirPods, Apple Watch, HomePod và hơn thế nữa... Apple có những kế hoạch lớn tại Việt Nam, ngoài việc sản xuất iPhone".

Nợ công của Việt Nam đang giảm mạnh



Theo bản tin nợ công số 14 vừa được Bộ Tài chính công bố, nợ công của Việt Nam giai đoạn 2017-2021 đang giảm mạnh từ mức 61.4% GDP xuống còn 43.1% GDP. Cùng với đó, nợ Chính phủ, nợ Chính phủ bảo lãnh và nợ chính quyền địa phương cũng giảm dần.

Cụ thể, mức nợ công năm 2017 tương đương 61.4% GDP, năm 2018 là 58.3% GDP, năm 2019 còn 55%, năm 2020 là 55.9% và đến năm 2021 tương đương 43.1% GDP.

Nợ Chính phủ cũng giảm từ tỷ lệ 51.7% GDP ở năm 2017 đến năm 2021 còn 39.1% GDP. Nợ Chính phủ bảo lãnh từ 9.1% GDP ở năm 2017 đến năm 2021 là 3.8% GDP. Nợ chính quyền địa phương năm 2021 vào khoảng 0.6% GDP trong khi năm 2017 bằng 1.1% GDP.

Nợ nước ngoài của quốc gia tính đến hết năm 2021 giảm còn 38.4% GDP so với năm 2017 là 49% GDP.

Tính đến năm 2021, nghĩa vụ trả nợ nước ngoài của quốc gia tính trên tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2021 là 6.2 %, nghĩa vụ trả nợ của Chính phủ so với thu ngân sách nhà nước vào khoảng 21.8%.

Các chỉ tiêu về nợ công và nợ nước ngoài của quốc gia năm 2021 được tính trên cơ sở GDP năm 2021 do Bộ Kế hoạch và Đầu tư công bố.

Ngân hàng tăng cho vay hỗ trợ lãi suất 2%

Trước tình trạng nhiều doanh nghiệp vẫn chưa tiếp cận dòng vốn ưu đãi, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) chi nhánh TP. Hồ Chí Minh vừa có văn bản gửi các Tổng giám đốc ngân hàng thương mại (NHTM) trên địa bàn về việc tăng cường cho vay hỗ trợ lãi suất 2% đối với doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh từ nguồn vốn ngân sách.

Theo đó, các NHTM thống kê dư nợ cho vay thuộc các nhóm ngành, lĩnh vực được hỗ trợ và rà soát khách hàng thuộc diện hỗ trợ đã giải ngân, chấp thuận cho vay từ ngày 1/1/2022 đến nay. Trường hợp khách hàng đủ điều kiện theo quy định, ngân hàng thực hiện thông báo và hỗ trợ khách hàng làm thủ tục theo quy định.

NHNN chi nhánh TP. Hồ Chí Minh cũng lưu ý các NHTM phải kiểm tra, giám sát việc sử dụng vốn vay theo đúng mục đích sử dụng vốn vay được hỗ trợ lãi suất. Qua đó, theo dõi, lưu trữ hồ sơ, hạch toán, thống kê các khoản vay được hỗ trợ lãi suất theo quy định hiện hành.

Ngoài ra, các NHTM cho vay hỗ trợ lãi suất phải thực hiện chế độ báo cáo nghiêm túc, minh bạch về NHNN chi nhánh TP. Hồ Chí Minh, từ đó có những tháo gỡ vướng mắc khó khăn nếu có.



Vietcombank nhận 4 giải thưởng của Tổ chức thẻ quốc tế JCB

Ngày 5/8/2022, tại Hội nghị thường niên của JCB Việt Nam 2022, Tổ chức thẻ quốc tế JCB đã vinh danh Vietcombank tại 4 hạng mục giải thưởng quan trọng, gồm:

- Ngân hàng dẫn đầu về doanh số sử dụng thẻ tín dụng năm 2021 (Leading Licensee in credit card retail spending volume 2021),
- Ngân hàng dẫn đầu về doanh số thanh toán thẻ năm 2021 (Leading Licensee in Merchant Sales 2021),
- Ngân hàng dẫn đầu về sản phẩm và giải pháp mới năm 2021 (Leading Licensee in New products and solution 2021),
- Ngân hàng dẫn đầu doanh số thanh toán ECOM (Leading Licensee in EC merchant sales 2021).

Chương trình được triển khai từ ngày 15/3/2022 đến hết ngày 31/3/2023 hoặc tới khi hết quy mô 49.000 tỷ đồng.

Vietcombank - Ngân hàng duy nhất 10 lần liên tục được vinh danh Top 50 công ty niêm yết tốt nhất Việt Nam

Ngày 4/8/2022, tại TP. Hồ Chí Minh đã diễn ra Diễn đàn kinh doanh năm 2022 do Tạp chí Forbes Việt Nam tổ chức. Trong khuôn khổ Diễn đàn, Lễ vinh danh 50 Công ty niêm yết tốt nhất Việt Nam đã được Ban tổ chức tiến hành rất trang trọng.

Diễn đàn và lễ vinh danh được đánh giá là sự kiện có uy tín với sự tham gia của nhiều doanh nghiệp lớn và các chuyên gia kinh tế hàng đầu Việt Nam. Vietcombank tiếp tục nằm trong Top 50 các công ty niêm yết tốt nhất Việt Nam năm 2022. 10 lần liên tục xuất hiện trong danh sách này của Forbes Việt Nam, Vietcombank thể hiện được uy tín và vị trí cạnh tranh trong ngành.

Theo đánh giá của Forbes Việt Nam, Vietcombank là định chế tài chính nổi tiếng, hoạt động hiệu quả, ổn định, chất lượng tài sản vượt trội và có thu nhập từ dịch vụ đa dạng bậc nhất trong hệ thống ngân hàng Việt Nam. Bên cạnh đó, Vietcombank cũng luôn có mặt trong danh sách Global 2000 của Forbes.



Vietcombank lần thứ 7 liên tiếp đứng đầu bảng xếp hạng Top 10 Ngân hàng thương mại uy tín



Vừa qua, Công ty cổ phần Báo cáo Đánh giá Việt Nam (Vietnam Report) phối hợp cùng Báo VietNamNet tổ chức Lễ công bố Top 50 Công ty Đại chúng uy tín và hiệu quả: Top 10 Công ty uy tín ngành Ngân hàng - Bảo hiểm - Công nghệ năm 2022. Vietcombank tiếp tục dẫn đầu bảng xếp hạng Top 10 Ngân hàng thương mại uy tín năm 2022 và thuộc Top 10 Công ty đại chúng uy tín, hiệu quả.

Năm 2022 cũng là năm thứ 7 liên tiếp Vietcombank vinh dự dẫn đầu bảng xếp hạng Top 10 Ngân hàng thương mại uy tín. Đây là kết quả dựa trên nghiên cứu và đánh giá độc lập của Vietnam Report nhằm vinh danh những đại diện ngân hàng hoạt động hiệu quả, giàu kinh nghiệm, có vị thế trong ngành, có đóng góp tích cực cho sự phát triển chung của toàn ngành, không ngừng nỗ lực vươn lên và để lại dấu ấn thương hiệu trong mắt khách hàng, người tiêu dùng và các đối tác đầu tư.

Động lực nào cho tăng trưởng cuối năm?

BÀI: Trang Huyền (thực hiện)

VIỆT NAM ĐÃ BƯỚC QUA 7 THÁNG ĐẦU NĂM VỚI MỨC TĂNG TRƯỞNG ẤN TƯỢNG CÙNG CON SỐ KIỂM CHẾ LẠM PHÁT "KHIÊM TỐN". NHƯNG HIỆN TẠI, ĐẠI DỊCH COVID-19 VẪN ĐANG CÓ NHỮNG DIỄN BIẾN KHÓ LƯỜNG, KINH TẾ THẾ GIỚI CÒN NHIỀU ĐIỂM ĐÁNG LO NGẠI. TRONG BỐI CẢNH ĐÓ, ĐẬU SẼ LÀ ĐỘNG LỰC CHO TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ NHỮNG THÁNG CUỐI NĂM 2022?



Việt Nam có sự phục hồi hình chữ V sau đại dịch và tận dụng được việc giá cả hàng hóa thế giới đang tăng cao do đứt gãy chuỗi cung ứng và giá năng lượng gia tăng. Tuy nhiên, kèm theo đó là “bóng ma” lạm phát quay trở lại, đe dọa đến an sinh xã hội và sự phát triển bền vững của nền kinh tế.

Xung quanh vấn đề này, Người Dẫn Đầu có cuộc trò chuyện với TS. Nguyễn Hữu Huân, Trưởng bộ môn Thị trường Tài chính - Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

Thưa ông, cho đến nay, kinh tế Việt Nam với nhiều hoạt động sản xuất kinh doanh đang hướng tới phục hồi và dần bình thường như trước dịch. Song, thế giới bên ngoài có nhiều biến động bất lợi. Ông đánh giá thế nào về bối cảnh đó?

Nền kinh tế Việt Nam có độ mở rất lớn, hơn 200% GDP, nên mặc dù sản xuất kinh doanh đang có dấu hiệu hồi phục nhưng bất kỳ cú shock bên ngoài nào cũng sẽ ảnh hưởng rất lớn đến kinh tế của nước ta.

Chính vì thế, bên cạnh việc tập trung phục hồi sản xuất kinh doanh sau đại dịch, các doanh nghiệp cũng phải hết sức chú ý đến các yếu tố vi mô thế giới để có kế hoạch dự phòng phù hợp cho những tình huống xấu có thể xảy ra.

Tổng cục Thống kê mới đây công bố báo cáo cho biết, GDP quý II/2022 của Việt Nam đạt 7,72% - mức cao nhất trong 10 năm qua, GDP 6 tháng đầu năm đạt 6,42%. Ông đánh giá thế nào về kết quả này?

Đây là một kết quả rất khả quan trong bối cảnh kinh tế thế giới còn nhiều khó khăn, cho thấy nội tại của nền kinh tế Việt Nam tương đối tốt và chúng ta đang tranh thủ được những lợi thế là một nền kinh tế sản xuất và hướng đến xuất khẩu. Việc này đã giúp cho

Lạm phát ở mức 2,44% khiến lãi suất 6 tháng chưa phải chịu áp lực lớn để điều chỉnh (tăng). Ngân hàng Nhà nước (NHNN) cũng chưa có động thái điều chỉnh lãi suất điều hành. Nhưng thực tế lại cho thấy, các ngân hàng thương mại đã bắt đầu tăng lãi suất. Ông có thể lý giải về động thái này? Theo ông, thời gian tới, diễn biến lạm phát và lãi suất sẽ ra sao? Liệu mặt bằng lãi suất tương đối dễ chịu sẽ còn kéo dài được bao lâu?

Thực tế, mặc dù NHNN chưa tăng các lãi suất điều hành nhưng NHNN cũng đã hút mạnh dòng tiền từ kênh thị trường mở và các kênh khác trong thời gian vừa qua. Điều này dẫn đến sự thiếu hụt thanh khoản tại các ngân hàng thương mại (NHTM) và buộc các NHTM phải tăng lãi suất để huy động vốn, đảm bảo thanh khoản cho hệ thống cũng như đáp ứng nhu cầu tăng trưởng tín dụng.

Theo tôi, hiện nay, NHNN sẽ ưu tiên mục tiêu kiểm soát lạm phát hơn là tăng trưởng, và điều này hoàn toàn phù hợp trong bối cảnh cả thế giới đang phải đối mặt và tập trung ứng phó lạm phát toàn cầu. Chính vì thế, lạm phát nhiều khả năng sẽ đỡ căng thẳng hơn trong thời gian tới trước việc ưu tiên thắt chặt tiền tệ của Chính phủ và nhất là giá dầu thế giới cũng đang có dấu hiệu hạ nhiệt do lo ngại về suy thoái toàn cầu dẫn đến nhu cầu về dầu mỏ giảm.



Một số quan điểm cho rằng việc tăng lãi suất lúc này sẽ lợi bất cập hại, vì ảnh hưởng tới quá trình phục hồi của cộng đồng doanh nghiệp và nền kinh tế cũng như tác động tới Chương trình phục hồi phát triển kinh tế-xã hội của Chính phủ. Ý kiến của ông về câu chuyện này?

Điều hành vĩ mô luôn phải dung hòa giữa kiểm soát lạm phát và tăng trưởng kinh tế, nhất là khi kinh tế thế giới đang rơi vào tình trạng đình lạm như hiện nay (tức vừa đình đốn, tăng trưởng kinh tế giảm và vừa lạm phát). Đây là một tình huống rất khó xử lý trong kinh tế học cũng như trong thực tiễn của các nhà điều hành.

Vì nếu như chúng ta ưu tiên kiểm soát lạm phát, hạn chế cung tiền, thắt chặt tài khóa thì sẽ ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế. Còn nếu ưu tiên phát triển kinh tế thì lại phải hy sinh lạm phát và chấp nhận mức lạm phát cao trong nền kinh tế. Tuy nhiên, các nhà điều hành vẫn phải lựa chọn để có động thái phù hợp, và thực tế cho thấy các nhà điều hành kinh tế đang ưu tiên kiểm soát lạm phát hơn.

Theo tôi, việc này là phù hợp trong bối cảnh hiện tại. Chúng ta có thể hy sinh một chút tăng trưởng để tập trung vào vấn đề bình ổn giá và an sinh xã hội, khi giá cả đã được bình ổn thì sau đó phát triển kinh tế cũng chưa muộn, điều này cũng đang là xu hướng chung của các chính phủ trên toàn thế giới.

Dương nhiên, điều này sẽ gây khó khăn cho quá trình phục hồi sản xuất của doanh nghiệp hậu COVID-19 nhưng quả thật sẽ rất khó để tìm được một giải pháp có thể vừa kiểm soát lạm phát lại vừa có thể thúc đẩy tăng trưởng trong bối cảnh hiện tại.

Nhìn rộng hơn câu chuyện tài khóa - tiền tệ, ông đánh giá thế nào về triển vọng tăng trưởng GDP của Việt Nam trong 2 quý tới? Dấu sẽ là động lực tăng trưởng chính? Kịch bản tăng trưởng khả thi mà ông đưa ra là gì?

Theo tôi, chính sách tài khóa luôn có độ trễ nhất định so với chính sách tiền tệ, do hệ thống thuế, thu chi ngân sách đều đã được lên kế hoạch từ kỳ tài khóa trước, và sẽ mất thời gian để điều chỉnh cũng như thay đổi do phải qua khá nhiều bước thủ tục và các cơ quan liên quan. Đó là lý do vì sao chính sách tài khóa chậm thay đổi hơn so với chính sách tiền tệ.

Tuy nhiên, cũng nhìn nhận rằng, chúng ta đang khá chậm trong các vấn đề thay đổi để chống lạm phát chi phí đẩy như giảm thuế môi trường hay thuế tiêu thụ đặc biệt xăng dầu, và việc giảm này cũng khá nhỏ giọt trong khi tỷ trọng các loại thuế phí này chiếm gần một nửa giá xăng dầu.

Chính vì thế, theo tôi, Chính phủ và Bộ Tài chính cần quyết liệt hơn để giảm giá xăng dầu, nguyên nhân

chính gây ra lạm phát hiện nay và điều này sẽ góp phần kiểm soát được lạm phát trong thời gian tới.

Như chúng ta thấy, kịch bản của kinh tế thế giới là rất khó xác định một cách chính xác từ giờ cho đến cuối năm bởi có rất nhiều diễn biến không dự báo được như xung đột Nga-Ukraine hay căng thẳng giữa Nga và các nước phương Tây có còn tiếp diễn hay không.

Hoặc các yếu tố về đứt gãy chuỗi cung ứng có thể được giải quyết trong thời gian tới hay không, đặc biệt là liệu Trung Quốc có từ bỏ chính sách zero COVID, hay các biến chứng mới vừa được phát hiện liệu có phải là mối đe dọa tiếp theo cho toàn cầu. Và các yếu tố này lại có ảnh hưởng rất lớn đối với kinh tế Việt Nam trong hai quý tới.

Do đó, việc dự báo về kinh tế Việt Nam có thể sẽ thực sự khó khăn.

Nhưng theo quan điểm của tôi, sẽ có hai kịch bản chính cho kinh tế Việt Nam. Kịch bản tốt là kinh tế Việt Nam sẽ vượt bão tốt và đạt được thành tựu khả quan trong năm nay, tăng trưởng kinh tế có thể đạt trên 7%, lạm phát dưới 4% nếu như căng thẳng giữa Nga và phương Tây không có các dấu hiệu quá tiêu cực trong thời gian tới, COVID-19 dần bị loại bỏ và Trung Quốc bắt đầu mở cửa trở lại nền kinh tế.

Kịch bản xấu là nếu như xung đột Nga-Ukraine thêm leo thang đẩy giá dầu tăng đột biến trở lại và

Trung Quốc vẫn tiếp tục đóng cửa nền kinh tế do lo ngại COVID-19 hay các biến chứng mới trở thành mối đe dọa toàn cầu thì lạm phát có thể vượt so với mục tiêu đề ra và tăng trưởng sẽ quay trở lại dưới 5%, đồng thời áp lực lên tỷ giá, thị trường chứng khoán, lãi suất ngân hàng cũng sẽ rất lớn.

Như ông vừa chia sẻ, giá xăng dầu tác động rất mạnh lên mặt bằng chung của nền kinh tế. Vậy với đà tăng giá xăng dầu như thời gian vừa qua, ông đánh giá thế nào về áp lực lạm phát những tháng cuối năm 2022? Áp lực lạm phát tác động thế nào đến tăng trưởng kinh tế Việt Nam, thưa ông?

Theo tôi, nếu như tình hình căng thẳng giữa Nga và các nước phương Tây không trở nên quá tồi tệ, thì giá dầu 6 tháng cuối năm dự kiến sẽ hạ nhiệt do lo ngại về suy thoái toàn cầu, nên áp lực lạm phát sẽ không đến nỗi quá lớn như 6 tháng đầu năm. Bên cạnh đó, Chính phủ thời gian qua cũng đã chủ động giảm mạnh thuế phí xăng dầu để hạ nhiệt giá xăng dầu trong nước. Do vậy, theo tôi, những tháng cuối năm sẽ “dễ thở” hơn và không gây trở ngại quá lớn đối với tăng trưởng.

Theo lý thuyết về đường cong Philip, thì một mức lạm phát dương nhưng trong tầm kiểm soát vẫn có tác động tích cực đến việc giảm tỷ lệ thất nghiệp và thúc đẩy tăng trưởng.

Còn nếu như tình hình địa chính trị trở nên xấu đi trong những tháng cuối năm, thì lạm phát chắc chắn là thứ chúng ta phải ưu tiên xử lý trước sau đó mới tính đến việc thúc đẩy tăng trưởng.

Vậy với mối lo lạm phát cùng bối cảnh đại dịch vẫn chưa kết thúc hoàn toàn, theo ông, yếu tố nào sẽ dẫn dắt nền kinh tế Việt Nam tăng trưởng năm 2022?

Theo tôi, sẽ có 3 động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Thứ nhất là phục hồi sản xuất kinh doanh, thứ hai là thu hút nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, thúc đẩy phát triển khu vực FDI và thứ ba sẽ là sự phục hồi, bùng nổ trở lại của du lịch và các ngành dịch vụ.

Chính phủ đề ra mục tiêu tăng trưởng kinh tế cả năm ở mức 6-6,5%. Việt Nam có thể hoàn thành mục tiêu này không, thưa ông?

Nếu như kịch bản 6 tháng cuối năm không trở nên quá tồi tệ bởi các cú shock không thể dự báo được như xung đột và căng thẳng giữa các cường quốc, thì theo tôi, Việt Nam hoàn toàn có thể đạt được, thậm chí vượt mục tiêu trong năm nay.

Xin cảm ơn ông!

Sẽ có 3 động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Thứ nhất là phục hồi sản xuất kinh doanh, thứ hai là thu hút nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, thúc đẩy phát triển khu vực FDI và thứ ba sẽ là sự phục hồi, bùng nổ trở lại của du lịch và các ngành dịch vụ.



Nhận diện khó khăn, vượt qua thách thức

BÀI: Ths. Vũ Thị Thu Hà

THỦ TƯỚNG PHẠM MINH CHÍNH KHẲNG ĐỊNH: KIỂM SOÁT LẠM PHÁT, ỔN ĐỊNH KINH TẾ VĨ MÔ VÀ BẢO ĐẢM CÁC CÂN ĐỐI LỚN LÀ MỤC TIÊU ƯU TIÊN VỪA MANG TÍNH CẤP BÁCH, VỪA MANG TẦM CHIẾN LƯỢC VÀ CŨNG LÀ NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM, XUYỀN SUỐT TRONG THỜI GIAN CÒN LẠI CỦA NĂM 2022 VÀ NHỮNG NĂM TIẾP THEO.



Từ định hướng này của Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) sẽ phải rất nỗ lực để hoàn thành nhiệm vụ vừa kiểm soát lạm phát, vừa góp phần hỗ trợ tăng trưởng kinh tế. Trong bối cảnh đó, các ngân hàng thương mại (NHTM) sẽ phải ứng xử ra sao?

Vi sao thế giới “cuồng cuồng” chống lạm phát?

Theo số liệu từ Ngân hàng Thế giới (WB), lạm phát toàn cầu tính đến quý II/2022 là 7,8%, mức cao nhất kể từ năm 2008 - thời điểm diễn ra cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới, bắt đầu từ sự sụp đổ của Lehman Brothers - ngân hàng lớn nhất nước Mỹ khi đó. Tiếp sau Lehman Brothers là hàng loạt ngân hàng trên thế giới, đặc biệt là tại khu vực châu Á, phá sản. Thế giới đã trải qua khủng hoảng với thiệt hại được thống kê sau này là khoảng 10.000 tỷ USD, lạm phát toàn cầu lên đến 9,2%, 30 triệu người mất việc, 50 triệu người quay lại chuẩn dưới nghèo...

Bài học xương máu đó còn nguyên giá trị đến hôm nay. Điều đó lý giải tại sao ngay khi lạm phát có dấu hiệu tăng, NHTW các nước đã lập tức hành động. Cuộc khủng hoảng 2008 bắt nguồn từ cho vay dưới chuẩn dẫn đến hệ thống tài chính ngân hàng sụp đổ, kéo theo đó vỡ, phá sản của các tập đoàn, doanh nghiệp... Nhưng lần này, khủng hoảng bắt đầu từ sự “vung tay quá trán” - những gói hỗ trợ, nới lỏng tiền tệ lớn chưa từng có của chính phủ các nước nhằm đưa nền kinh tế thoát khỏi trì trệ do tác động của đại dịch COVID-19. Khủng hoảng kinh tế toàn cầu lan ra nhanh chóng hơn bởi sự cộng hưởng từ diễn biến phức tạp của dịch với xung đột Nga-Ukraine; và căng thẳng giữa Mỹ và Trung Quốc tới đây sẽ càng khoét sâu thêm thương tổn của kinh tế thế giới.

Lần này, cũng là Mỹ “đi đầu” khi tháng 6/2020, Hạ viện nước này thông qua đạo luật mang tên “Các giải pháp toàn diện phục hồi kinh tế và sức khỏe” (viết tắt là HEROES - những người anh hùng), nhằm tung thêm gói hỗ trợ 3.000 tỷ USD để hỗ trợ cuộc chiến với dịch COVID-19 và khôi phục nền kinh tế Mỹ. Trước đó, quốc gia này đã có các gói 2.000 tỷ USD vào tháng 2/2020; 484 tỷ USD vào tháng 4/2020.

Không chỉ Mỹ mà nhiều quốc gia khác trên thế giới cũng triển khai các gói hỗ trợ lớn chưa từng có. Và giờ, anh hùng đã trở thành “kẻ tội đồ”. Tại gần 90% các nền kinh tế đang phát triển và tất cả các nền kinh tế phát triển, lạm phát thực tế đều đã cao hơn mục tiêu. Trong đó, tính đến tháng 6/2022, Chỉ số giá tiêu dùng (CPI) tại Anh tăng 9,4% so với cùng kỳ năm trước; CPI tại Mỹ tăng 9,1%, Khu vực đồng tiền chung châu Âu (Eurozone) tăng 8,6%, Áo tăng 8,5%, Italy tăng 8,0%...

Và rồi chỉ trong vòng 12 tháng trở lại đây, NHTW



Chi trong vòng 12 tháng trở lại đây, NHTW các nước đã tiến hành 196 lượt tăng lãi suất nhằm đối phó với tình trạng lạm phát tăng quá nhanh.

các nước đã tiến hành 196 lượt tăng lãi suất nhằm đối phó với tình trạng lạm phát tăng quá nhanh. Điển hình là Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (Fed) cuối tháng 7/2022 tiếp tục tăng lãi suất thêm 0,75 điểm % lần thứ hai liên tiếp và là lần tăng thứ 4 trong năm nay. Hay như ngày 2/8, Ngân hàng Dự trữ Australia (RBA) quyết định nâng lãi suất thêm 50 điểm cơ bản, lên 1,85%. Ngân hàng này đã tăng lãi suất 4 tháng liên tiếp và đây cũng là giai đoạn RBA có tốc độ thắt chặt chính sách tiền tệ nhanh nhất trong gần 30 năm qua.

Việt Nam “ngược gió”

Có một bài thơ khá nổi tiếng là “Một chiều ngược gió” của nhà thơ Bùi Sim Sim. Bài thơ này bắt đầu bằng câu: “Em ngược đường, ngược nắng để yêu anh”. Ở đây, chúng tôi không có ý định bình thơ, nhưng hiểu trên nghĩa đen, cô gái trong bài thơ đã rất can đảm, hy sinh nhiều thứ để đến với tình yêu của mình. Vậy phải chăng Việt Nam cũng đang rất kiên định với mục tiêu tăng trưởng kinh tế nên “ngược đường” với đa số các quốc gia trên thế giới: Chưa thực hiện tăng lãi suất điều hành; triển khai mạnh mẽ Chương trình hỗ trợ phục hồi và phát triển kinh tế trong hai năm 2022-2023 với quy mô 350 nghìn tỷ đồng.

Số liệu thống kê hết tháng 6/2022 cho thấy: GDP tăng trưởng 6,42% - gần đạt mục tiêu 6,5% mà Quốc hội đặt ra cho năm nay. Vì thế, hầu hết các dự báo đều cho rằng GDP của Việt Nam sẽ “đi ngược” xu hướng giảm của toàn cầu với tăng trưởng vượt 7% trong năm nay. Trong khi đó,



việc kiểm soát lạm phát tuy có nhiều sức ép nhưng CPI bình quân 7 tháng tăng 2,54%. Nhiều tổ chức tài chính quốc tế dự báo lạm phát của Việt Nam chỉ quanh mức 4% trong cả năm nay.

Trong cập nhật Triển vọng Kinh tế Thế giới vào tháng 7/2022, Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF) điều chỉnh tăng dự báo tăng trưởng GDP Việt Nam năm nay từ mức 6% trước đây lên 7%; đồng thời giữ nguyên mức dự báo lạm phát với Việt Nam trong năm 2022. Còn theo bà Dorsati Madani, chuyên gia kinh tế cao cấp của WB, nếu cân bằng được giữa nhu cầu cung cấp hỗ trợ chính sách liên tục để củng cố sự phục hồi với nhu cầu kiềm chế lạm phát và rủi ro tài chính đang nổi lên, kỳ vọng Việt Nam có thể tăng trưởng GDP hơn 7%, trong khi giữ được lạm phát chỉ khoảng 3,8% trong năm nay.

Và hoạt động của các tổ chức tín dụng

Theo công bố báo cáo tài chính của nhiều NHTM, bức tranh về kết quả hoạt động kinh doanh của các NHTM có nhiều điểm sáng, đặc biệt là tăng trưởng về lợi nhuận. Một số ngân hàng công bố về lợi nhuận trước thuế 6 tháng đầu năm: VPBank đạt hơn 15.300 tỷ đồng, tương đương 52% kế hoạch cả năm; Techcombank báo lãi trước thuế hơn 14.100 tỷ đồng, thực hiện được hơn 52% kế hoạch lợi nhuận đề ra; MB thu về 11.920 tỷ đồng lợi nhuận, đạt trên 50% kế hoạch... Ở khối các NHTM Nhà nước, Vietcombank tiếp tục dẫn đầu toàn hệ thống với lợi

nhuận trước thuế ấn tượng 17.300 tỷ đồng; Vietinbank thu về 11.600 tỷ đồng; con số này ở BIDV là 11.084 tỷ đồng...

Tuy nhiên, đây mới là kết quả kinh doanh của 6 tháng đầu năm. Vấn đề lớn nhất đặt ra đối với các NHTM những tháng cuối năm là NHNN thực hiện mục tiêu kiểm soát lạm phát dưới 4%. Do đó, trước nhiều sức ép lạm phát tăng do cả cầu kéo và chi phí đẩy như hiện nay và cả thời gian tới, NHNN sẽ kiểm soát chặt mức cung tiền, mà quan trọng nhất là tăng trưởng tín dụng.

Trong khi đó, tính đến ngày 30/6/2022, tín dụng toàn nền kinh tế đạt trên 11,42 triệu tỷ đồng, tăng 9,35% so với cuối năm ngoái (cùng kỳ năm 2021 tăng 6,47%) là mức tăng 6 tháng đầu năm cao nhất trong vòng 10 năm qua. Hiện tỷ lệ tín dụng trên GDP của Việt Nam theo đánh giá của WB là cao nhất thế giới, 124% (theo GDP mới). Thống đốc NHNN Nguyễn Thị Hồng cho rằng, trong điều kiện áp lực lạm phát tăng, thì đây là sự cố gắng rất lớn của ngành Ngân hàng. Mức tăng trưởng tín dụng cả năm 14% đã được NHNN đánh giá kỹ lưỡng để đảm bảo các mục tiêu đề ra.

Qua 6 tháng đầu năm, nhiều NHTM đã sử dụng hết hoặc gần hết room tín dụng NHNN cấp (đây chính là yếu tố cơ bản giúp lợi nhuận của ngân hàng tăng mạnh trong 6 tháng đầu năm). Sau nhiều cuộc họp bàn, cho đến cuối tháng 7/2022, NHNN vẫn chưa giao

thêm chỉ tiêu tăng trưởng tín dụng cho ngân hàng nào, tuy rằng đã có NHTM được duyệt chỉ tiêu tham gia gói hỗ trợ lãi suất 2% theo Nghị định 31/2022/NĐ-CP. Như vậy, lợi nhuận ngân hàng những tháng cuối năm sẽ không thể tăng mạnh như đầu năm khi nguồn từ tín dụng giảm mạnh.

Một vấn đề khác, trong khi cấu tín dụng vẫn đang rất cao nhưng nguồn huy động vốn của ngân hàng chỉ tăng 4,21%, tạo áp lực tăng lãi suất. Thực tế là mặt bằng lãi suất huy động đã tăng từ 1-1,5% (tùy từng ngân hàng và tùy theo kỳ hạn) so với cùng kỳ năm ngoái. Tỷ lệ tín dụng trên tiền gửi đã là 99%, nguy cơ rủi ro thanh khoản đối với hệ thống ngân hàng rất lớn, đặc biệt với những NHTM có tỷ lệ tín dụng lĩnh vực bất động sản cao.

Trong bối cảnh lãi suất huy động tăng song lãi suất cho vay lại khó tăng do yêu cầu giữ ổn định lãi suất cho vay của cơ quan quản lý, dẫn đến NIM (chênh lệch lãi suất biên ròng) của các NHTM sẽ giảm. Mặt khác, tiền gửi không kỳ hạn (CASA) vẫn tăng song tỷ trọng CASA trong tổng tiền gửi sẽ không cao như trước. Vì khi các kênh đầu tư như chứng khoán, bất động sản trầm lắng, tiền chảy về ngân hàng nhưng người dân sẽ gửi có kỳ hạn thay vì để trên tài khoản thanh toán chờ cơ hội “lướt sóng” như trước đây. Như vậy, sẽ không còn nhiều NHTM tận dụng được nguồn vốn giá rẻ như giai đoạn trước.

Khi nguồn thu từ tín dụng giảm, các NHTM sẽ phải tăng thu từ dịch vụ, bán chéo sản phẩm... Nhưng kênh Bancassurance hiện đã phủ khắp các ngân hàng, thậm chí cả đến các fintech nên sức ép cạnh tranh rất lớn. Mảnh đất màu mỡ, có nhiều tiềm năng tăng trưởng nhất là thanh toán thì thời gian qua, các NHTM đã, đang thực hiện chính sách miễn, giảm nhiều loại phí dịch vụ để thu hút khách hàng, lấy số lượng khách hàng nhiều để bù đắp phần nào chi phí đã đầu tư. Song, nguồn thu từ dịch vụ chưa tăng như kỳ vọng.

Việc này khiến ngân hàng phải tính toán giữa việc có thể tiếp tục duy trì chính sách miễn, giảm phí dịch vụ nữa hay không? Và nếu thực hiện thu phí thì thu ở mức nào, có thể giữ chân được khách hàng không khi mà người sử dụng dịch vụ lâu nay đã quen với việc được miễn phí.

Nhưng nói như vậy không phải hoạt động kinh doanh của NHTM sẽ trầm lắng trong những tháng cuối năm. Bởi dù thế nào, NHNN vẫn phải cấp thêm room tín dụng để các NHTM triển khai chương trình hỗ trợ lãi suất 2% với quy mô hơn 16.000 tỷ đồng và năm 2023 là gần 24.000 tỷ đồng. Bên cạnh đó, chính sự bất ổn, biến động không ngừng của các đồng tiền trên thế giới sẽ mở ra cơ hội kinh doanh ngoại hối và phát triển các sản phẩm phái sinh, bảo lãnh thanh toán...



Trong bối cảnh các thị trường bất động sản, chứng khoán, trái phiếu doanh nghiệp hiện còn tiềm ẩn nhiều rủi ro, TCTD cần rà soát đánh giá toàn diện hoạt động của tổ chức mình; nhận diện rủi ro, có cách thức xử lý phù hợp.

Về phía cơ quan quản lý, Thống đốc Nguyễn Thị Hồng yêu cầu: Các tổ chức tín dụng (TCTD) thực hiện nghiêm chỉ đạo của NHNN về tiền tệ, ngoại hối và hoạt động ngân hàng. Trong bối cảnh các thị trường bất động sản, chứng khoán, trái phiếu doanh nghiệp hiện còn tiềm ẩn nhiều rủi ro, TCTD cần rà soát đánh giá toàn diện hoạt động của tổ chức mình; nhận diện rủi ro, có cách thức xử lý phù hợp.

Đặc biệt, TCTD phải cân đối nguồn vốn và sử dụng vốn cho phù hợp; đảm bảo cân đối về thời hạn và cân đối về loại tiền, tránh trường hợp đối mặt với rủi ro thanh khoản; thực hiện nghiêm các quy định của pháp luật về tiền tệ và ngân hàng; các giải pháp đảm bảo an ninh an toàn hệ thống ngân hàng và tích cực thực hiện các giải pháp chuyển đổi số...

Chúng ta phải hết sức bình tĩnh, phân tích kỹ lưỡng những động thái của NHTW các nước và những thay đổi chính sách vĩ mô trong nước để có những quyết sách, hành động hướng đến mục tiêu “bất di bất dịch” của Ngành, đó là kiểm soát lạm phát, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô và đảm bảo an toàn hệ thống.

(Thống đốc NHNN Nguyễn Thị Hồng)

Bảo mật ngân hàng số: Khi AI và dữ liệu lên ngôi

BÀI: Ban Cầm

VÀO THÁNG 5 NĂM NAY, CÓ MỘT BÁO CÁO ĐÃ LÀM RÚNG ĐỘNG GIỚI NGÂN HÀNG: CÔNG TY BẢO MẬT SENSITY CÔNG BỐ KẾT QUẢ THÍ NGHIỆM SỬ DỤNG CÔNG NGHỆ DEEPAKE (GIẢ SÂU) ĐỂ TẠO RA CÁC KHUÔN MẶT BẰNG AI (TRÍ TUỆ NHÂN TẠO) HỒNG VƯỢT QUA QUY TRÌNH XÁC MINH DANH TÍNH NGƯỜI DÙNG.



Cuộc chạy đua và các lỗ hổng

“Chúng tôi đã thử nghiệm nó với 10 giải pháp bảo mật và nhận thấy rằng có đến 9 giải pháp trong số đó là miếng mồi cực ngon cho deepfake” - Giám đốc điều hành của Sensity, ông Francesco Cavali, nói với trang The Verge. “Có một thế hệ AI mới có thể gây ra những mối đe dọa nghiêm trọng cho các công ty. Hãy tưởng tượng những gì bạn có thể làm trên các tài khoản giả mạo được tạo ra bằng công nghệ này, và không ai có thể phát hiện ra chúng” - ông kết luận.

Thí nghiệm này được thực hiện với tập mẫu đa số là các nhà băng lớn trên toàn cầu và một số tổ chức tài chính khác. Nhận dạng khuôn mặt trực tuyến là cách bảo mật yêu cầu người dùng nhìn vào camera điện thoại hoặc máy tính của họ, đôi khi lắc đầu và mỉm cười để chứng minh họ là người thật để đối chiếu với ngoại hình đi kèm ID được nhận dạng dựa trên khuôn mặt của họ. Trong thế giới tài chính, kiểu kiểm tra danh tính vừa rồi được gọi là KYC (xác nhận danh tính khách hàng) và có thể là một phần của quy trình xác minh rộng hơn bao gồm kiểm tra các tài liệu và hóa đơn.

Sensity vốn là công ty bảo mật chuyên phát hiện các lỗ hổng bảo mật bị khai thác bởi các công nghệ sử dụng khuôn mặt do AI tạo ra. Họ đã dùng deepfake sao chép khuôn mặt của khách hàng mục tiêu đã được gán với một ID nhất định của họ, sau đó sử dụng nó để tạo ra đoạn video đánh lừa bài kiểm tra trực tuyến của các nhà cung cấp dịch vụ. Họ đã cung cấp danh sách các tổ chức không thể đáp ứng được yêu cầu bảo mật nói trên với The Verge, nhưng yêu cầu không công khai danh tính.

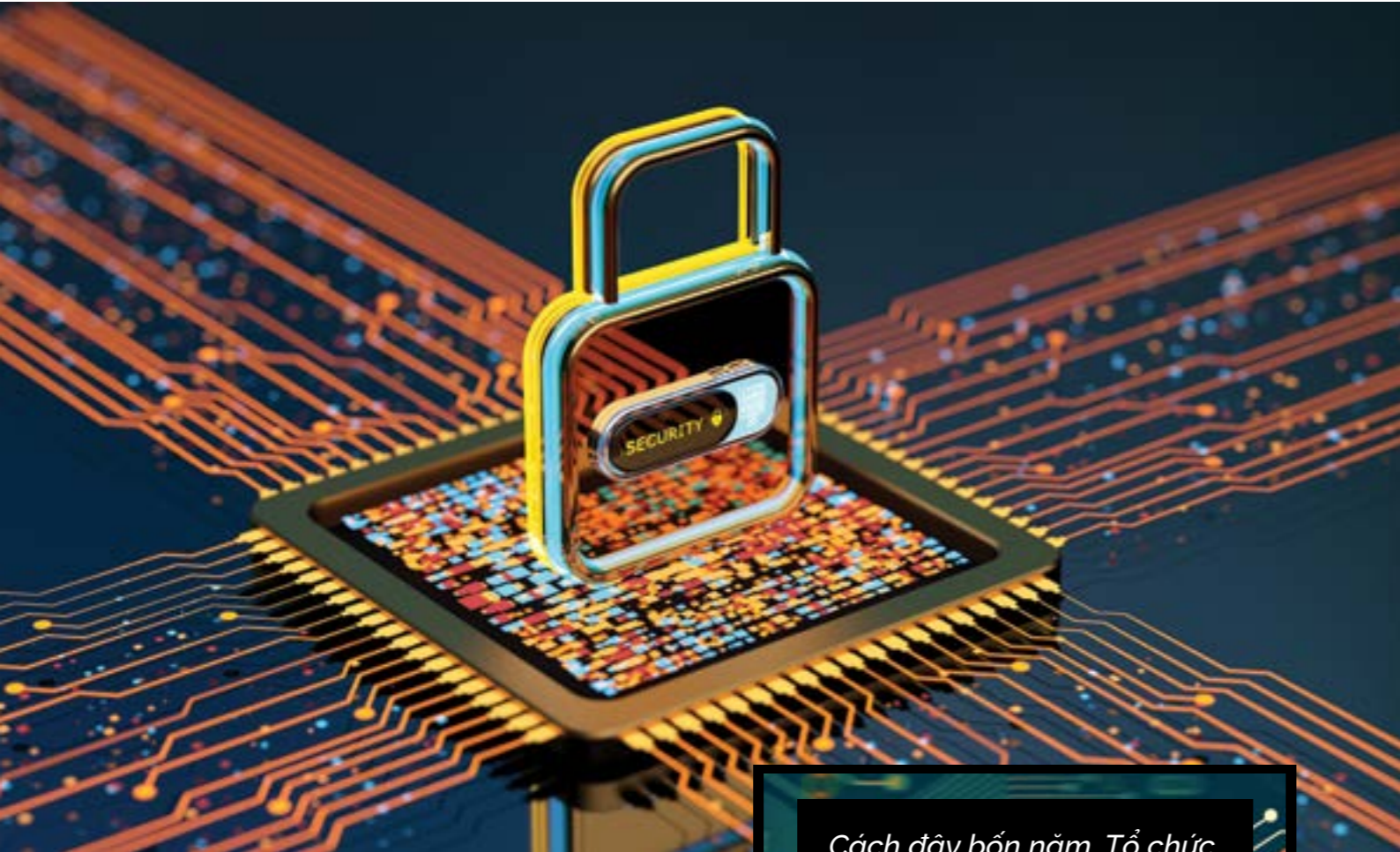
Đây là mối đe dọa thực sự với ngành ngân hàng: “Tôi có thể tạo một tài khoản; tôi có thể chuyển tiền bất hợp pháp để địa chỉ ví số của các tài khoản ấy” - Cavali phân tích. “Thậm chí tôi có thể yêu cầu vay tín chấp (bằng các khuôn mặt ấy) bởi ngày nay các công ty cho vay trực tuyến đang cạnh tranh dữ dội và luôn muốn giải ngân càng nhanh càng tốt”.

Nhưng đây chỉ là một phần câu chuyện. Rất nhiều ngân hàng đã triển khai những hệ thống nhận dạng khuôn mặt sử dụng cảm biến có độ sâu - tương tự Face ID của Apple - làm “áo giáp” trước tình hình mới. Công nghệ này thường không thể bị đánh lừa bởi các loại tấn công kiểu này, vì chúng xác minh danh tính không chỉ dựa trên hình thái đơn giản mà còn toàn bộ các chi tiết sắc cạnh trên khuôn mặt một người.



Các tổ chức tài chính có tư duy tiến bộ đều đã sử dụng chính AI để trang bị một hệ thống đủ sức đề kháng trong kỷ nguyên mới. Theo báo cáo của Business Insider, 80% ngân hàng hiểu rằng công nghệ AI phải trở thành tiêu chuẩn quy trình vận hành.

Các tổ chức tài chính có tư duy tiến bộ đều đã sử dụng chính AI để trang bị một hệ thống đủ “sức đề kháng” trong kỷ nguyên mới. Theo báo cáo của Business Insider, 80% ngân hàng hiểu rằng công nghệ AI phải trở thành tiêu chuẩn quy trình vận hành. Một thập kỷ trước, bất kỳ ứng dụng nào dành cho người tiêu dùng đều được coi là một phần của “bức tranh fintech (ứng dụng công nghệ vào tài chính)”. Ngày nay, ranh giới này không còn nữa. Công nghệ tồn tại trong lĩnh vực tài chính như một điều hiển nhiên: ví dụ như ứng dụng các chatbot bùng nổ mạnh mẽ trong nửa thập kỷ qua đến mức một ngành công nghiệp phụ trội đã mọc lên quanh nó. Các dự báo cho thấy mảng này sẽ có giá trị lên đến hơn 17 tỷ USD vào năm 2027, với ước tính rằng các chatbot sẽ đáp ứng được khoảng 862 triệu giờ tư vấn tài chính với khách hàng.



Cách đây bốn năm, Tổ chức thẻ Visa quốc tế đã trao cho Vietcombank giải thưởng “Champion Security Award” dành cho các đơn vị dẫn đầu trong quản lý và chống lại rủi ro gian lận trong giao dịch thanh toán thẻ.

Kỷ nguyên mới

Lĩnh vực bảo mật và phòng chống rủi ro được quan tâm đặc biệt hơn cả. Bằng ứng dụng AI, ngân hàng và các tổ chức tài chính lớn đã biến quá trình xác minh danh tính cũng như bảo mật thành một quy trình với nhiều điểm dữ liệu được xác nhận nhanh chóng, an toàn và hoàn toàn tự động. Các hoạt động như đăng nhập, giao dịch chuyển tiền và thanh toán chỉ được hoàn tất nếu các biến xác minh rằng đúng là chính chủ tài khoản đang thực hiện chúng: OTP (mật khẩu một lần), smart OTP (mật khẩu một lần thông minh), thiết bị và cả kiểm tra an ninh giao dịch trên hệ thống.

Tại Việt Nam, Vietcombank là một trong những ngân hàng đi đầu ứng dụng công nghệ cao trong các quy trình kiểu này. Cách đây bốn năm, Tổ chức thẻ quốc tế Visa đã trao cho Vietcombank giải thưởng “Champion Security Award” dành cho các đơn vị dẫn đầu trong quản lý và chống lại rủi ro gian lận trong giao dịch thanh toán thẻ. Thời điểm ấy, Vietcombank đã cho triển khai tính năng 3D-Secure, một lớp bảo vệ tăng cường cho các chủ thẻ khi giao dịch trực tuyến.

Từ tháng 4/2021, tính năng này đã được cải tiến mạnh mẽ dựa trên dữ liệu các giao dịch: ngoài việc xác minh 2 lớp bằng OTP và Smart OTP thông thường, hệ thống của Vietcombank còn có thể đánh giá được các giao dịch không rủi ro, không cần xác thực OTP.

Giờ đây, dữ liệu liên thông đã khiến việc bảo mật và đánh giá rủi ro trở nên dễ dàng hơn. Các ngân hàng có thể dùng các API (giao diện chương trình ứng dụng) để kết nối với các hệ thống khác - có thể là hệ thống độc lập của riêng họ hoặc từ một bên thứ ba đáng tin cậy - để khai thác thông tin khách hàng một

cách tối ưu và an toàn. Bạn có thể sử dụng chính dữ liệu này để cho phép khách hàng kết nối các nhà cung cấp dịch vụ mới với tài khoản ngân hàng của họ, chẳng hạn như nhà cung cấp dịch vụ truyền hình cáp, nhà mạng, thậm chí là công ty tín dụng hay các tập đoàn bất động sản.

An ninh hệ thống trong các giao dịch cũng được nâng lên một tầm cao mới. Visa đã sử dụng các công cụ AI để phát hiện các giao dịch gian lận theo thời gian thực và tuyên bố rằng công nghệ này có thể phát hiện tới 500 thuộc tính rủi ro trong một giao dịch duy nhất. Trong năm 2019, tỷ lệ các hoạt động gian lận trên toàn cầu trong hệ thống Visa đạt mức tối thiểu trong lịch sử là 0,1%, phần lớn do công lao hệ thống này.

Một trong những ví dụ đáng nói nhất về sự “bắt tay” giữa các tổ chức tài chính với các công ty công nghệ là việc Barclays, một ngân hàng lớn của Anh, làm việc với AI Simudyne, một công ty khởi nghiệp tập trung vào cung cấp các ứng dụng nền tảng từ (agent-based). Barclays đã sử dụng hệ thống do AI Simudyne cung cấp để đánh giá rủi ro tín dụng khi cho vay đối với một số khách hàng nhất định, những người cũng đã dùng mô hình tương tự để nhận những cố vấn đầu tư hoàn toàn tự động được thiết kế để tối đa hóa lợi nhuận và cá nhân hóa cho từng khách hàng. Nó cũng có khả năng phát hiện các giao dịch mờ ám và khoản vay có tính chất gian lận.

Một trong số những phương pháp phổ biến nhất đang được ứng dụng để chống gian lận và bảo mật cho các tài khoản tiền gửi mới là xác minh dữ liệu nhận dạng với cơ sở dữ liệu của bên thứ ba, và kiểm tra dữ liệu chéo để phát hiện ra dấu hiệu lừa đảo hoặc những kẻ gian lận đã từng bị nhận diện. Thay vì làm cho việc xác minh tài khoản ngân hàng trở thành một quy trình văn bản yêu cầu sự can thiệp và giám sát của con người, các hệ thống AI ngày nay có thể kiểm tra các cơ sở dữ liệu này, so sánh, phê duyệt hoặc từ chối tài khoản trong vòng vài giây, đồng thời vẫn duy trì tính bảo mật của toàn hệ thống nói chung.

Gartner Inc., công ty nghiên cứu và tư vấn công nghệ hàng đầu thế giới, dự báo rằng khoảng 20% các dữ liệu thử nghiệm đối mặt khách hàng (Consumer Facing) sẽ được tổng hợp vào năm 2025. Những dữ liệu này sẽ gia tăng hiệu quả trong các tình huống phát hiện lừa đảo, gian lận, dự đoán rủi ro giao dịch với khả năng cá nhân hóa cao. Gartner cũng cho rằng 60% các tổ chức tài chính lớn sẽ sử dụng một hoặc nhiều thuật toán cao cấp để nâng cao quyền riêng tư, hòng thích ứng với luật bảo vệ dữ liệu và quyền riêng tư ngày một



Các cuộc tấn công sẽ được dập tắt thậm chí trước khi khách hàng phát hiện, và quy trình bảo vệ diễn ra hoàn toàn tự động, không cần sự can thiệp của con người.

phát triển, cũng như đảm bảo an ninh cho dữ liệu người dùng. Theo đó, các ngân hàng có thể chiết xuất được giá trị từ dữ liệu cá nhân trong khi vẫn có thể đáp ứng các yêu cầu tuân thủ bảo mật.

Bức tranh tương lai có thể được tóm gọn lại thế này: cách đây vài năm, nếu ai đó muốn mở tài khoản ngân hàng, họ phải đến chi nhánh gần nhất với một vài mẫu giấy tờ tùy thân, trình cho một giao dịch viên ngân hàng được ủy quyền mở tài khoản. Giờ đây, họ có thể vào web, làm mọi thứ trực tuyến, và biết được rằng mình có mở được thẻ không trong vài giây. Mọi giao dịch đều được xác minh nhanh chóng nhờ đối chiếu dữ liệu giao dịch để đánh giá rủi ro, và mọi gian lận dù nhỏ nhất cũng có thể kích hoạt một quy trình đóng băng tài khoản để bảo vệ tài sản cho khách hàng ngay lập tức. Các cuộc tấn công sẽ được dập tắt thậm chí trước khi khách hàng phát hiện, và quy trình bảo vệ diễn ra hoàn toàn tự động, không cần sự can thiệp của con người. Dữ liệu cá nhân của khách hàng cũng được bảo vệ tuyệt đối, thay vì để con người truy vấn một cách tự do như hiện tại.

Một kỷ nguyên mới cho ngành ngân hàng đang mở ra, với sự tiến bộ của công nghệ.



Vietcombank chuyển đổi số, thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt

BÀI: THANH HÀ

KHÔNG NẪM NGOÀI XU HƯỚNG CHUNG CỦA THỊ TRƯỜNG, THỜI GIAN QUA, VIETCOMBANK ĐÃ CÓ SỰ CHUYỂN DỊCH TÍCH CỰC TRONG VIỆC CUNG ỨNG SẢN PHẨM DỊCH VỤ, LÀM CẦU NỔI THỨC ĐẨY NGƯỜI DÂN, DOANH NGHIỆP SỬ DỤNG CÁC SẢN PHẨM, DỊCH VỤ SỐ, GÓP PHẦN THúc ĐẨY THANH TOÁN KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT (TTKDTM).

Xu hướng tất yếu

Hướng tới xã hội không tiền mặt là vấn đề vừa có tính cấp bách, vừa có ý nghĩa lâu dài trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 tác động tới mọi mặt đời sống. Thêm nữa, trong 2 năm vừa qua, ảnh hưởng của đại dịch COVID-19 cũng khiến nhu cầu, hành vi tiêu dùng của người dân có xu hướng thay đổi từ giao dịch trực tiếp sang tương tác chủ yếu qua các kênh số.

Phát triển các mô hình Ngân hàng số, gia tăng tiện ích, trải nghiệm cho khách hàng (KH) là mục tiêu chuyển đổi số ngành Ngân hàng đến năm 2025 và định hướng năm 2030. Mục tiêu cụ thể được đặt ra đến năm 2025 là 50% nghiệp vụ ngân hàng cho phép KH thực hiện hoàn toàn trên kênh số; 50% người trưởng thành sử dụng dịch vụ thanh toán điện tử; 70% số lượng giao dịch của KH được thực hiện thông qua các kênh số; 50% quyết định giải ngân cho vay của ngân hàng thương mại, công ty tài chính đối với khoản vay nhỏ lẻ, vay tiêu dùng của cá nhân được số hóa.

Thời gian qua, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đã tập trung xây dựng, hoàn thiện cơ chế, chính sách, hành lang pháp lý, tạo thuận lợi cho sự ra đời, phát triển các dịch vụ ngân hàng số, thanh toán số, đổi mới tiện ích, ứng dụng các công nghệ mới tiên tiến để nâng cao hiệu quả hoạt động và chất lượng dịch vụ. Theo

Phát triển các mô hình ngân hàng số, gia tăng tiện ích, trải nghiệm cho khách hàng là mục tiêu chuyển đổi số ngành ngân hàng đến năm 2025 và định hướng năm 2030.

đó, NHNN đã trình Chính phủ ban hành Nghị định TTKDTM, xây dựng sửa đổi bổ sung các thông tư, hướng dẫn Nghị định, xây dựng và triển khai kế hoạch chuyển đổi số ngành Ngân hàng và ban hành quy định mở tài khoản thanh toán trực tuyến dựa trên định danh khách hàng bằng phương thức điện tử eKYC, ban hành áp dụng thống nhất các tiêu chuẩn trong lĩnh vực thanh toán, QR Code, thẻ chip, an ninh, an toàn...

Bên cạnh đó, cơ sở hạ tầng kỹ thuật thanh toán bao gồm hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng, hệ thống chuyển mạch và bù trừ điện tử được chú trọng đầu tư, nâng cấp, mở rộng dịch vụ trong nhiều năm qua, hoạt động an toàn, ổn định, thông suốt, đảm bảo kết nối liên thông giữa các ngân hàng, đáp ứng tốt nhu cầu thanh toán của người dân, doanh nghiệp trong xu thế phát triển kinh tế số và bối cảnh giãn cách xã hội do tác động của đại dịch COVID-19.



Gia tăng trải nghiệm cho khách hàng trên không gian số

Không năm ngoài xu hướng chung của thị trường, thời gian qua, Vietcombank đã có sự chuyển dịch trong việc cung ứng sản phẩm dịch vụ, làm cấu nối thúc đẩy người dân, doanh nghiệp sử dụng các sản phẩm, dịch vụ số, qua đó góp phần thúc đẩy TTKDTM.

Trước xu hướng số hóa mạnh mẽ của nền kinh tế nói chung và lĩnh vực tài chính ngân hàng nói riêng, với mục tiêu đến năm 2025 trở thành ngân hàng số đứng đầu, Vietcombank đã chủ động xây dựng Đề án chuyển đổi ngân hàng số cùng các chương trình hành động chuyển đổi số thực hiện chiến lược phát triển đến năm 2025, tầm nhìn 2030.

Với sự nỗ lực không ngừng, Vietcombank phát triển nhiều dự án về hạ tầng công nghệ, các giải pháp thanh toán mới, tạo nền tảng cho sự phát triển mở rộng TTKDTM. Hiện nay, số lượng khách hàng có tài khoản tại Vietcombank đạt trên 21 triệu, trong đó trên 50% KH thường xuyên giao dịch TTKDTM. Quy mô giao dịch qua các kênh số của Vietcombank đạt gần

9 triệu KH, tăng hơn 5 triệu KH trong 3 năm từ 2019 đến nay và mục tiêu đạt trên 10 triệu KH đến hết năm 2022, đặc biệt, trên 85% giao dịch thực hiện trên kênh số.

Ba năm qua, Vietcombank đã tập trung nguồn lực cao nhất phát triển hoàn thiện hệ thống các nền tảng công nghệ số hiện đại, tiện ích, hướng đến tối ưu trải nghiệm cho KH. Đối với KH cá nhân, Vietcombank cung ứng dịch vụ Ngân hàng số VCB DigiBank - ứng dụng ngân hàng di động cho phép người dùng có thể thực hiện giao dịch mọi lúc mọi nơi, dễ dàng thực hiện các giao dịch tài chính đa dạng như Chuyển tiền nhanh 24/7, gửi tiết kiệm online, thanh toán hóa đơn, thanh toán QR Pay, mua sắm trực tuyến, mở tài khoản thanh toán online...

Không chỉ đặt mục tiêu nâng cao trải nghiệm của KH cá nhân, Vietcombank còn chú trọng vào phân khúc KH doanh nghiệp. Đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs), Vietcombank đã nghiên cứu và phát triển dịch vụ VCB DigiBiz - Ngân hàng số dành cho doanh nghiệp SME, giúp doanh nghiệp thực hiện các giao dịch ngân hàng thuận tiện, nhanh chóng, mang

đến những trải nghiệm đơn giản cho doanh nghiệp SMEs trên nền tảng công nghệ 4.0.

Đối với khách hàng doanh nghiệp lớn và tổ chức, Vietcombank đã phát triển VCB CashUp - Hệ thống thanh toán và quản lý dòng tiền hiện đại, toàn diện hàng đầu tại Việt Nam. VCB CashUp được thiết lập với giao diện thông minh trên tất cả các thiết bị công nghệ, đem lại trải nghiệm đồng nhất cho khách hàng; đồng thời, đáp ứng nhu cầu quản lý đa tầng, đa phương, phục vụ tổng thể cho cả hệ sinh thái của doanh nghiệp. Vietcombank cũng đi đầu triển khai Dịch vụ tài trợ thương mại trực tuyến qua chương trình VCBCC, đảm bảo chất lượng cao và đạt chuẩn quốc tế nhằm hỗ trợ đặc lực cho doanh nghiệp trong lĩnh vực tài trợ thương mại.

Bên cạnh đó, ngân hàng đưa ra các chính sách ưu đãi hỗ trợ KH thanh toán như: áp dụng các chính sách miễn, giảm phí dịch vụ đối với toàn bộ các dịch vụ về tài khoản và thẻ như phí quản lý tài khoản, phí chuyển tiền trong và ngoài hệ thống Vietcombank, phí phát hành thẻ, phí rút tiền tại ATM... cho cả đối tượng khách hàng doanh nghiệp và cá nhân. Đặc biệt, từ 1/1/2022, Vietcombank chính thức triển khai chính sách Zero Fee - miễn toàn bộ phí chuyển tiền và phí duy trì dịch vụ trên VCB DigiBank. Các KH doanh nghiệp SME cũng đang được ưu đãi miễn toàn bộ phí giao dịch trên ngân hàng số VCB DigiBiz khi đăng ký Gói giao dịch SME.

Với dịch vụ ngân hàng số uy tín, chất lượng và kinh nghiệm triển khai dày dặn, từ năm 2020, Vietcombank tự hào là ngân hàng tiên phong được Chính phủ lựa chọn cung cấp dịch vụ thanh toán trực tuyến trên Cổng dịch vụ công quốc gia. Không chỉ dừng lại ở đó, Vietcombank đang tiếp tục ứng dụng công nghệ vào các hoạt động thanh toán dịch vụ công, như cho phép khách hàng sử dụng VCB DigiBank, QR Code, thanh toán không tiếp xúc... nhằm đẩy mạnh triển khai thanh toán dịch vụ công của các bộ, ngành, địa phương qua Cổng dịch vụ công quốc gia.

Vietcombank cũng là ngân hàng đầu tiên phối hợp với Tổng cục thuế triển khai thành công dịch vụ Thuế điện tử (eTax) trên nền tảng số, qua đó triển khai dịch vụ nộp thuế điện tử. Đây là tiến đề giúp mở rộng và phát triển dịch vụ thu ngân sách Nhà nước trên các nền tảng online đến KH.

Ba năm qua, Vietcombank đã tập trung nguồn lực cao nhất phát triển hoàn thiện hệ thống các nền tảng công nghệ số hiện đại, tiện ích, hướng đến tối ưu trải nghiệm cho KH.

Mới đây nhất, Vietcombank, phối hợp với Bộ Công an, cung cấp dịch vụ ứng dụng giải pháp M.o.C trên căn cước công dân (CCCD) gắn chip cho phép người dân sử dụng CCCD để định danh và thực hiện giao dịch qua tài khoản và thẻ tại ngân hàng. Khi có nhu cầu đăng ký dịch vụ hoặc thay đổi thông tin tại ngân hàng, khách hàng chỉ cần cầm theo CCCD mới. Nhân viên ngân hàng sẽ dùng ứng dụng Mega App trên điện thoại để quét CCCD và chụp ảnh chân dung khách hàng, toàn bộ thông tin sẽ được cập nhật ngay lập tức vào cơ sở dữ liệu của ngân hàng. Các bước này chỉ diễn ra trong vài chục giây. Trong tương lai gần, chỉ với chiếc thẻ CCCD gắn chip, KH có thể rút tiền mặt tại ATM thế hệ mới Vietcombank đang triển khai mà không cần phải mang theo thẻ ngân hàng.

Với những nỗ lực không ngừng trong hành trình số hóa, Vietcombank đã gặt hái được những thành công, từng bước hiện thực hóa kế hoạch trở thành ngân hàng số hàng đầu vào năm 2025, thúc đẩy TTKDTM tại Việt Nam.



MICHAEL BLOOMBERG

Tỷ phú
đi lên từ
hai bàn tay
trắng

BÀI: DIỆU ANH
(TỔNG HỢP)

GIẢN DỊ, HAY NÓI ĐÚNG HƠN LÀ KEO KIẾT VỚI CHÍNH BẢN THÂN, NHƯNG CŨNG NHỜ ĐÓ, MICHAEL BLOOMBERG ĐÃ TRỞ THÀNH MỘT TRONG NHỮNG TỶ PHÚ QUYỀN LỰC NHẤT THẾ GIỚI.

Giản dị đến keo kiệt?

Stu Loese, phát ngôn viên của Michael Bloomberg đã kể như này trên Business Insider về tỷ phú người Mỹ trong quãng thời gian 12 năm ông làm việc tại Văn phòng Thị trưởng New York:

“Ông ấy chỉ nhận mức lương tượng trưng là 1 USD một năm. Bloomberg cũng không sử dụng biệt thự được cấp mà ở nhà riêng của mình. Ông ấy chỉ có 2 đôi giày màu đen để đi làm. Hôm nay ông ấy đi đôi này thì ngày mai ông ấy đi đôi còn lại. Những đôi giày được chăm chút cẩn thận, thường xuyên được đánh bóng. Khi mòn đế, nó sẽ được thay đế mới để tiếp tục được sử dụng lâu hơn. Bloomberg nói rằng chỉ cần thoải mái và tiện dụng. Ông ấy không có nhu cầu mua đôi khác”.

Với Bloomberg, ông cũng giản dị ngay cả ở cách sử dụng đồ uống. Chính trị gia này chỉ luôn mua loại cafe size nhỏ nhất. Lý do là ông muốn dùng hết và không muốn lãng phí dù chỉ là một giọt cafe. “Ông ấy muốn dành dụm tiền cho những thứ khác xứng đáng hơn, thay vì tiêu xài hoang phí cho những thứ không cần thiết”, Stu Loese tiết lộ điều mà Bloomberg đã nói với mình. Cũng theo phát ngôn viên này, Bloomberg tiết kiệm ngay cả ở khoản đi lại. Ông sở hữu chiếc Chevrolet Suburban trị giá 52.000 USD nhưng lại thường xuyên di chuyển bằng tầm điện ngầm.

Với tất cả những điều trên, nếu thoát nghĩ, bạn sẽ cho rằng Bloomberg là một người tiết kiệm đến keo kiệt. Nhưng không, đó chỉ là những đức tính giản dị của người nổi tiếng, một doanh nhân, tác giả và nhà hoạt động xã hội đình đám với nước Mỹ nói riêng, và thế giới nói chung.

Theo tạp chí thống kê nổi tiếng thế giới Forbes, đến tháng 1/2022, khối tài sản của Bloomberg ước tính rơi vào khoảng 70 tỷ USD. Khối tài sản khổng lồ



Bloomberg được Nữ hoàng Elizabeth II phong tước Hiệp sĩ danh dự vào năm 2014 vì công việc từ thiện của ông ở Vương quốc Anh. (Ảnh: Reuters)

này đưa ông lọt vào top những tỷ phú tự thân thành công nhất thế giới. Đó là thành quả của cả một quãng thời gian dài phấn đấu, nỗ lực không ngừng nghỉ trên cả con đường chính trị cũng như kinh doanh. Ông từng đắc cử chức vụ Thị trưởng thành phố New York trong một khoảng thời gian dài từ năm 2002 đến 2013. Bloomberg cũng là nhà sáng lập và cổ đông lớn của công ty Bloomberg LP. Đây là một doanh nghiệp chuyên cung cấp các phần mềm tài chính, dữ liệu, nền tảng phân tích và giải pháp doanh nghiệp.

Doanh nghiệp Bloomberg LP sở hữu hàng loạt tạp chí và trang tin tức như Bloomberg Businessweek, Bloomberg Markets, Bloomberg News, mạng truyền hình toàn cầu (Bloomberg TV). Doanh thu năm 2019 của Bloomberg LP lên đến 10 tỷ USD. Họ sở hữu 20.000 nhân viên tại 176 trụ sở trên khắp 120 quốc gia. Theo Forbes, Bloomberg nắm quyền sở hữu 88% tại tập đoàn. Cho đến thời điểm này, Bloomberg được xếp thứ 10 trong danh sách những người giàu nhất hành tinh.



Bloomberg là một doanh nhân, tác giả và nhà hoạt động xã hội đình đám với nước Mỹ nói riêng và thế giới nói chung. (Ảnh: Getty)

Đi lên từ con số 0

Quay ngược thời gian, xuất phát điểm của Bloomberg cũng bình thường như bao đứa trẻ khác. Ông sinh ra và lớn lên trong một gia đình trung lưu vào ngày 14/2/1942 tại Bệnh viện St. Elizabeth bang Massachusetts. Cha của ông làm nhân viên kế toán cho một công ty sữa. Gia đình ông có gốc Do Thái và bản thân là thành viên của đền Emanu-El ở Manhattan.

Michael Bloomberg theo học tại trường trung học Medford và tốt nghiệp năm 1960. Sau đó, ông thi đỗ vào trường đại học Johns Hopkins và tốt nghiệp năm 1964 với tấm bằng cử nhân khoa học về kỹ thuật điện. Đến năm 1966, ông tốt nghiệp thạc sỹ quản trị kinh doanh của trường đại học Harvard.

Giành hai tấm bằng danh giá, Bloomberg quyết định thử sức ở Salomon Brothers, một trong những ngân hàng đầu tư có tiếng trên đất Mỹ thời bấy giờ. Với tư duy thông minh của một người Do Thái, lại được học hành bài bản, Bloomberg nhanh chóng thăng tiến tại một môi trường làm việc giàu sức cạnh tranh như Salomon Brothers. Từ vị trí nhân viên đếm tiền, Michael Bloomberg được cất nhắc lên những chức vụ cao cấp hơn. Năm 1978, ông được chỉ định vào vị trí điều hành mảng công nghệ thông tin của ngân hàng.

Ba năm sau đó, Michael Bloomberg buộc phải rời Salomon Brothers với khoản trợ cấp thôi việc 10 triệu USD. Với số tiền này, Bloomberg có những ý nghĩ táo bạo về việc thành lập một doanh nghiệp có khả năng mang lại cho nhà đầu tư những thông tin hữu ích, nhanh và chính xác, góp phần làm minh bạch hóa thị trường. Đây là điều mà rất nhiều thị trường chứng khoán ở các quốc gia khác đều phải học tập nước Mỹ. Doanh nghiệp đó chính là đế chế truyền thông tài chính Bloomberg LP sau này. Năm 1982, Michael Bloomberg khởi nghiệp bằng việc thành lập công ty công nghệ thông tin tài chính Innovative Market Solutions và đến năm 1987, công ty được đổi tên thành Bloomberg LP.



Dù là một doanh nhân nổi tiếng, nhưng Bloomberg luôn gần gũi mọi người bằng sự giản dị của mình. (Ảnh: Getty)

Không lâu sau khi ra đời, Bloomberg LP đã thu được những thành công vang dội, được xem là tác nhân thay đổi diện mạo của Phố Wall, trở thành mạng lưới cho ngành tài chính, kết nối các nhà giao dịch, cho phép họ dễ dàng giao tiếp, truy cập luồng dữ liệu.

Chia sẻ về bí quyết xây dựng Bloomberg LP, vị tỷ phú cho biết: "Trong kinh doanh, bạn phải làm được 3 điều này. Thứ nhất, bạn phải tạo ra được sản phẩm mà người ta cần. Thứ hai, bạn phải tìm ra cách kiếm tiền từ sản phẩm đó. Thứ ba, bạn phải nghĩ ra cách bảo vệ nó. Chỉ vậy thôi. Với Bloomberg, chúng tôi cũng áp dụng mô hình giống như vậy. Đầu tiên, sản phẩm mà người ta cần là tin tức được cập nhật một cách nhanh chóng cùng các bài phân tích về kinh doanh. Tiếp theo, để kiếm tiền, chúng tôi chỉ cung cấp nội dung của mình thông qua phần mềm riêng, và khách hàng phải buộc trả phí trước mới có quyền truy cập. Vậy, làm cách nào để bảo vệ sản phẩm? Do là những người đi tiên phong, nên chúng tôi cần phải làm tăng số lượng khách hàng đang sử dụng sản phẩm. Sau khi có lãi, chúng tôi sẽ tiến hành tái đầu tư để mở rộng lần tạo chiều sâu cho nội dung. Đồng thời, chúng tôi cũng đầu tư cho việc mở rộng mạng lưới ra toàn cầu để cung cấp quyền truy cập nội dung cho khách hàng trên toàn thế giới. Rất khó để cho đối thủ có thể sao chép mô hình này".

Chia sẻ của Bloomberg có vẻ khá đơn giản. Nhưng thực tế, nhiều doanh nhân và người chịu trách nhiệm quản lý sản phẩm của doanh nghiệp lắm lúc lại bỏ qua nhiều cơ hội mới, do không biết áp dụng mô hình nói trên. Lẽ đương nhiên, yếu tố quan trọng nhất vẫn nằm ở việc tạo ra được sản phẩm mà khách hàng ưa thích. Song, một khi đã nói đến kinh doanh, là phải nhắc đến

lợi nhuận. Một doanh nghiệp muốn thành công cần phải hiểu rõ mô hình kinh doanh (cách kiếm tiền), sự khác biệt cũng như lợi thế cạnh tranh của sản phẩm (cách bảo vệ).

Càng hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh, Bloomberg trở thành ông trùm của mọi ông trùm. Khả năng nhìn xa trông rộng giúp ông thu về những thành công vang dội. Đó cũng là cơ sở để ông nhân rộng mô hình kinh doanh, biến Bloomberg LP trở thành một tập đoàn khét tiếng thế giới. "Bloomberg đã chinh phục giới kinh doanh bằng tài năng và ý chí của mình. Ông chinh phục cả những người ngoài giới bằng tấm lòng đam mê từ thiện và những việc làm hết sức ý nghĩa cho xã hội", Giáo sư Paul Schervish thuộc Đại học Boston nói.

TUNG "BẢO TIỀN" ĐỂ THEO ĐUỔI NGHIỆP CHÍNH TRỊ

Năm 2001, Michael Bloomberg quyết định ra tranh cử chức thị trưởng New York, vị trí mà ông cho là "danh giá thứ tư trên thế giới". Thời điểm đó, người ta đồn ông chủ của Bloomberg LP đã tạo ra một "cơn bão tiền" khi tung ra 41 triệu USD, nhiều hơn tổng số tiền của tất cả các ứng viên còn lại. Ông dễ dàng đánh bại các đối thủ, trở thành Thị trưởng New York. Năm 2005, Bloomberg tái đắc cử chức thị trưởng lần thứ 2 và năm 2009, tái đắc cử nhiệm kỳ thứ 3.

Kể từ khi Bloomberg nhậm chức thị trưởng vào năm 2002, tỷ lệ người xin trợ cấp xã hội của New York giảm 25%, tỷ lệ tốt nghiệp phổ thông trung học tăng 40%, tội phạm giảm 35%; vực dậy một New York hỗn độn sau sự kiện 11/9/2001 trở thành một trong những thành phố sạch, an toàn, đứng vững trong cuộc khủng hoảng tài chính...

CHI HÀNG TỶ USD CHO TỪ THIỆN

Keo kiệt với bản thân nhưng Bloomberg rất hào phóng với xã hội. Điều này được thể hiện trong hàng loạt hoạt động từ thiện của ông. Đến nay, vị tỷ phú đã đóng góp hàng tỷ USD cho các quỹ về môi trường, giáo dục, sức khỏe, nghệ thuật...

Vào năm 2013, Bloomberg đã quyên góp 450 triệu USD, trong đó có 350 triệu USD cho trường cũ của ông là Đại học Johns Hopkins. Tới thời điểm hiện tại, số tiền quyên góp lũy kế đã đạt hơn 1,1 tỷ USD cho trường. Việc quyên góp này đã khiến ông trở thành người hiến tặng hào phóng nhất cho một trường học tại Mỹ.

Ngoài ra, ông cũng đóng góp vào Quỹ Bill Gates để giúp đỡ người bại liệt với 100 triệu USD. Theo Tạp chí New York, chỉ trong năm 2019, tỷ phú Bloomberg đã cho đi tổng cộng 3,3 tỷ USD.



KỶ NGUYÊN Ô TÔ ĐIỆN

CHỌN TƯƠNG LẠI



TỪ HIỆN TẠI

BÀI: THU MINH

BƯỚC SANG MỘT THẬP NIÊN MỚI, CHÚNG TA CHỢT NHẬN RA MÌNH ĐANG SỐNG TRONG THỜI ĐẠI MÀ XE HƠI CHẠY ĐIỆN (BATTERY ELECTRIC VEHICLE (BEV) - CÓ THỂ GỌI NGẮN GỌN LÀ XE ĐIỆN) BẮT ĐẦU TRỞ THÀNH XU HƯỚNG CHỦ ĐẠO. NHỜ NHỮNG NỖ LỰC KHÔNG MỆT MỎI CỦA TESLA TRONG KHOẢNG TÁM NĂM VỪA QUA, BEV ĐÃ TRỞ NÊN KHẢ THI VỚI HẦU HẾT NGƯỜI TIÊU DÙNG. TRÊN THỰC TẾ, DỰA VÀO HIỆU SUẤT VÀ KIỂU DÁNG – NGÀY CÀNG BẮT MẮT – XE HƠI CHẠY ĐIỆN ĐANG NHẬN ĐƯỢC SỰ QUAN TÂM NHIỀU HƠN BAO GIỜ HẾT.

Năm ngoái, tại Hàn Quốc, sau khi mẫu xe điện EV6 được Kia chính thức công bố, nó đã nhận 21.000 đơn đặt hàng trong vòng 24 giờ. Tuy nhiên, xe điện ở xứ sở kim chi đã phổ biến từ lâu, bằng chứng là chiếc Tesla Model 3 từng được coi là mẫu xe nhập khẩu được ưa chuộng thứ hai tại đây, chỉ xếp sau Mercedes E-Class. Nhiều người mua Tesla Model 3 chỉ để thể hiện sự sành sỏi, nhưng vẫn có những người thực sự bị mê hoặc bởi các loại công nghệ độc đáo, nhất là tính năng lái tự động của chiếc xe này.

Một trong những lý do để nhân loại đặt niềm tin vào xe hơi chạy điện chính là nỗi lo ngại ngày một gia tăng về mối nguy hại hiện hữu của khủng hoảng khí hậu. Mà một lợi thế vô cùng to lớn của xe điện chính là việc giảm thiểu gần như triệt để việc xả khí thải carbon ra môi trường. Theo một nghiên cứu của công

ty chuyên nghiên cứu và phát triển các loại phương tiện thông minh TomTom – chỉ cần một thành phố như Paris tăng mức sử dụng xe điện lên 1% thì lượng khí thải carbon sẽ giảm tới 22.000 tấn trong một năm. Con số không hề nhỏ chút nào.

Bên cạnh đó, giới khoa học cũng đang nỗ lực hướng tới việc khai thác điện từ các nguồn “sạch”, bao gồm mặt trời, gió và hydro. Và không như những nghi ngại về việc pin nhiên liệu sau khi hết hạn sử dụng sẽ bị ném ra bãi rác và lại gây ô nhiễm môi trường, chúng thường được tái chế (với pin axit-chì) hoặc bán cho các ngành sản xuất khác (pin lithium-ion). Cơ chế cho thuê pin thay vì bán đứt thoạt nghe có vẻ kỳ quặc và khó triển khai, nhưng trên thực tế, nó không chỉ giúp giảm gánh nặng chi phí cho chủ xe mà còn giúp việc tái chế - tái sử dụng pin hiệu quả hơn.

Nhưng vẫn có những lý do để người ta ngần ngại với xe hơi chạy điện. Được viện dẫn nhiều nhất vẫn là sự thiếu hụt các trạm sạc điện, mà việc phủ kín cả một quốc gia không phải trong một sớm một chiều, bất kể ở Việt Nam, Hàn Quốc, Trung Quốc, châu Âu hay Mỹ, chưa kể, chúng cũng chưa có một chuẩn chung như trạm xăng. Thời gian sạc lâu cũng là một vấn đề, quãng đường di chuyển được ngắn hơn hẳn so với xe hơi thông thường giữa hai lần sạc cũng là một vấn đề khác nữa.

Tuy nhiên, xe điện hiện đại lại sở hữu nhiều ưu điểm vượt trội khác. Một trong số đó là tốc độ - nghe có vẻ khó tin nhưng hoàn toàn là sự thật. Như chiếc Tesla Model 3 có thể tăng tốc từ 0 – 100 km trong 3,2 giây, nghĩa là ngang ngửa với rất ít siêu xe đang có mặt trên thị trường hiện nay. Còn theo thông tin của



Gregor Hembrough,
Giám đốc Polestar Bắc Mỹ

thuế, chính sách, gián tiếp giúp người dân nhận ra lợi ích vượt trội của xe điện so với xe hơi truyền thống.

Tiếp theo, xe điện mang đến cảm giác lái nhẹ nhàng, thư giãn và thoải mái hơn. Lý do nằm ở chỗ nó không có bánh răng, lại có mô-men xoắn tức thì, qua đó giảm đáng kể các thao tác phức tạp, mà độ trễ của xe lại xuống tới mức tối thiểu. Theo các tài xế giàu kinh nghiệm, xe điện có độ bám đường và đánh lái tốt hơn ở các khúc cua, xe ít khả năng bị lật hơn, không có bình nhiên liệu đồng nghĩa với việc ít nguy cơ cháy nổ hơn, chưa kể các yếu tố thông minh cũng giúp xử lý va chạm tốt hơn hẳn xe hơi thông thường.

Không dùng động cơ đốt trong cũng đồng nghĩa với việc xe vận hành cực kỳ êm ái, nhẹ nhàng. Nền biết, tiếng ồn của động cơ xe hơi và bộ phận xả thải có thể gây ra nhiều tác động tiêu cực gây ra nhiều tác động tiêu cực như làm tăng lo lắng, trầm cảm, huyết áp cao, bệnh tim, đột quỵ...

Những bất ổn về địa chính trị cùng việc nguồn tài nguyên hóa thạch không phải vô hạn đã và đang góp phần đẩy giá dầu lên cao, và đây cũng là một nguyên nhân để người tiêu dùng suy nghĩ nhiều hơn về xe điện. Và hai năm 2021 - 2022 thậm chí còn được coi là giai đoạn bán lẻ của dòng xe này, khi vô số hãng xe lớn nếu không tung ra sản phẩm mới thì cũng đưa ra lời khẳng định xe điện chính là tương lai bền vững.

Như Jaguar chẳng hạn, hãng xe Anh quốc đã tuyên bố sẽ trở thành "hãng xe điện toàn diện" vào năm 2025. Năm ngoái, mẫu xe điện I-PACE của Jaguar đã tiêu thụ được 9.970 chiếc trên toàn cầu, một con số rất ấn tượng trong bối cảnh nền kinh tế thế giới vẫn điêu đứng do đại dịch.

Sau mẫu Mustang Mach E-SUV, Ford đã phát triển mẫu bán tải F-150 chạy điện và được thị trường đón nhận hết sức nhiệt tình. Ngoài ra, hãng xe Mỹ cũng đầu tư 1 tỷ USD để xây nhà máy sản xuất xe điện và xe hybrid (lai giữa động cơ điện và xăng) ở Đức, đồng thời tuyên bố hợp tác với Volkswagen.

Cũng trong năm 2022, Audi sẽ mở bán hai mẫu sedan chạy điện là e-tron GT và RS e-tron GT, còn mẫu compact ID.4 của Volkswagen đang được đặt kỳ

Kia, khả năng tăng tốc của chiếc EV6 phiên bản GT cũng chỉ kém Tesla Model 3 vỏn vẹn 0,3 giây, nghĩa là nhanh hơn cả Taycan - mẫu xe điện đầu tiên của Porsche. Việc không tốn thời gian để chuyển số chắc chắn sẽ khiến cảm giác lái trên xe điện phấn khích hơn, thoải mái hơn, dù tài xế chắc chắn sẽ phải cẩn trọng hơn ít nhiều.

Nhưng liệu như thế đã đủ để thuyết phục những người tiêu dùng khó tính ở ngay thời điểm này, khi họ vẫn chưa muốn làm "chuột bạch" cho một dòng sản phẩm còn khá mới mẻ và chưa được kiểm chứng đầy đủ qua thời gian? Các nhà sản xuất cũng tung ra những ưu thế khác của xe điện, mà tất cả đã được các chuyên gia và những người thích trải nghiệm những thứ mới mẻ nhiệt tình bảo chứng.

Đầu tiên là chi phí vận hành cũng như bảo dưỡng sẽ được tiết kiệm đáng kể, vì chắc chắn, tiền điện sẽ rẻ hơn nhiều so với tiền xăng/dầu. Ngoài ra, xe điện cũng có ít bộ phận hơn hẳn so với xe dùng động cơ đốt trong, dẫn đến ít hao mòn hơn, yêu cầu bảo dưỡng và thay thế thấp hơn, chi phí cũng thấp hơn. Nhiều quốc gia trên thế giới đã cam kết cấm hoàn toàn động cơ đốt trong từ năm 2030 hoặc muộn hơn (như Việt Nam là năm 2050), khuyến khích dân chúng chuyển dần sang sử dụng xe điện, do đó, sẽ đưa ra nhiều ưu đãi về



vọng sẽ vượt doanh số bán của Tesla Model 3. Land Rover, Bentley dù khá thận trọng, cũng thông báo sẽ chính thức bán "nhiều mẫu xe điện" vào các năm 2024 và 2025. Hãng xe thể thao Anh quốc Lotus sẽ chỉ bán xe điện từ năm 2028, còn Volvo của Thụy Điển hơi muộn hơn một chút, từ năm 2030.

Trung Quốc, thị trường xe điện lớn nhất toàn cầu, cũng là nơi tập trung nhiều nhà sản xuất xe điện nhất, đã đưa ra dự báo, sản lượng xe điện vào năm 2025 sẽ đạt 4,8 triệu chiếc. Chính phủ Nhật Bản thì liên tục tung ra các gói hỗ trợ nghiên cứu, sản xuất và bán xe điện trong nội địa để đáp ứng được cam kết không phát thải carbon vào năm 2050.

Tổng doanh thu của toàn bộ xe điện trên thế giới năm ngoái là 287 tỷ USD, nhưng con số sẽ là 1,3 nghìn tỷ USD vào năm 2028, theo nghiên cứu được website chuyên về công nghệ Wired đăng tải. Tổng thống Mỹ



Giờ đây, người tiêu dùng đã có khá nhiều lựa chọn khi muốn mua một chiếc xe điện. Con số là khoảng hơn 30 mẫu xe điện và 45 mẫu xe hybrid đã được tung ra thị trường với nhiều kích thước khác nhau.

Joe Biden, dù đặt mục tiêu xe điện phải chiếm 50% lượng xe bán ra ở Mỹ trong năm 2030, vẫn bị giới chức và các tổ chức hoạt động trong lĩnh vực môi trường đòi hỏi nhiều hơn. Con số nhẽ ra phải là 60% và 100% vào năm 2035, cùng một lệnh cấm quyết liệt hơn với mọi loại động cơ đốt trong, như ở châu Âu.

Tuy nhiên, có một sự thật khá thú vị ở đây, là 55% người mua xe điện ở Mỹ không vì lý do môi trường, theo khảo sát do hãng xe điện Polestar đặt hàng bên thứ ba tiến hành. Họ chọn phương tiện này vì công nghệ hiện đại, khả năng kết nối toàn diện và các hệ thống thông tin - giải trí, hơn là động cơ không tiếng ồn hay khả năng giảm thiểu phát thải carbon về tới mức zero.

Theo ông Gregor Hembrough, Giám đốc Polestar Bắc Mỹ thì: "Ý tưởng về sự sang trọng đã được định nghĩa lại trong kỷ nguyên xe điện, không chỉ là những



Tại Việt Nam, cơn sốt chính thức được ghi nhận khi mẫu xe đầu tiên của một thương hiệu nội địa thu về 4.000 đơn đặt hàng sau 12 giờ mở bán - dù chưa ai thực sự nhìn thấy "điện mạo" của nó. Sự quan tâm vượt trội so với kỳ vọng, cho thấy khát khao "đuổi kịp" thế giới của người Việt mạnh mẽ đến mức nào.

gì dưới nắp ca-pô hay bên trong khoang lái, mà còn là khả năng kết nối, tích hợp với hệ sinh thái kỹ thuật số hiện có cùng thiết kế thời thượng, bắt mắt".

Cho nên, việc cần làm với các nhà sản xuất ở thời điểm hiện tại là không ngừng cải tiến, nâng cấp mẫu mã, công nghệ và xây dựng mạng lưới cơ sở hạ tầng rộng khắp. Ngoài ra, cần phải nêu bật được những nguyên nhân vì sao xe điện là lựa chọn thông minh hơn, nhân văn hơn so với xe hơi thông thường. Và tất yếu.

Bởi, suy cho cùng, không có lý do gì mà chúng ta không thể thích nghi được với một chiếc xe điện!

X LƯỢC SỬ XE ĐIỆN

BÀI: HOÀI ĐIỆP

TRONG KHI XE ĐIỆN MỚI BẮT ĐẦU THÁCH THỨC ĐỘNG CƠ ĐỐT TRONG CHỈ KHOẢNG MỘT THẬP NIÊN TRỞ LẠI ĐÂY, THÌ TRÊN THỰC TẾ, LOẠI PHƯƠNG TIỆN NÀY ĐÃ XUẤT HIỆN ĐƯỢC HƠN TRĂM NĂM. KÈM THEO ĐÓ LÀ SỰ THẬT VÔ CÙNG THÚ VỊ MÀ CÒN RẤT ÍT NGƯỜI BIẾT ĐẾN. VÀO NHỮNG NĂM ĐẦU THẾ KỶ 20, SỐ XE ĐIỆN CHẠY TRÊN ĐƯỜNG CON NHIỀU HƠN XE CHẠY XĂNG VÀ DẦU. LỊCH SỬ XE ĐIỆN ĐÚNG LÀ MỘT CÂU CHUYỆN THÚ VỊ VỚI NHIỀU BIẾN CỐ, ĐỂ SANG TỚI BÌNH MINH CỦA MỘT THIÊN NIÊN KỶ MỚI, NÓ MỚI TÁI XÁC LẬP ĐƯỢC VỊ THẾ CỦA MÌNH...



Nhưng để chạm vào xuất phát điểm của xe điện, chúng ta còn phải lùi thêm vài chục năm thời gian nữa, tới năm 1828, khi một kỹ sư người Hungary tên Anyos Jedlik phát minh ra một thiết bị điện từ để lắp vào chiếc xe mô hình nhỏ, cũng do ông tự mình thiết kế. Đó không hẳn là xe điện – theo nghĩa chúng ta vẫn hiểu ngày nay – nhưng thiết bị điện từ của Anyos Jedlik thì vẫn hoạt động tốt tới tận bây giờ, bao gồm động cơ điện một chiều, stator & rotor (phần đứng yên và phần chuyển động của động cơ) và cổ góp. Đây chính là nền tảng cho hệ thống động cơ điện hiện đại.

Những chiếc xe đầu tiên

Cũng trong quãng thời gian này, các nhà phát minh ở Anh, Mỹ và Hà Lan bắt đầu thử thách xe chạy pin và những chiếc ô tô điện cỡ nhỏ. Đến năm 1832, Robert Anderson, kỹ sư người Scotland đã giới thiệu mẫu xe điện kích thước tiêu chuẩn đầu tiên, tuy không có pin sạc, nhưng cũng đã khiến cả châu Âu phải quan tâm đến phương tiện di chuyển tân tiến này. Nó gọn gàng hơn, tiện lợi hơn và bớt nhiều khê hơn xe ngựa rất nhiều. Ba năm sau đó, một chiếc xe điện khác cũng xuất hiện ở châu Âu, do Giáo sư Stratingh ở Groningen, Hà Lan thiết kế và được Christopher Becker, trợ lý của ông chế tạo thành công.

Còn ở Mỹ, một thợ rèn sống tại bang Vermont, ông Thomas Davenport cho ra mắt một đầu máy xe nhỏ chạy bằng động cơ điện một chiều đầu tiên của xứ cờ hoa. Nếu đem kết hợp với pin axit-chì do một người Pháp tên Gaston Planté phát minh, hai bộ phận chính của xe điện đương đại coi như đã được hoàn thành, là động cơ và phần cung cấp năng lượng.

Năm 1881, sau khi pin của Gaston Planté được cải tiến về dung lượng và độ ổn định trong khi sử dụng,



người ta thấy hai quốc gia Anh và Pháp ra sức ủng hộ để xe điện trở nên phổ biến hơn. Trong khi đó, bên kia bờ Đại Tây Dương, William Morrison, nhà hóa học sống tại bang Iowa (Mỹ) đã đưa vào sử dụng chiếc xe điện (với phần thân hoàn cải từ khoang xe ngựa kéo) chở được sáu người, đạt vận tốc tối đa hơn 30 km/h. Con số tuy khiêm tốn nhưng cũng đã khơi dậy sự quan tâm đến xe điện từ cả chính quyền và xã hội. Có thể coi đây là mẫu EV (electric vehicle) thiết thực và mang tính thương mại đầu tiên trên thế giới.

Thời hoàng kim rực rỡ

Và kết quả thật khó hình dung. Chỉ trong vài năm ngắn ngủi, các nhà sản xuất ô tô ở New York và nhiều bang đông dân cư khác đã tung nhiều mẫu EV ra thị trường, thậm chí, riêng thành phố New York còn sở hữu đội taxi hơn 60 xe điện. Năm 1900 được xem là mở đầu cho giai đoạn hoàng kim của xe điện, khi nó chiếm tới một phần ba số phương tiện lưu thông trên đường nước Mỹ, và suốt 10 năm sau đó, doanh số bán hàng chỉ tăng chứ không giảm. Còn tại châu Âu, Camille Jenatton, người Bỉ, đã thiết kế chiếc xe đua chạy điện đầu tiên mang tên La Jamais Contente có thể đạt tới vận tốc tối đa 96 km/h.

Vào thời điểm đó, xe điện thực sự có sức cạnh tranh rất lớn so với các đối thủ. Xe động cơ hơi nước cần tới 45 phút để khởi động và phải liên tục đổ đầy nước, kéo theo sự hạn chế đáng kể về phạm vi hoạt động. Xe dùng động cơ đốt trong, khi đó vẫn còn khá sơ khai, lại có chân còn rất nặng, sang số cũng không thuận tay, bộ máy lại ồn ào và xả ra những làn khói đen kịt – rõ ràng là có hại cho môi trường. Xe điện có mọi ưu điểm cần thiết để chiếm thế thượng phong: khởi động đơn giản, vận hành êm ái, ít phải sửa chữa, bảo dưỡng. Phụ nữ dễ dàng lái xe điện thực hiện những chuyến đi ngắn quanh thành phố.

Ở nước Đức, Ferdinand Porsche nghiên cứu phát triển chiếc xe hybrid (chạy động cơ điện & xăng) đầu tiên, được đặt tên là Lohner-Porsche Mixte. Đây chính là phiên bản sơ khai của những chiếc Porsche Taycan bây giờ. Còn tại Mỹ, nhà phát minh vĩ đại Thomas Edison dự định hợp tác với Henry Ford để chế ra những chiếc xe điện rẻ tiền “cho toàn dân”.





Thoái trào và biến mất

Nhưng đáng tiếc, ngày vui ngắn chẳng tày gang. Trong thập niên 1920, hệ thống đường xá nối liền các bang của nước Mỹ cơ bản đã hoàn thiện, thúc đẩy nhu cầu du lịch bằng xe hơi phát triển. Bên cạnh đó, việc phát hiện ra những mỏ dầu thô với trữ lượng khổng lồ ở bang Texas khiến nguồn năng lượng này rẻ đi đáng kể, các trạm xăng, dầu bắt đầu mọc lên như nấm, mà điện lại chưa thể tới được các vùng nông thôn. Ai cũng muốn đi xa hơn, mà xe điện lại chỉ có thể phục vụ cho những chặng đường ngắn.

Chính Henry Ford là người đặt dấu chấm hết cho thời hoàng kim của xe điện từ năm 1908, khi giới thiệu mẫu ô tô động cơ đốt trong có giá “rất phải chăng” – chiếc Ford Model T. Sau vài lần cải tiến, nó đã có những ưu điểm không thể phủ nhận: dễ dàng tiếp nhiên liệu, động cơ hoạt động với tiếng ồn ở mức chấp nhận được, xả thải ít hơn, có bộ khởi động điện, và

điều quan trọng nhất, là có thể đi được những quãng đường dài hàng trăm km giữa hai lần đổ xăng. Chưa kể, giá của nó (và các loại xe tương tự của các hãng khác) chỉ loanh quanh mức 500 – 1.000 USD, trong khi đó, giá xe điện dù thấp nhất vẫn xấp xỉ 1.300 USD.

Không dừng lại ở đó, Henry Ford còn sở hữu cả hệ thống dây chuyền lắp ráp vô cùng hiệu quả với chi phí vận hành rất thấp, và kết quả là đến năm 1927, Ford đã bán được 15 triệu chiếc Model T, góp phần đưa xe điện vào quên lãng, để rồi biến mất hoàn toàn vào năm 1935.

Phải đến ba thập niên sau, người Mỹ mới lại nhớ đến sự tồn tại của xe điện, nhờ cuộc khủng hoảng xăng dầu nổ ra giữa những năm 1960. Nước Mỹ cần giảm sự phụ thuộc vào nguồn dầu mỏ ở nước ngoài, và các nhà sản xuất xe hơi bắt đầu tiến hành nghiên cứu nhiều loại nhiên liệu thay thế, trong đó có điện. Không thể quên sự kiện các phi hành gia của NASA đổ bộ lên mặt trăng từ năm 1969 – 1972, và phương tiện đi lại cũng như vận chuyển của họ trên đó đều là... xe điện.

Tuy nhiên, xe điện ra mắt trong quãng thời gian này đều thuộc dạng thử nghiệm là chính, và có nhiều hạn chế, như tốc độ tối đa chỉ lên tới 72 km/h và chỉ đi được tối đa 64 km giữa hai lần sạc. Một cú đột phá lớn đã xuất hiện trong giai đoạn này – nhà hóa học người Anh M.Stanley Whittingham phát minh ra pin lithium-ion có thể sạc lại vào năm 1973, đây chính là loại pin vẫn dùng trong điện thoại di động và xe điện ngày nay. Chỉ có điều, ngay sau đó, giá dầu lại hạ nhiệt, và với giới tài phiệt, dầu mỏ vẫn là vàng, giá trị của nó vẫn được bảo vệ hết sức nghiêm ngặt. Xe điện lại phải chờ đợi thêm 20 năm để có sự hồi sinh thật sự.



Giờ đây, người tiêu dùng đã có khá nhiều lựa chọn khi muốn mua một chiếc xe điện. Con số là khoảng hơn 30 mẫu xe điện và 45 mẫu xe hybrid đã được tung ra thị trường với nhiều kích thước khác nhau.

Trở lại mạnh mẽ hơn

Đó là năm 1997, Toyota trình làng mẫu hybrid Prius, bán rất chạy, qua đó, lần nữa khơi dậy sự hứng thú với xe điện, mở đường cho những công ty như Tesla xuất hiện, hay những chiếc Nissan Leaf được ra mắt hàng loạt. Ý thức bảo vệ môi trường cũng góp phần để xe điện nhanh chóng có được vị thế như ngày hôm nay.

Tuy nhiên, sự bùng nổ của tầng lớp trung lưu trong khoảng 20 năm, từ 1990 – 2010, cộng với giá xăng dầu luôn neo ở mức thấp, người tiêu dùng vẫn không thực sự quan tâm đến xe điện. Thật may mắn, các nhà khoa học vẫn làm việc không mệt mỏi để cải tiến và nâng cấp công nghệ, bao gồm cả pin.

Ngoài việc chiếc Prius của Toyota trở thành mẫu xe hybrid ăn khách nhất xưa nay, một sự kiện khác cũng được cho là góp phần định hình lại tư duy của thế giới về xe điện, chính là việc Tesla Motors tuyên bố sản xuất mẫu xe điện thể thao sang trọng, có thể đi chuyển tối đa 320 km sau một lần sạc vào năm 2006. Bộ Năng lượng Mỹ đã hào phóng cho công ty khởi nghiệp nhỏ này vay 465 triệu USD (và được hoàn trả sớm trong 9 năm) để mở nhà máy ở California, và chỉ trong một thời gian ngắn, Tesla đã chiếm được sự yêu mến rộng khắp để trở thành nhà tuyển dụng lớn nhất trong ngành công nghiệp ô tô ở vùng Bờ Tây nước Mỹ.

Tuyên bố “đầy thách thức” này đã khiến nhiều hãng xe hơi khác đẩy nhanh tiến độ nghiên cứu và sản xuất xe điện, đồng thời, Bộ Năng lượng Mỹ cũng mạnh tay đầu tư để mở rộng cơ sở hạ tầng trên toàn quốc – mà chủ yếu là lắp đặt các trạm sạc công cộng, ngoài ra, tiếp tục phát triển công nghệ pin lithium-ion, qua đó làm giảm giá thành xe điện.

Giờ đây, người tiêu dùng đã có khá nhiều lựa chọn khi muốn mua một chiếc xe điện. Con số là khoảng hơn 30 mẫu xe điện và 45 mẫu xe hybrid đã được tung ra thị trường với nhiều kích thước khác nhau. Tổng cộng có 16,5 triệu chiếc xe đang lăn bánh trên toàn thế giới và số lượng xe bán ra cũng tăng rất nhanh, với 2 triệu chiếc đã tới tay khách hàng chỉ trong quý I/2022.

Vẫn còn quá sớm để nói tương lai sẽ đưa xe điện đi xa tới mức nào, nhưng chắc chắn một điều, là xe điện có rất nhiều tiềm năng để tạo ra một tương lai bền vững hơn.



MATE RIMAC

TUỔI TRẺ TÀI CAO

BÀI: PHẠM HOÀNG

TRÊN BÀN ĐỒ XE ĐIỆN TOÀN CẦU, KHÔNG CÓ TÊN CROATIA. NHƯNG QUỐC GIA NHỎ BÉ NẰM CẠNH BIỂN ADRIATIC NÀY LẠI CÓ MỘT CÔNG DÂN SỞ HỮU TẦM ẢNH HƯỞNG LỚN TỚI SỰ PHÁT TRIỂN CỦA XE ĐIỆN, ĐẶC BIỆT LÀ PHẦN KHÚC XE HIỆU SUẤT CAO. Ở TUỔI 34, MATE RIMAC LÀ MỘT TRONG NHỮNG NHÂN VẬT QUAN TRỌNG NHẤT CỦA CẢ NGÀNH CÔNG NGHIỆP XE HƠI.

Năm ngoái, Mate Rimac cũng đã được bầu chọn vào danh sách những cá nhân góp phần định hình thế giới xe điện, sánh vai cùng CEO Herbert Diess của Volkswagen hay tỷ phú Elon Musk của Tesla. Tên anh có vẻ xa lạ với hầu hết người tiêu dùng, nhưng đã làm trong hai lĩnh vực siêu xe và xe điện, thì không ai lại không biết đến Mate Rimac, ông chủ kiêm nhà sáng lập Rimac Automobili, đồng thời là CEO của Bugatti Rimac – một liên minh giữa Rimac Group, Porsche Group và thương hiệu siêu xe Bugatti. Chưa kể đến, trong tay anh còn có Greyp Bikes, công ty chuyên xe máy điện hiện đang hoạt động rất hiệu quả.

Cũng phải nói thêm rằng, Rimac Nevera đang được coi là chiếc xe điện nhanh nhất thế giới, thuộc Top 5 xe điện đắt nhất thế giới và sẽ còn được nâng cấp ở các phiên bản tiếp theo.

Thuở thiếu thời, Mate Rimac dành tình yêu cho khoa học. Ở bậc trung học, anh đã giành vô số giải thưởng ở địa phương, quốc gia và quốc tế về cải tiến

và phát minh công nghệ. Năm 19 tuổi, sau khi sở hữu một chiếc BMW series 3 đời 1984, Mate Rimac đã biến nó thành xe điện ngay trong ga-ra nhà mình. Khó tin nhưng có thật, sản phẩm xe điện đầu tay của anh đã phá vỡ 5 kỷ lục thế giới về khả năng tăng tốc, sau khi nó lăn bánh khoảng 3 km trên một đường đua ở gần Zagreb.

Sau này, nó được đặt tên là Green Monster – Quái vật màu xanh, dựa vào màu sơn nguyên bản. Mate Rimac tiết lộ, anh bán các bằng sáng chế độc quyền để lấy tiền mua và nâng cấp Green Monster, cộng thêm các khoản tài trợ từ một số nhà đầu tư hảo tâm. Một trong các sáng chế nổi tiếng của Mate Rimac khi đó là chiếc găng tay kỹ thuật số iGlove, có thể thay thế cả chuột và bàn phím máy tính.

Năm 2009, anh sáng lập Rimac Automobili và hai năm sau, thương hiệu non trẻ này cho ra đời chiếc siêu xe thuần điện đầu tiên, mẫu Concept One. Đó gần như là sản phẩm của bộ đôi Mate Rimac và Adriano Mudri, một nhà thiết kế làm việc cho General Motor. Tham gia nhiều triển lãm xe hơi danh tiếng, Concept One nhận được vô số sự quan tâm của các thương hiệu xe hơi lớn cũng như khách hàng. Với giá 980.000 USD, nó được sản xuất giới hạn 88 chiếc, bán hết rất nhanh và còn giành thắng lợi trong nhiều cuộc đua – cả về tốc độ lẫn chinh phục địa hình khó. Ngay từ khi đó, Mate Rimac đã ý thức rất rõ ràng về tầm nhìn của bản thân và cả công ty, rằng xe điện chính là tương lai. Tất cả những gì cần làm chỉ là nỗ lực hết mình để biến giấc mơ thành hiện thực.

Từng được đề nghị chuyển công ty sang Trung Đông để có được khoản đầu tư lớn từ Hoàng gia UAE (Các Tiểu vương quốc Ả-rập thống nhất) trong thời điểm khó khăn nhất, nhưng Rimac vẫn lạnh lùng





từ chối vì không muốn rời khỏi Croatia. Để duy trì Rimac Automobili, Mate Rimac phải làm việc cùng lúc cho nhiều hãng xe, tham gia nghiên cứu pin, bộ truyền động điện, thiết kế và sản xuất xe nguyên chiếc. Số tiền kiếm được anh dồn vào việc phát triển Concept One và cố gắng tìm kiếm thêm nhà đầu tư để nó có thể chính thức ra mắt.

“Đó là điều điên rồ nhất mà tôi từng thực hiện”, Rimac đã nói như vậy. Bởi Croatia không có ngành công nghiệp xe hơi, đồng nghĩa với việc anh không thể thuê được những người giàu kinh nghiệm. Anh cũng không đủ khả năng tài chính để mời được các kỹ sư, chuyên gia và thợ giỏi từ nước ngoài. Anh cũng từng đề nghị Đại học cơ khí Zagreb cùng nghiên cứu sản xuất chiếc Concept One, nhưng người ta nói chuyện đó là viễn vông, và khuyên anh nên từ bỏ. Giờ đây, Mate Rimac làm chủ một hãng xe hơi có giá trị gần 1 tỷ USD, còn Adriano Mudri đảm nhiệm vị trí Giám đốc thiết kế.



Nhiều người sẽ thắc mắc, rằng vì sao sau 13 năm phát triển, Rimac Automobili với khoảng 1.000 nhân viên vẫn chỉ có vốn vẹn hai mẫu xe? Bởi mục tiêu lớn nhất của Mate Rimac chính là việc trở thành nhà cung ứng chính hệ thống điện cho các hãng xe lớn – nhất là những hãng muốn phát triển dòng xe hiệu suất cao, hay ngắn gọn là siêu xe. Năm 2018, hãng xe Đức Porsche Group đã mua lại 10% cổ phần để hình thành mối quan hệ đối tác, như một phần của quá trình chuyển đổi sang xe điện. Một năm sau, đến lượt Hyundai đầu tư hơn 100 triệu USD vào Rimac Automobili và công bố kế hoạch hợp tác sản xuất xe điện hiệu suất cao, để rồi trở thành cổ đông chiến lược, nắm giữ 12% cổ phần, chỉ xếp sau chính Mate Rimac với 37% và Porsche với 24%.

Tháng 7/2021, Volkswagen đã ra thông cáo về việc thành lập liên doanh giữa hai thương hiệu thuộc quyền quản lý của tập đoàn này là Porsche và Bugatti với Rimac Automobili. Mang tên Bugatti Rimac, cổ phần của liên doanh này do Rimac Group nắm giữ 55%, 45% còn lại thuộc về Porsche. Điều này cũng dẫn đến việc Hyundai tuyên bố ngừng các dự án trong tương lai với Rimac Automobili hồi tháng 5/2022, nhưng bù lại, Porsche sẽ đổ thêm vào liên doanh này 500 triệu USD. Vậy thì, điều gì đã dẫn đến sự ra đời của liên doanh này? Đó là nỗi khó khăn trong việc điện hóa những chiếc siêu xe của Bugatti. Với mẫu Chiron, để ra mắt phiên bản xe điện, Volkswagen phải bỏ ra 420 triệu USD, nhưng nếu có sự can thiệp của Rimac Automobili, con số chỉ còn là 240 triệu USD. CEO Herbert Diess đã khôn ngoan lựa chọn hợp tác với hãng xe non trẻ để tiết kiệm tối đa chi phí đầu tư, mà lại giữ được thương hiệu Bugatti. Nên biết, Volkswagen luôn phải chịu lỗ đến vài triệu USD cho mỗi mẫu Bugatti bán ra, và trong công cuộc điện hóa, ban lãnh đạo tập đoàn đã nhiều lúc nghĩ đến chuyện từ bỏ thương hiệu này.

Không chỉ Bugatti, còn rất, rất nhiều hãng siêu xe khác phải cậy nhờ đến Mate Rimac trong quá trình sản xuất xe điện. Như mẫu Battista của Pininfarina được Mate Rimac hỗ trợ kỹ thuật cho bộ pin và hệ thống truyền động, cho phép phát triển trên nền tảng chiếc Nevera. Như mẫu Valkyrie của Aston Martin được Mate Rimac xử lý hệ thống pin hybrid trọng lượng nhẹ, cũng như động cơ điện hỗ trợ tăng sức mạnh cho động cơ chính 6,5L. Như mẫu Regera của Koenigsegg được Mate Rimac trang bị bộ pin cỡ nhỏ 9,27 kWh có khả năng tạo ra công suất đến 670 mã lực bổ sung cho động cơ 5L V8 tăng áp kép.

Ngoài ra, Rimac Automobili còn nghiên cứu cả các dịch vụ kết nối và công nghệ xe tự lái. Chính Mate Rimac là người trực tiếp phát triển các tính năng hỗ trợ lái tự động trong những tình huống đặc biệt, hệ thống giám sát người lái và bên ngoài xe, cộng với hệ thống Driver Coach (huấn luyện tài xế). Anh cũng tham gia viết phần mềm di động cho OEM (nhà sản xuất thiết bị gốc), chẳng hạn như ứng dụng cho phép kiểm soát từ xa việc sạc và sưởi ấm xe điện. Công nghệ mang dấu ấn của Mate Rimac chắc chắn sẽ hiện diện trên rất nhiều chiếc xe điện mà chúng ta sử dụng sau này.

Ở tuổi 34, Mate Rimac hoạt động như cỗ máy không ngừng nghỉ. Bởi trước mắt anh còn nhiều thử thách giải quyết. Đó là tiếp tục nâng cấp chiếc Nevera

để nó hoàn thiện hơn trong các phiên bản sau. Đó là mở rộng trụ sở, nâng số lượng nhân viên từ hơn 1.000 người lên 2.500 người. Đó là đạt doanh thu khoảng 600 triệu USD/năm. Đó là đưa cổ phiếu Rimac lên sàn chứng khoán.

Nhìn vào, rõ ràng Rimac Automobili đang gặt hái rất nhiều thành công, nhưng Mate Rimac lại có một định nghĩa khác về điều này. “Tôi nghĩ là chưa. Hiện công ty vẫn đang đốt tiền mặt, vẫn phải huy động từ các nhà đầu tư và chúng tôi còn chưa xuất xưởng Nevera. Với tôi, thành công là khi chúng tôi giao xe hằng tuần cho khách hàng trên toàn thế giới, là tập đoàn dẫn đầu về xe điện hiệu suất cao và có lượng pin cũng như hệ thống truyền động chuyển tới OEM hằng ngày”. Đơn giản nhưng rõ ràng, đầy đủ.



Cuộc chạy đua tới **HỒI NƯỚC RÚT**

TRONG KHOẢNG 1,3 TỶ Ô TÔ ĐANG LƯU THÔNG TRÊN TOÀN CẦU, XE ĐIỆN CHỈ CHIẾM CHỨNG 15%. THỊ PHẦN CỦA XE ĐIỆN DÙ ĐANG Ở MỨC THẤP, NHƯNG TĂNG ĐỀU THEO THỜI GIAN, VÀ CÁI TÊN DẪN ĐẦU VẪN LÀ TESLA – NHÀ TIÊN PHONG TRONG CẢ BA LĨNH VỰC: THIẾT KẾ, SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH. TUY NHIÊN, NẾU NHÌN VÀO GƯƠNG CHIẾU HẬU, TESLA SẼ NHẬN RA, CÁC ĐỐI THỦ BẮM ĐUỔI NGÀY Càng ĐÔNG HƠN, VÀ KHOẢNG CÁCH CŨNG DẦN ĐƯỢC THU HẸP LẠI...

BÀI: NHẬT MINH



Elon Musk trong buổi ra mắt chiếc Tesla Model



Năm ngoái, trong bối cảnh đại dịch hoành hành khắp nơi, Tesla vẫn bán được hơn 936.000 xe, chiếm gần 14% thị phần toàn cầu. Theo sau là tập đoàn Volkswagen, hơn 11%; thứ ba là BYD – một thương hiệu Trung Quốc, được 9%; rồi đến General Motors, khoảng 7,6%; và thứ năm là một cái tên còn khá xa lạ: Stellantis, có trụ sở đặt tại Amsterdam, Hà Lan. Hyundai Motor chiếm 5%, nhỉnh hơn một chút so với BMW là 4,8%. Mercedes-Benz và Toyota nằm trong Top 12, còn Ford vắng mặt một cách khó hiểu.

Theo Bloomberg, hiện Trung Quốc vẫn là thị trường xe điện lớn nhất thế giới (34%), tiếp theo là Mỹ (28%) và Đức (11%). Châu Á cũng là khu vực đi đầu trong việc chuyển đổi từ xe hơi truyền thống sang xe điện, vượt trội so với châu Âu và khu vực Bắc Mỹ.



Châu Á cũng là khu vực đi đầu trong việc chuyển đổi từ xe hơi truyền thống sang xe điện, vượt trội so với châu Âu và khu vực Bắc Mỹ.

Lợi thế lớn nhất của Tesla ở thời điểm này chính là không phải tốn chi phí nuôi một bộ máy quá cồng kềnh. Tesla không có mạng lưới đại lý dày đặc, không có công đoàn cố định hay những công ty – thương hiệu lớn “buộc phải” kế thừa và quản lý. Al Bedwell, nhà phân tích của LMC Automotive cho biết: “Đây là vấn đề nan giải đối với bất kỳ hãng xe hơi truyền thống nào muốn tham gia vào lĩnh vực xe điện một cách toàn diện. Họ không thể ngay lập tức từ bỏ các dòng sản phẩm truyền thống, vẫn phải hỗ trợ mọi hoạt động thông thường, dù tốn kém, vì đó vẫn là kênh doanh thu chính. Chưa tới giờ phút cuối cùng, họ vẫn phải bán xe động cơ đốt trong”.

Tuy nhiên, có nhiều lý do để các hãng xe này đẩy nhanh quá trình chuyển đổi. Thứ nhất là quy định nghiêm ngặt của Liên minh châu Âu (EU) về việc giảm lượng phát thải CO₂ của ô tô. Thứ hai là việc chính phủ Trung Quốc đã triển khai hệ thống kiểm soát, buộc các thương hiệu phải sản xuất “xe sạch”, hoặc mua tín dụng cho lượng CO₂ mà xe hơi của họ thải ra môi trường.

Theo Forbes, 75% lượng xe bán ra tại Na Uy trong năm 2021 là xe điện, và chính phủ nước này đã quyết tâm loại bỏ hoàn toàn xe dùng động cơ đốt trong vào năm 2025. Tốc độ thực sự gây choáng ngợp.



Một thương hiệu khác cũng thuộc quản lý của Volkswagen là Audi đã lên kế hoạch bán 12 mẫu xe điện từ nay tới năm 2025.

Như Volkswagen chẳng hạn. Khoản tiền phạt 30 tỷ USD vì gian lận khí thải là một cú sốc lớn với hãng xe Đức, đồng thời, biến ban lãnh đạo thành những người nhiệt thành nhất trong việc nghiên cứu và phát triển xe điện. “Volkswagen sẽ thay đổi hoàn toàn”, Giám đốc điều hành Herbert Diess (người lưu ý thời điểm từ chức ngày 1/9/2022) tuyên bố với các cổ đông. Giờ đây, ông được bầu chọn trở thành nhân vật có tầm ảnh hưởng lớn nhất trong ngành công nghiệp xe điện, xếp trên cả tỷ phú Elon Musk, người đứng đầu Tesla, Inc.

Chỉ trong vòng 2 năm, đã có hơn 41.000 chiếc xe điện hạng sang Porsche Taycan được giao tới tay khách hàng. Một thương hiệu khác cũng thuộc quản lý của Volkswagen là Audi đã lên kế hoạch bán 12 mẫu xe điện từ nay tới năm 2025. Tập đoàn Volkswagen được LMC Automotive dự báo sẽ bán được 1,4 triệu xe điện trong năm 2025, qua đó cướp lấy vị trí dẫn đầu từ tay Tesla. Khó khăn nhưng không phải là bất khả thi.



Herbert Diess, cựu CEO của Volkswagen, một trong những người có ảnh hưởng nhất ngành công nghiệp xe điện hiện nay





Phải chi số tiền khổng lồ cho việc chuyển đổi, các nhà sản xuất xe hơi nhanh chóng tìm kiếm đối tác để chia sẻ chi phí. BMW và Daimler (tập đoàn mẹ của Mercedes-Benz), dù là những đối thủ cạnh tranh vào loại gay gắt nhất hiện nay, đã công bố sẽ cùng nghiên cứu tính năng lái xe tự động trên xe điện.

Volkswagen tính toán chi 34 tỷ USD trong vòng 5 năm để sản xuất phiên bản xe điện hoặc hybrid cho mọi mẫu xe trong mọi dòng sản phẩm và cho tới năm 2028, họ sẽ có tổng cộng 70 phiên bản xe điện mới, đến cuối năm 2030, phải đạt được mục tiêu cứ 10 xe bán ra sẽ có 4 chiếc xe điện. Bên cạnh đó, hãng cũng tiếp tục nghiên cứu phát triển dòng pin riêng và xây dựng mạng lưới trạm sạc ở những thị trường trọng điểm.

Phải chi số tiền khổng lồ cho việc chuyển đổi, các nhà sản xuất xe hơi nhanh chóng tìm kiếm đối tác để chia sẻ chi phí. BMW và Daimler (tập đoàn mẹ của Mercedes-Benz), dù là những đối thủ cạnh tranh vào loại gay gắt nhất hiện nay, đã công bố sẽ cùng nghiên cứu tính năng lái xe tự động trên xe điện. Liên minh này đã đầu tư 1 tỷ USD để phát triển các dịch vụ di động, bao gồm cả hệ thống chia sẻ phương tiện (ride-sharing) và trạm sạc.

Trong khi đó, Ford sẽ sản xuất xe điện dựa trên nền tảng của Volkswagen, cùng nhau đầu tư vào Argo AI, một hãng xe tự hành được định giá khoảng 7 tỷ USD. Còn Fiat Chrysler đề xuất sáp nhập cùng Renault để trở thành tập đoàn xe hơi lớn thứ ba thế giới, đồng thời, tiết kiệm đến 5,6 tỷ USD chi phí mỗi

năm. Tiếc là đề xuất này không thực hiện được, để Renault luôn than thở về cơ hội đã mất, về cả “giá trị tài chính” lẫn “sự hợp lý về mặt công nghệ”.

Di nhiên, chúng ta không được phép quên Trung Quốc, thị trường xe điện lớn nhất thế giới, có doanh số 124,2 tỷ USD trong năm 2021 và dự báo sẽ đạt tới 799 tỷ USD vào năm 2027. Ngoài Tesla, bốn trong năm nhà sản xuất xe điện lớn nhất đều là thương hiệu nội địa, và Tesla cũng chỉ nắm được 6,6% thị phần, tương đương với 319.102 xe bán ra hồi năm ngoái. Những cái tên còn lại là GAC, năm 4,2%; Cherry, năm 4,9%, SGMW, năm 10,1% và BYD, năm 27,9%. Lợi thế của thương hiệu này so với Tesla chính là sản phẩm giá bình dân, dễ tiếp cận với nhiều nhóm đối tượng khách hàng, và còn được hậu thuẫn bởi lòng yêu nước của người tiêu dùng Trung Quốc.



Có thể nói, toàn bộ ngành công nghiệp xe điện đang đối mặt với thách thức và cũng là cơ hội. Jim Hackett, cựu Chủ tịch kiêm CEO của Ford từng chia sẻ với CNN, rằng việc sản xuất xe điện đã không giới hạn trong lĩnh vực công nghệ, và lợi thế của Ford chính là đã sở hữu sẵn mô hình công nghiệp để cho ra đời số lượng sản phẩm khổng lồ. Con số kỳ vọng là 600.000 chiếc vào cuối năm 2023, 2 triệu chiếc vào cuối năm 2026, với khoản đầu tư 50 tỷ USD. Còn “sếp sòng” của Tesla, tỷ phú Elon Musk, khi công bố chiếc Model Y đã tuyên bố, “mục tiêu của chúng tôi là nỗ lực để toàn bộ phần còn lại của ngành công nghiệp xe hơi chuyển sang dùng động cơ điện”.



Thị trường này bất kỳ ai cũng thêm muốn, nhưng để chen chân được vào đó lại không đơn giản chút nào. Và sức mạnh của người Trung Quốc trong lĩnh vực này thì không thể coi thường. Cũng theo dự báo của LMC Automotive, đến năm 2025, Geely (tập đoàn đang sở hữu hãng xe Volvo) sẽ vượt qua Tesla để trở thành nhà sản xuất xe điện ăn khách thứ ba trên thế giới, sau Volkswagen và liên minh Renault – Nissan – Mitsubishi. Nhưng nếu phải kể ra một quốc gia nhanh chân nhất trong việc chuyển đổi, thì đó chính là Na Uy. Theo Forbes, 75% lượng xe bán ra tại Na Uy trong năm 2021 là xe điện, và chính phủ nước này đã quyết tâm loại bỏ hoàn toàn xe dùng động cơ đốt trong vào năm 2025. Tốc độ thực sự gây choáng ngợp.

Để đạt được điều này, vẫn còn nhiều câu hỏi cần lời giải đáp. Liệu các quốc gia có sẵn sàng xây dựng đủ cơ sở hạ tầng cần thiết (như các trạm sạc công cộng) để đáp ứng nhu cầu về xe điện, cũng như giữ đúng cam kết về việc ngừng sử dụng động cơ đốt trong? Điều gì sẽ xảy ra nếu lưới điện gặp sự cố? An ninh sẽ được tăng cường thế nào khi lưới điện giờ đây có thể ảnh hưởng tới toàn bộ hệ thống giao thông của một đất nước?

Bất chấp những điều đó, xe điện vẫn là xu hướng không thể phủ nhận. Sự chuyển đổi mang tính lịch sử từ động cơ đốt trong sang động cơ điện là chuyển đương nhiên phải xảy ra, trong một tương lai gần.

ĐẮT NHẤT & NHANH NHẤT

BÀI: LÔI PHONG

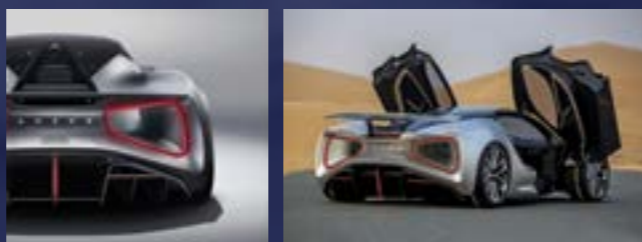


LỢI THẾ CỦA XE ĐIỆN CHÍNH LÀ VIỆC CẮT GIẢM CHI PHÍ SỞ HỮU VÀ VẬN HÀNH, GIẢI BÀI TOÁN KINH TẾ CHO SỐ ĐÔNG. TUY NHIÊN, VẪN CÓ NHỮNG NGƯỜI THÍCH BỎ RA NHIỀU TIỀN HƠN ĐỂ SỞ HỮU NHỮNG CHIẾC XE ĐIỆN KHÁC BIỆT VÀ GÂY ẤN TƯỢNG MẠNH KHI LĂN BÁNH TRÊN ĐƯỜNG. ĐÓ LÀ LÝ DO ĐỂ CÁC NHÀ SẢN XUẤT KHÔNG NGẦN NGẠI TUNG RA NHỮNG PHIÊN BẢN SIÊU XE ĐIỆN VỚI GIÁ TRÊN TRỜI, MÀ TRÊN THỰC TẾ, THƯỜNG XUYẾN CHÁY HÀNG NGAY TỪ KHI CÔNG BỐ. GIỚI THIỆU ĐẾN QUÝ ĐỘC GIẢ 5 MẪU XE ĐIỆN ĐẮT NHẤT VÀ ĐÁNG CHÚ Ý NHẤT Ở THỜI ĐIỂM HIỆN TẠI.

Lotus Evija – 2,8 triệu USD

Chính thức được bán ra thị trường vào năm ngoái, Lotus Evija là mẫu xe điện đắt nhất thế giới ở thời điểm hiện tại, với giá xuất xưởng 2,8 triệu USD, chỉ sản xuất giới hạn 130 chiếc. Trong danh mục xe siêu sang, nó được xếp cùng hạng với Bugatti Chiron và Veyron. Sản phẩm của hãng xe Anh quốc Lotus Car được trang bị 4 động cơ điện tạo ra sức mạnh 1.973 mã lực, cho phép tăng tốc từ 0 - 100 km/h trong vòng 3 giây trước khi đạt tốc độ tối đa 320 km/h. Năng lượng cung cấp trực tiếp cho xe là khối pin lithium-ion 70 kWh đặt giữa hai ghế ngồi, cho phép sạc đầy chỉ mất 18 phút và chạy được tối đa 400 km giữa hai lần sạc.

Kiểu dáng của xe lấy cảm hứng từ những chiếc xe đua Lotus hồi thập niên 1950 - 1960, dùng các loại vật liệu cao cấp như thép, sợi carbon để trọng lượng



chỉ nặng chưa tới 1,7 tấn. Vì động cơ điện hoàn toàn không có tiếng ồn nên nhà sản xuất đã giả lập âm thanh cho Evija dựa theo tiếng động cơ V8 3.0L của chiếc Lotus Type 49, với sự tham gia sản xuất của nhiều nghệ sĩ âm nhạc danh tiếng. Kết nối điện toán đám mây, tương thích Apple CarPlay và Android Auto, ứng dụng theo dõi, giám sát, kiểm tra tình trạng xe toàn diện, mọi nơi mọi lúc là những yếu tố không thể thiếu trên Evija.

Rimac Nevera – 2,44 triệu USD

Mẫu xe đầu bảng của Rimac Automobil – một thương hiệu đến từ Croatia – được lấy tên theo một cơn bão trên Địa Trung Hải, ám chỉ tốc độ khủng khiếp của nó. Đúng vậy, dù chưa được chính thức công nhận nhưng Nevera hiện đang là chiếc xe điện tăng tốc nhanh nhất hiện nay: từ 0 - 100 km/h chỉ mất 1,96 giây, chạy hết quãng đường 400 mét chỉ mất 8,582 giây với tốc độ hiển thị tại vạch đích là 269,58km/h, tốc độ tối đa đạt tới 420km/h. Nevera dùng pin lithium/mangan/nicken 120kWh – lớn nhất trong các dòng xe điện thương mại, sở hữu 4 động cơ điện tạo ra sức mạnh 1.914 mã lực. Thời gian sạc của Nevera là 19 phút để đạt từ 0 - 80%, quãng đường di chuyển tối đa giữa hai lần sạc là 550 km. Đây là con số đáng mơ ước với bất kỳ mẫu xe điện nào.

Lớp vỏ ngoài của Nevera và bộ khung đều làm từ carbon, giúp bảo vệ khối pin an toàn hơn, trọng tâm xe được hạ thấp và trọng lượng cũng không quá nặng, chỉ hơn 2 tấn. Một tính năng đáng chú ý khác là hệ thống hướng dẫn thông minh với 12 cảm biến siêu âm, 13 camera và 6 radar, giúp tài xế cải thiện khả năng lái xe qua quá trình sử dụng. Xe cũng được sản xuất giới hạn 150 chiếc, chính thức giao tới tay khách hàng từ mùa thu này với giá xuất xưởng 2,44 triệu USD.



RIMAC NEVERA



Hispano Suiza Carmen Boulogne – 1,9 triệu USD

Nhà sản xuất Hispano Suiza đã trình làng mẫu xe điện đỉnh cao Carmen Boulogne vào năm ngoái, lấy cảm hứng từ siêu xe Carmen, được thiết kế và sản xuất hoàn toàn trong nhà máy ở Barcelona, Tây Ban Nha. Trọng lượng của xe rất nhẹ, chỉ 1,6 tấn – đây là một trong những nguyên nhân chính giúp cải thiện đáng kể hiệu năng tốc độ. Nguồn năng lượng chính của xe lấy từ khối pin lithium-ion/polymer 80 kWh, cung cấp cho 4 động cơ nam châm vĩnh cửu nằm ở trục sau xe với sức mạnh 1.114 mã lực. Xe có thể tăng tốc từ 0 – 100 km/h trong 2,6 giây, đạt vận tốc tối đa 290 km/h, quãng đường di chuyển tối đa giữa hai lần sạc là 400 km.

Cũng như các đối thủ cùng phân khúc, Carmen Boulogne dùng vật liệu chủ yếu là carbon, cho lớp vỏ ngoài, khung sườn, ngoài ra việc tối ưu hệ thống treo,

hệ thống lái và điều khiển mô-men xoắn bằng véc-tơ đã giúp chiếc xe vận hành êm ái, linh hoạt và nhanh nhẹn hơn phiên bản gốc. Tuy nhiên, thứ làm nên giá trị lớn nhất cho Carmen Boulogne chính là thiết kế và tính độc nhất vô nhị của nó. Hispano Suiza đảm bảo cung cấp tới 1.904 chi tiết được cá nhân hóa cho khách hàng, và cũng chỉ 5 chiếc Carmen Boulogne sẽ được sản xuất mà thôi. Xe chính thức được xuất xưởng từ cuối năm nay với mức giá 1,93 triệu USD.



Aspark Owl – 3,6 triệu USD

Aspark, thương hiệu động cơ và các loại máy móc Nhật Bản chính thức phát triển Owl từ giữa năm 2018 với mục đích tạo ra chiếc xe điện có khả năng tăng tốc nhanh nhất thế giới. Riêng phần sản xuất lại do Manifattura Automobili Torino đảm nhận và triển khai hoàn toàn tại Italia, nên cũng có thể xem đây là sản phẩm hợp tác cụ thể hơn. Phần thân xe và khung gầm liền khối được làm từ sợi carbon, phía trên dựng thêm cấu trúc hỗ trợ bằng thép không gỉ để tăng độ cứng, có hệ thống treo kép với bộ giảm chấn thủy lực. 4 động cơ điện của Owl cho sức mạnh 1.984 mã lực và theo thông tin từ Aspark, xe có thể tăng tốc từ 0 – 100 km trong vòng 1,69 giây, từ 0 – 300 km trong 10,6 giây và nếu được ghi nhận, nó sẽ thay thế Rimac Nevera để trở thành chiếc xe điện nhanh nhất thế giới.

Tốc độ tối đa của Aspark Owl đạt tới 400 km/h, quãng đường di chuyển tối đa là 450 km giữa hai lần sạc. Xe được trang bị khối pin lithium-ion 64 kWh (sẽ tung ra các khối pin dung lượng lớn hơn trong tương lai). Vì tốc độ được mô tả là “khủng khiếp” nên Aspark Owl cũng sở hữu luôn hệ thống phanh gồm cực kỳ lợi hại, với 10 kẹp piston phía trước, 4 kẹp phía sau. Việc hạ trọng tâm xuống thấp khiến khoảng sáng gầm xe cũng cực kỳ khiêm tốn, chỉ 16cm, đồng nghĩa với việc Aspark Owl chỉ hợp với những con đường nhựa phẳng lý mà thôi.

Aspark dự kiến sản xuất đúng 50 chiếc Owl, trong đó 20 chiếc cho thị trường châu Âu, 20 chiếc cho thị trường châu Á và 10 chiếc cho thị trường Bắc Mỹ. Giá xuất xưởng là 3,6 triệu USD và khi chính thức giao tới tay khách hàng, đây sẽ là chiếc xe điện đắt giá nhất và nhanh nhất trên thế giới.



Tesla Roadster The Founders Series – 250.000 USD

Là thương hiệu xe điện hàng đầu thế giới, sẽ rất ngạc nhiên nếu Tesla không có sản phẩm nào góp mặt trong danh sách này. Về giá cả, mẫu xe đầu bảng của Tesla còn quá khiêm tốn so với những cái tên còn lại nhưng mức độ quan tâm của công chúng dành cho nó lại là “vô đối”. Và theo Elon Musk, thế hệ thứ hai của dòng xe thể thao này có thể tạo ra một cuộc cách mạng trong lĩnh vực thiết kế và chế tạo xe điện.

Đầu tiên là sự rộng rãi trong khoang lái: xe có tới bốn chỗ thay vì chỉ hai chỗ, rất phù hợp gia đình 3 người, dễ dàng chuyển thành mui trần. Tiếp theo, khối pin của xe sẽ đạt tới dung lượng 200 kWh, cho phép di chuyển tối đa tới gần 1.000 km giữa hai lần sạc. Đây là con số mang tính đột phá, nhưng cũng không gây nhiều ngạc nhiên bởi trong bao năm qua, Tesla vẫn đi đầu trong khâu nghiên cứu và phát triển pin. Khả năng khí động học cũng được tối ưu ở phần ngoại thất để xe đạt hiệu suất vận hành tốt nhất, kết hợp động cơ điện 3 khối tạo ra mô-men xoắn cực đại lên đến 10.000 Mn. Đó là lý do vì sao Tesla Roadster có thể tăng tốc từ 0 – 100 km chỉ trong 1,9 giây và đạt tốc độ tối đa 402 km/h.

Như vậy, Tesla đã giới thiệu một chiếc siêu xe thể thao đúng nghĩa, nhưng lại hướng tới mọi đối tượng khách hàng. Và mức giá của nó phải được xem là rẻ, nếu không nói là quá rẻ: 250.000 USD cho phiên bản giới hạn The Founder Series (chỉ 1.000 chiếc, trả trước toàn bộ), 200.000 USD cho bản Roadster phổ thông (đặt cọc 50.000 USD). Dự kiến xe sẽ giao tới tay khách hàng từ năm 2023, và chắc chắn cả thế giới sẽ tranh cướp nhau để sở hữu một chiếc xe điện có giá trị sử dụng vượt trội so với chi phí.



TRÊN NGƯỠNG CỬA ĐỔI THAY

BÀI: HOÀNG ANH

TỪNG BỊ XEM LÀ VIỄN VÔNG, NHƯNG SIÊU XE CHẠY ĐIỆN ĐANG ĐỊNH NGHĨA LẠI KHÁI NIỆM PHI THƯỜNG NGAY TRONG THỜI ĐIỂM HIỆN TẠI. HAI NĂM TRỞ LẠI ĐÂY, NHIỀU MẪU XE KHÁC NHAU ĐÃ XUẤT HIỆN, CÔNG SUẤT HƠN 1.000 MÃ LỰC VÀ TỐC ĐỘ TỐI ĐA TRÊN 320 KM/H ĐÃ TRỞ NÊN PHỔ BIẾN. VÀ CÁC NHÀ SẢN XUẤT BẮT ĐẦU TẬP TRUNG NHIỀU HƠN VÀO CÔNG CUỘC ĐIỆN HÓA, DỰA VÀO ĐỘNG CƠ ĐIỆN ĐỂ VƯỢT QUA GIỚI HẠN CỦA ĐỘNG CƠ ĐỐT TRONG.

Trong vài thập kỷ qua, gara của Luciano Colosio, một kỹ sư cảnh quan, luôn tuân thủ quy định nghiêm ngặt: mọi chiếc xe lọt vào đó phải có 12 xy-lanh. Đó là chiếc McLaren F1, chiếc Pagani Huayra BC trị giá 2,6 triệu USD, chiếc Bugatti Veyron, hai chiếc Aston Martin One-77 với động cơ Cosworth chế tạo thủ công và cả loạt xe Ferrari. Nhưng giờ thì quy định đó đã bị phá vỡ.

Ở tuổi 61, Luciano Colosio vừa đặt cọc 385.000 USD để lấy chiếc Battista giá 1,9 triệu USD, mẫu xe thuần điện của Pininfarina, hãng chuyên thiết kế và sản xuất phần thân xe Italia cực kỳ nổi tiếng. Chỉ 150 chiếc Battista được xuất xưởng, với phần ngoại thất mang trọn những đường nét gợi gợi nhớ đến phong cách thanh lịch đã thành truyền thống của Pininfarina. Nhưng công nghệ pin cung cấp cho động cơ mới là điểm nhấn đáng kể.

“Tôi đã có cơ hội tận mắt thấy chiếc xe này”, Luciano Colosio nói với phóng viên Financial Times. “Nó thực sự phù hợp với tôi. Chúng ta đang ở trong một giai đoạn mấu chốt (của ngành công nghiệp xe hơi) và đã đến lúc phải thay đổi”. Mô tả của Luciano Colosio có thể khác thường nhưng chính xác. “Trước giờ, mọi siêu xe đều giống nhau. Bốc mùi và cực kỳ ồn ào”. Nhưng đó chính là hai yếu tố hấp dẫn nội tại của siêu xe, cùng tính độc quyền và giá thấp nhất không bao giờ dưới 200.000 USD.

Ferrari, Lamborghini, Aston Martin và McLaren, những cái tên quen thuộc bậc nhất trong thế giới siêu xe đã có sự khởi đầu rất chậm chạp trong việc từ bỏ động cơ đốt trong, vốn là thế mạnh của họ trong suốt bao năm qua. Theo Jato Dynamics, các thương hiệu này đã bán được 22.000 siêu xe và dòng GT (Grand Tourer) hạng sang trong năm ngoái, tăng khoảng 18%

so với năm 2021. Không một chiếc nào trong số đó là xe thuần điện.

Mặc dù rất tích cực tận dụng hiệu suất của năng lượng điện nhưng làm siêu xe với động cơ thuần điện lại là câu chuyện khác. Tuy nhiên, sự xuất hiện của những “tay chơi” mới nổi sẵn sàng dùng động cơ thuần điện để chinh phục nhóm khách hàng giàu có đam mê tốc độ đã khiến những gã khổng lồ bảo thủ không thể ngồi yên. Đứng đầu trong số đó là Rimac Automobili, một công ty Croatia, dưới sự dẫn dắt của “siêu nhân” Mate Rimac, không chỉ sản xuất siêu xe điện mà còn cung cấp công nghệ điện cho nhiều nhà sản xuất xe hơi khác, bao gồm cả hệ thống động cơ hybrid cho siêu xe Valkyrie của Aston Martin. Chiếc Nevera của Rimac sẽ đến tay khách hàng trong mùa thu này, cái giá 2 triệu USD không làm bất kỳ người mua nào cảm thấy nao núng.

Volkswagen đã rất nhanh chóng thiết lập liên minh với Rimac Automobili để giúp quá trình điện hóa



Sự xuất hiện của những “tay chơi” mới nổi sẵn sàng dùng động cơ thuần điện để chinh phục nhóm khách hàng giàu có đam mê tốc độ đã khiến những “gã khổng lồ bảo thủ” không thể ngồi yên.



của hai thương hiệu con Porsche và Bugatti trở nên thuận tiện hơn, và SoftBank “ngủ” thấy mùi lợi nhuận, cũng đã ném tiền vào. Chiếc Pininfarina Battista mà Luciano Colosio đã đặt cọc được xây dựng trên nền tảng của chiếc Rimac Nevera, vì thế, nó được coi là một lựa chọn hết sức an toàn cho người mua.

Bất chấp những cam kết về khả năng tăng tốc chóng mặt nhờ công nghệ pin, việc duy trì trải nghiệm lái của những chiếc siêu xe truyền thống với năng lượng thuần điện vẫn là một thách thức. Năng lượng từ pin sạc có vẻ vẫn chưa phù hợp với những chiếc siêu

xe cần phải lướt nhanh như gió trên mọi cung đường, chưa kể đến trọng lượng nhẹ - chìa khóa cho sự linh hoạt của một chiếc siêu xe - lại trở thành bài toán khó do khối pin thường nặng đến vài trăm kg.

Từng có một câu hỏi rằng, “siêu xe chạy xăng có ý nghĩa gì trong thế giới xe điện”. Nhưng rõ ràng, việc các quốc gia đồng loạt thắt chặt quy định về khí thải, cam kết loại bỏ động cơ đốt trong và nhu cầu thay đổi của khách hàng buộc các thương hiệu siêu xe, dù muốn hay không, cũng phải bắt tay vào làm xe điện. Và câu trả lời cho câu hỏi trên là “không”. Không có ý nghĩa





gì hết. Sẽ đến lúc tất cả vào nằm trong viện bảo tàng, trong các bộ sưu tập cá nhân hoặc ra bãi xe phế thải. Chúng sẽ không còn cơ hội lăn bánh trên đường sau khoảng 10 năm nữa hoặc lâu hơn, tùy theo từng khu vực.

Cũng có những lý luận cho rằng, vì siêu xe ngự trị trên đỉnh chóp của thế giới xe hơi, là kết tinh của công nghệ và kỹ thuật chế tác, nên cần nhận được những sự ưu ái nhất định. Và Mate Rimac, kỳ lạ thay, lại lên tiếng ủng hộ. Anh nói: “Châu Âu đang tự bắn vào chân mình, giết chết ngành công nghiệp này trong tương lai, nếu các quy chuẩn về khí thải cũng được áp dụng cho siêu xe (dùng động cơ đốt trong). Tác động môi trường của chúng là rất nhỏ, số lượng quá ít và thời gian lăn bánh trên đường thường không dài. Về cơ bản, chúng là những tác phẩm nghệ thuật, và châu Âu là nơi dẫn đầu thế giới về siêu xe”.

Tuy nhiên, những người hoạt động trong lĩnh vực môi trường đã đưa ra những phản bác xác đáng. Rằng siêu xe là sản phẩm có xu hướng lợi nhuận vượt trội, khách hàng thuộc nhóm cao cấp, vì vậy, quá trình điện hóa lại càng phải nhanh hơn xe hơi đại chúng. Chưa kể, vì sao những người siêu giàu đủ khả năng mua siêu xe lại được phép phát thải nhiều hơn, trong khi phần còn lại của xã hội lại phải giảm lượng khí thải?

Rimac Automobili, với tư cách là một trong những nhà sản xuất bán siêu xe thuần điện đầu tiên, có khởi đầu rất ấn tượng nhưng cũng phải đối mặt với vô số thử thách. Mate Rimac giải thích: “Trên thị trường cực hiếm siêu xe thuần điện, vì thế, khách hàng rất



khó tìm được sản phẩm tham chiếu, hay nói rõ ràng hơn là không thể tìm nổi”. Điều này cũng ảnh hưởng khá nhiều đến quyết định mua xe. Nhưng Mate Rimac cũng hoàn toàn lạc quan về việc sẽ bán hết mẫu Rimac Nevera, và trong tương lai, “cần tổ chức nhiều sự kiện giới thiệu, quảng bá sản phẩm và thu hút thật nhiều người tham gia”.

Và nếu khách hàng vẫn muốn trung thành với những thương hiệu siêu xe đã quen thuộc, họ sẽ phải chờ đợi lâu hơn rất nhiều, bởi hầu hết trong số đó chỉ mới đang triển khai lộ trình điện hóa. Như Ferrari sẽ tung ra mẫu siêu xe thuần điện đầu tiên vào năm 2025 và đến 2030 cũng chỉ đảm bảo 40% số xe bán ra thị trường dùng hoàn toàn động cơ điện. Còn Lamborghini (thuộc quản lý của Volkswagen) mới chỉ hứa hẹn về một chiếc xe thuần điện “trong thập kỷ này” mà không đề cập thời gian cụ thể.

McLaren sẽ chỉ tung ra mẫu xe thuần điện vào năm 2028, còn năm nay, họ giới thiệu chiếc hybrid mang tên Artura. Còn Aston Martin, dựa dẫm rất nhiều vào cổ động lớn Mercedes-Benz, cũng đặt mục tiêu xuất xưởng xe điện vào năm 2025. “Chúng tôi đang thay đổi theo tốc độ mà khách hàng mong muốn”, CEO Lawrence Stroll cho biết. “Công bằng mà nói, tôi có thể đảm bảo không phải 100% khách hàng của Aston Martin đều muốn có xe điện ngay lúc này”.

Trong khi các hãng xe phổ thông đã lên kế hoạch về ngày ngừng sản xuất động cơ đốt trong thì hầu hết thương hiệu xe siêu sang vẫn còn rất lưỡng lự.

Ken Choo, Tổng quản lý HR Owen, đại lý Ferrari và Lamborghini lớn nhất thế giới, nói rằng khách hàng của ông hồi về xe điện ngày càng nhiều hơn, phần vì tò mò, phần vì ước ao được cả xã hội thấy họ đang làm điều đúng đắn. “Họ muốn trở thành những người đầu tiên lái những chiếc siêu xe sạch sẽ, thời trang và thân thiện với môi trường”.

Lawrence Stroll tiết lộ: “Chúng tôi vẫn sẽ tiếp tục xuất xưởng xe xăng, miễn là thị trường còn có nhu cầu. Nhưng chắc chắn xe xăng của chúng tôi sẽ được trang bị các công nghệ hybrid”.

Tuy nhiên, sự xuất hiện của tầng lớp người giàu mới thuộc thế hệ Y và thế hệ Z sẽ tạo ra những thay đổi lớn trong phân khúc khách hàng của các nhà sản xuất siêu xe. Trẻ tuổi, có tư duy tích cực, không đặt nặng vấn đề sở hữu, thế hệ Y và thế hệ Z còn đặc biệt quan tâm đến môi trường. Việc Trung Quốc trở thành thị trường xe điện lớn nhất thế giới cũng một phần nhờ vào ý thức giữ gìn và bảo vệ môi trường của cư dân (nhất là ở các đô thị lớn) đã được cải thiện đáng kể trong khoảng một thập niên trở lại đây. Nhiều người thực sự thấy “ngại” khi ngồi sau vô-lăng của chiếc xe có tiếng động cơ “đình tai nhức óc”, phải chịu đựng ánh mắt tò mò, giạ dử (và cả kỳ thị) của đám đông.

Cũng vì thế, Per Svantesson, ông chủ Pininfarina gọi những siêu xe thuần điện là “sự sang trọng vô tội”. Một phần ba khách hàng hiện tại của Pininfarina đã quyết tâm “chuyển” từ xe xăng sang xe điện, một phần ba vẫn trung thành với những mẫu xe Ferrari cổ điển do công ty từng thiết kế và xây dựng, một phần ba còn lại là những người mua siêu xe lần đầu tiên.

“Với siêu xe điện, chúng tôi mang đến cho thế giới một hy vọng, rằng mọi người đều có cơ hội tiếp tục tận hưởng mọi thứ theo cách bền vững nhất có thể”, Per Svantesson kết luận.



An aerial photograph of a fishing boat in the middle of a vast, deep blue ocean. The boat is surrounded by a large, circular green fishing net that has been cast out. The net's edge is visible as a thin white line on the water's surface. The boat is a small, colorful vessel with a blue hull and a green canopy. The water's surface is textured with small waves, and the overall scene is captured from a high angle, looking down at the boat and its net.

Chuyên mục
VĂN HOÁ

Live concert Bằng Kiều ft Người tình - Như một lời hẹn ước

Vào Ngày phụ nữ Việt Nam (20/10) năm nay, Bằng Kiều sẽ trở lại với liveshow Người tình in concert như một lời hứa cùng những "người tình" như Minh Tuyết, Thanh Hà và không thể thiếu Lê Quyên. Dàn khách mời "đỉnh đám" này sẽ sánh đôi cùng nam ca sĩ để trở thành những cặp tình nhân hay nhất trên sân khấu.

Đặc biệt, sự góp mặt của MC Nguyễn Cao Kỳ Duyên sẽ mang đến nhiều điều bất ngờ cho khán giả, bởi chị sẽ không chỉ là người dẫn chuyện mà còn sánh vai với Bằng Kiều trong những tình khúc lãng mạn. Ngoài ra, một tên tuổi còn rất mới mẻ tại thị trường âm nhạc Việt Nam - ca sĩ Như Ý, hứa hẹn sẽ là "làn gió mới" cho Người tình in concert số 02.

Live concert "Bằng Kiều ft Người tình" là liveshow đầu tiên của Bằng Kiều tại Hà Nội sau gần 3 năm đại dịch COVID-19. Chương trình sẽ là sự hòa trộn giữa những tình khúc bất hủ, những bản hit làm nên tên tuổi của Bằng Kiều và những ca khúc đang "hot trend" nhất hiện nay. Toàn bộ nhạc phẩm trong live concert sẽ do Bằng Kiều trực tiếp biên tập và nhạc sĩ Hoài Sa hòa âm phối khí, hứa hẹn mang đến cho người xem những cảm xúc đặc biệt nhất.

Thời gian: 20h ngày 20/10/2022

Địa điểm: Trung tâm Hội nghị Quốc gia, Hà Nội.



Sách Khi nữ tính là sức mạnh



Bạn đã từng nghe nhiều về IQ (Intelligence Quotient - Chỉ số Thông minh), EQ (Emotional Quotient - Chỉ số Trí tuệ cảm xúc), AQ (Adversity Quotient - Chỉ số Vượt khó). Thế còn khái niệm FemmeQ (Feminine Intelligence - Trí tuệ Nữ tính)? Khi nữ tính là sức mạnh giải thích về khái niệm FemmeQ một cách nhẹ nhàng, dễ hiểu.

Khi nữ tính là sức mạnh là một quá trình hơn 10 năm tích lũy kiến thức, trải nghiệm, học hỏi từ những người phụ nữ có tầm ảnh hưởng của tác giả Claire Ngo. Cô may mắn trải nghiệm vị trí quản lý cấp cao tại một số tập đoàn trong và ngoài nước, đó chính là cơ hội để Claire Ngo gặp, trò chuyện với rất nhiều người thú vị.

Trong cuốn sách này, tác giả sẽ cùng bạn đi tìm câu trả lời và mang đến những gợi mở đầy thú vị về khái niệm FemmeQ. Từ đó, bạn có thể áp dụng vào thực tế cuộc sống cũng như tiếp tục khám phá những khía cạnh mới về "Nữ tính" theo cách của riêng mình, tiếp tục phát triển bản thân để trở thành một người phụ nữ có giá trị, thành công và hạnh phúc hơn trong cuộc sống.

Bằng ngòi bút lý tính, văn phong nhẹ nhàng, tư duy sắc sảo, lập luận logic nhưng vẫn rất khiêm nhường và đồng cảm như trò chuyện, tác giả sẽ cùng bạn từng bước tìm hiểu và mở rộng khái niệm "FemmeQ" một cách thú vị và văn minh.

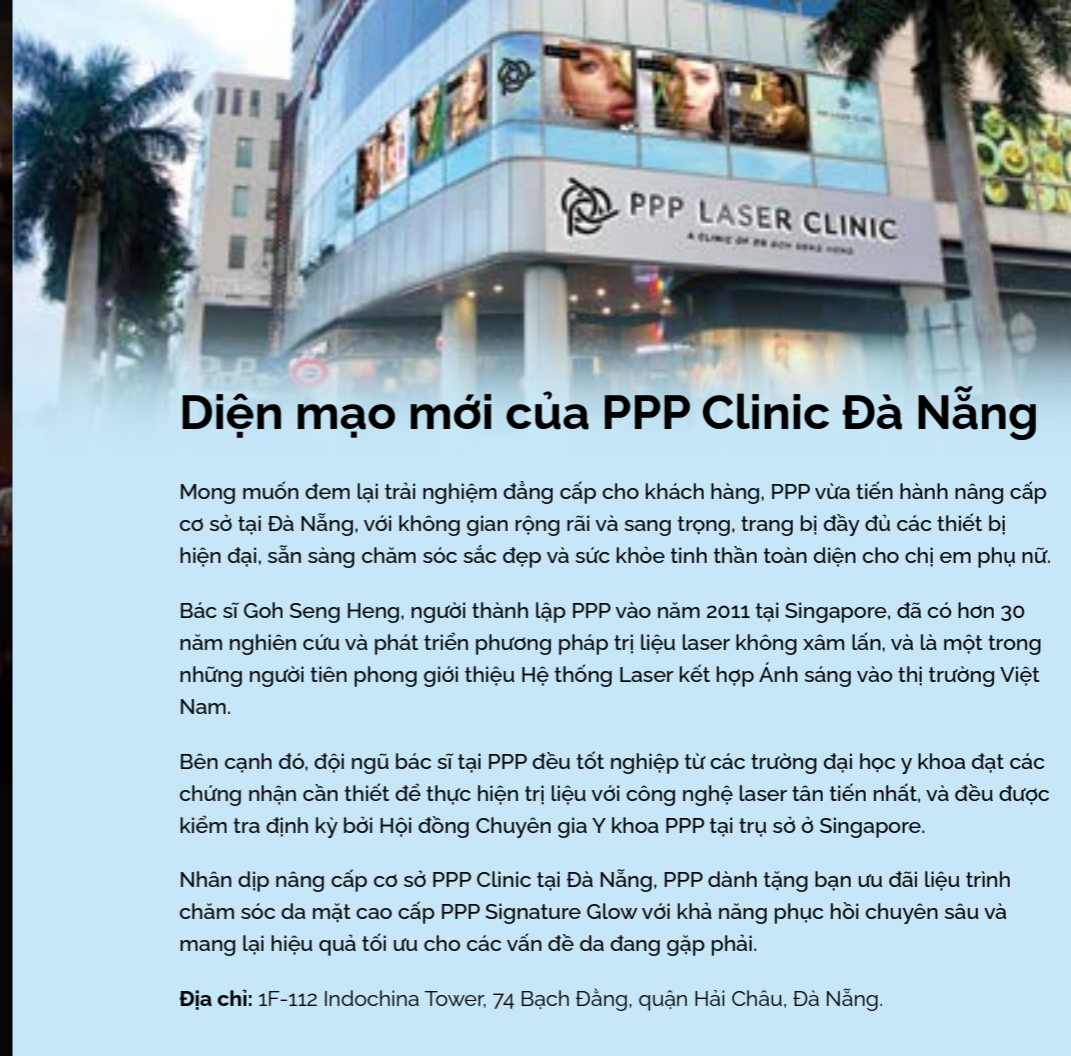


Phim Hạ cảnh khẩn cấp

Những năm gần đây, dòng phim thảm họa hay tận thế của Hàn Quốc luôn gây được tiếng vang về chất lượng nội dung, kỹ xảo hình ảnh lẫn diễn xuất ấn tượng của dàn diễn viên tên tuổi. Siêu phẩm Hạ cảnh khẩn cấp (tựa tiếng Anh: Emergency Declaration) của nhà làm phim Han Jae-rim cũng không ngoại lệ.

Trên độ cao hơn 8.534 mét, tính mạng 150 con người sẽ ra sao khi loại virus chết người xâm chiếm toàn bộ máy bay, còn họ không có bất cứ lối thoát nào khác? Căng thẳng, kịch tính nhưng cũng ngập tràn tình người, Hạ cảnh khẩn cấp mang đến một trải nghiệm điện ảnh tuyệt vời như những gì Train to Busan từng làm được.

Phim quy tụ dàn diễn viên đình đám bậc nhất xứ Hàn, bao gồm Song Kang-ho, Lee Byung-hun, Jeon Do-yeon, Kim Nam-gil, Yim Si-wan, Kim So-jin và Park Hae-jun với mức đầu tư khổng lồ (25 tỷ Won, tương đương 447 tỷ đồng). Sở hữu dàn diễn viên ngôi sao đình đám cùng cốt truyện hấp dẫn được ví von "một kịch bản thực tế đến gai người", Hạ cảnh khẩn cấp được kỳ vọng tạo nên cơn sốt phòng vé tại Việt Nam.



Diện mạo mới của PPP Clinic Đà Nẵng

Mong muốn đem lại trải nghiệm đẳng cấp cho khách hàng, PPP vừa tiến hành nâng cấp cơ sở tại Đà Nẵng, với không gian rộng rãi và sang trọng, trang bị đầy đủ các thiết bị hiện đại, sẵn sàng chăm sóc sắc đẹp và sức khỏe tinh thần toàn diện cho chị em phụ nữ.

Bác sĩ Goh Seng Heng, người thành lập PPP vào năm 2011 tại Singapore, đã có hơn 30 năm nghiên cứu và phát triển phương pháp trị liệu laser không xâm lấn, và là một trong những người tiên phong giới thiệu Hệ thống Laser kết hợp Ánh sáng vào thị trường Việt Nam.

Bên cạnh đó, đội ngũ bác sĩ tại PPP đều tốt nghiệp từ các trường đại học y khoa đạt các chứng nhận cần thiết để thực hiện trị liệu với công nghệ laser tân tiến nhất, và đều được kiểm tra định kỳ bởi Hội đồng Chuyên gia Y khoa PPP tại trụ sở ở Singapore.

Nhân dịp nâng cấp cơ sở PPP Clinic tại Đà Nẵng, PPP dành tặng bạn ưu đãi liệu trình chăm sóc da mặt cao cấp PPP Signature Glow với khả năng phục hồi chuyên sâu và mang lại hiệu quả tối ưu cho các vấn đề da đang gặp phải.

Địa chỉ: 1F-112 Indochina Tower, 74 Bạch Đằng, quận Hải Châu, Đà Nẵng.

Tiffany & Co. "chế tác" NFT CryptoPunk thành mặt dây chuyền giới hạn

Thương hiệu đồ trang sức sang trọng Tiffany & Co. thông báo bán 250 mặt dây chuyền nam kim cương và đá quý cho những người sở hữu NFT CryptoPunk.

Cụ thể hơn, CryptoPunk là một chuỗi 10.000 hình ảnh được mã hóa dưới dạng NFT trên blockchain Ethereum. Theo đó, NFT là chứng thư sở hữu đối với một mặt hàng kỹ thuật số và trong trường hợp này, sở hữu CryptoPunk NFT có nghĩa bạn là chủ sở hữu duy nhất của hình đại diện pixel độc nhất vô nhị.



"Chúng tôi đang đưa NFT lên một tầm cao mới. Được dành riêng cho chủ sở hữu CryptoPunks, NFTiff biến NFT của bạn thành một mặt dây chuyền đặt làm thủ công bởi các nghệ nhân của Tiffany & Co. Bên cạnh đó, bạn cũng sẽ nhận được một phiên bản NFT bổ sung của mặt dây chuyền", thương hiệu chia sẻ trong một bài đăng trên tài khoản Twitter của mình.

Mỗi CryptoPunk được giới hạn ở tối đa 3 mã thông báo NFTiff Token (được bán duy nhất trên website nft.tiffany.com) cho phép họ đúc một mặt dây chuyền tùy chỉnh. Có 87 thuộc tính và 159 màu sắc khác nhau có thể được sử dụng để thiết kế mặt dây chuyền và bản thân mặt dây chuyền sẽ có màu vàng hoặc vàng hồng 18-Karat, dựa trên bảng màu của NFT. Nếu tất cả các mặt dây chuyền phiên bản giới hạn được bán hết, Tiffany & Co. sẽ thu về 7.500 ETH (tương đương 12,7 triệu USD).

Triển lãm METALEX Vietnam 2022 và Triển lãm Công nghiệp Hỗ trợ 2022

Thời gian: 6-8/10/2022

Địa điểm: Trung tâm Hội chợ và Triển lãm Sài Gòn (SECC), quận 7, TP. Hồ Chí Minh

Hội Sách Hà Nội lần thứ VII

Thời gian: 7-9/10/2022

Địa điểm: Khu vực sân vườn hoa Lý Thái Tổ, khu vực sân Nhà Bát Giác, via hè phố Đinh Tiên Hoàng (từ tháp Hòa Phong đến đối diện vườn hoa Lý Thái Tổ), quận Hoàn Kiếm, Hà Nội.

Triển lãm VietnamWood 2022

Thời gian: 18-21/10/2022

Địa điểm: Trung tâm Hội chợ và Triển lãm Sài Gòn (SECC), quận 7, TP. Hồ Chí Minh



Nhà hàng Long Triều

Thiết kế nội thất đặc biệt của nhà hàng Long Triều đem lại một trải nghiệm đẳng cấp, từ con rồng làm bằng pha lê Swarovski được trang trí tại lối vào, đến nội thất trang nhã được thiết kế bởi thương hiệu nội thất Ý lừng danh Provasi phản ánh vẻ đẹp vương giả Á Đông trong tông màu vàng và đỏ mang dấu ấn đậm nét của nghệ thuật thủ công tinh xảo.

Điểm nhấn mạnh mẽ của ngọc bích, đỏ son và vàng xuyên suốt - thể hiện qua các tác phẩm nghệ thuật chạm khắc gỗ tinh tế góp phần tạo nên một địa điểm lý tưởng cho những trải nghiệm ẩm thực sang trọng bậc nhất Sài Gòn.

Với hương vị Quảng Đông trứ danh, đa dạng món ăn trong thực đơn gọi món hoặc thực đơn chọn sẵn, tinh tế từ món khai vị truyền thống đến món chính hào hạng, nhà hàng Long Triều hứa hẹn mang đến thực khách trải nghiệm ẩm thực vẹn tròn và ý nghĩa bên cạnh gia đình cùng người thân.

Bữa trưa được phục vụ từ 11h00-14h00 và bữa tối được phục vụ từ 17h30-20h00 hàng ngày.

The Reverie Saigon - Tòa nhà Times Square
22-36 Nguyễn Huệ, TP. Hồ Chí Minh.



Nhà hàng The Rhythms

Nâng tầm tinh túy ẩm thực Á - Âu trong không gian fine-dining đầy sang trọng, dịch vụ đẳng cấp, với tầm view cao bao trọn 360 độ toàn cảnh Hồ Gươm và khu phố cổ Hà Nội tạo thành một chuyến hành trình đầy cảm xúc trong trải nghiệm của thực khách khi đến với nhà hàng The Rhythms.

Thành lập năm 2019 và là một trong những thương hiệu hàng đầu của La Sinfonia Hotels and Resorts Group, nhà hàng The Rhythms lấy cảm hứng từ những đặc tính cơ bản của âm nhạc, ngân lên một bản giao hưởng của ẩm thực Việt Nam chính hiệu, nhấn nhá với những nét kiến trúc đương đại, tinh tế đến từng chi tiết.

Tọa lạc ở ngay trung tâm thủ đô Hà Nội với tầm nhìn tuyệt đẹp ra Hồ Hoàn Kiếm và khu phố cổ, nhà hàng The Rhythms đem lại một trải nghiệm ẩm thực trọn vẹn, một sự hòa trộn hoàn hảo giữa di sản địa phương và phong cách hiện đại. Tại đây, các công thức nấu ăn cổ điển được nâng tầm quốc tế, với mong muốn tạo ra một cộng đồng người yêu ẩm thực - nơi cả người dân địa phương và bạn bè thế giới có thể thưởng thức, trân trọng và quảng bá hương vị Việt Nam.

33 - 35 Hàng Dừa, Hoàn Kiếm, Hà Nội.



Nhà hàng El Patio

Điểm sáng ẩm thực được nhiều người biết tới nhất tại khách sạn Meliá Hanoi chính là buffet hải sản thuộc nhà hàng El Patio. Từng có thời điểm, khách sạn Meliá Hanoi gây xôn xao vì lượng khách đặt bàn ăn buffet hải sản luôn full kín chỗ.

Sở dĩ gây được tiếng vang như vậy là vì buffet hải sản ở nhà hàng El Patio có đa dạng các loại hải sản tươi ngon chuẩn 5 sao như tôm hùm, cua, sò điệp, hào, cá hồi... Được thiết kế theo phong cách Địa Trung Hải, nhà hàng El Patio phục vụ cả ngày, đem lại cho mảnh đất Hà thành duyên dáng một trải nghiệm ẩm thực vô cùng phong phú.

Nhà hàng kết hợp giữa ẩm thực quốc tế và những món ăn địa phương đậm chất Việt Nam. El Patio là điểm đến hoàn hảo dành cho gia đình, bạn bè và đồng nghiệp, nơi mọi người có thể thưởng thức những bữa tiệc buffet theo chủ đề hoành tráng, đồng thời đắm mình tại "thiên đường" của các món tráng miệng công phu.

Khách sạn Melia, 44B Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội.



Market 39

Mang đến những món ngon địa phương cũng như ẩm thực quốc tế, thực đơn tiệc buffet tối hào hạng tại nhà hàng Market 39 chuyên buffet hải sản tại trung tâm quận 1 gồm có hải sản tươi sống, đồ nướng BBQ và các loại thịt nhập khẩu chất lượng.

Dù cho đó là một bữa tiệc sinh nhật bên gia đình và bạn bè, hay tiệc gặp mặt ấm cúng cùng đồng nghiệp, hoặc chỉ đơn giản là một bữa gặp mặt để ăn mừng cuối tuần thì Market 39 sẽ luôn là một lựa chọn hoàn hảo.

InterContinental Saigon, góc phố Nguyễn Du-Hai Bà Trưng, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh.

Mezz Restaurant

Mezz vẫy gọi du khách bước vào một hành trình trải nghiệm ẩm thực đầy tinh tế. Nhà hàng trên lầu hai phục vụ hàng loạt món ăn đa sắc thái từ châu Á đến quốc tế, được chế biến trực tiếp trên bếp lò Molteni nổi tiếng, là điểm nhấn trong không gian thoáng mát, tươi sáng và đầy ngẫu hứng do Noor Design Studio thiết kế.

Nhà hàng Mezz được thiết kế theo phong cách hiện đại của những nhà hàng Pháp pha lẫn nét truyền thống của kiến trúc Việt Nam với hai tông màu chủ đạo là đen và vàng. Không gian nhà hàng mở với nhiều cửa sổ để lấy sáng trực tiếp từ bên ngoài, điểm nhấn là chiếc bếp huyền thoại Molteni lừng danh suốt hơn 90 năm qua trên khắp thế giới được thiết kế riêng cho nhà hàng Mezz.

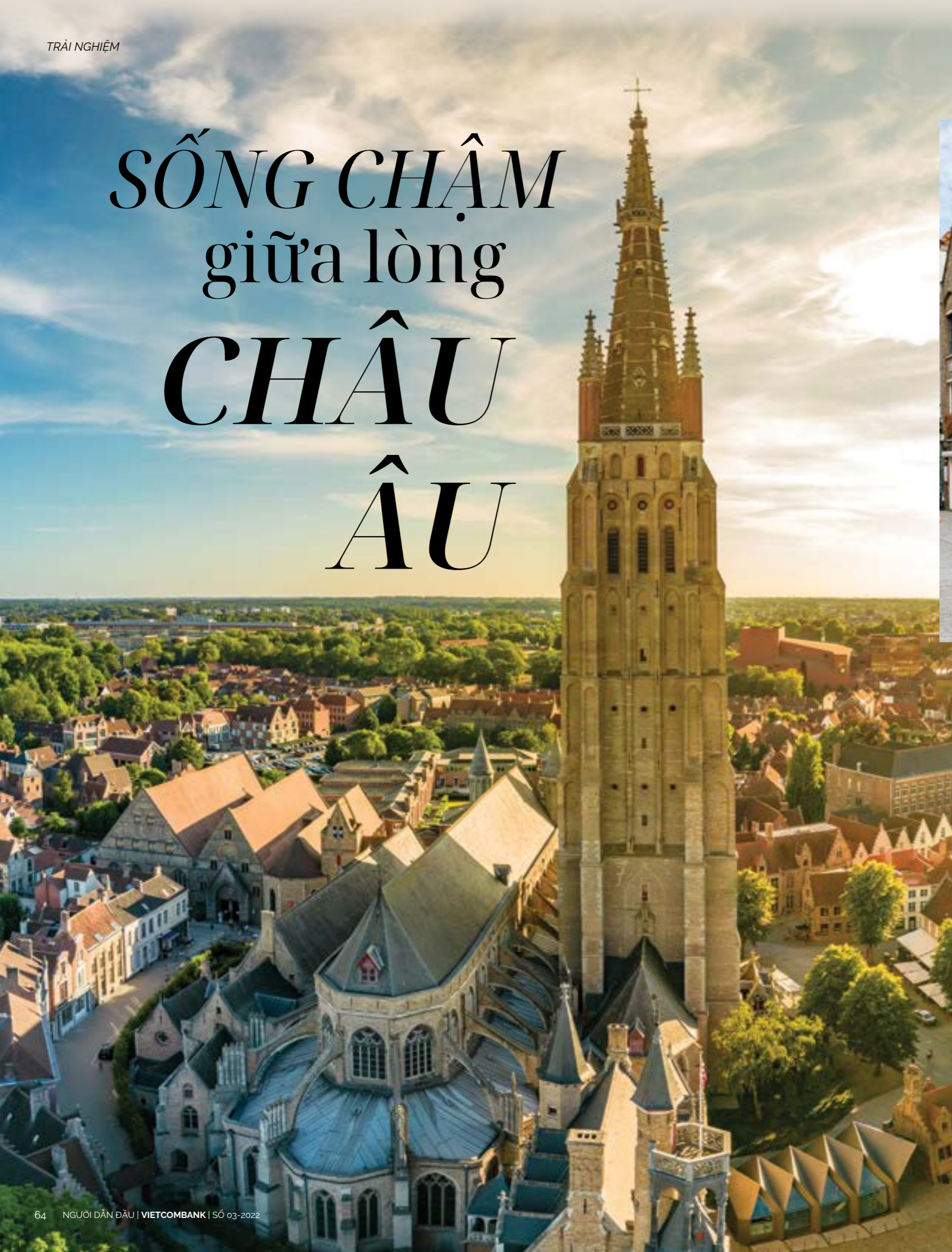
Bữa sáng tại đây mang lại cho thực khách cảm giác choáng ngợp với sự lựa chọn đa dạng của những món ăn hào hạng đến từ Pháp, Mỹ hay châu Á với đầy đủ các món tráng miệng và bánh thơm ngon tại quầy.

Vào buổi trưa, nước ép hoa quả là sự kết hợp hoàn hảo cho những món ăn tuyệt vời. Với bữa tối, các đầu bếp sẽ trình diễn chế biến trực tiếp các món ăn đặc sắc như sushi hay phở. Hãy cùng thưởng thức các món kem nhà làm hấp dẫn, béo ngậy, hay những ly rượu vang Pháp hảo hạng, trà, cà phê tại Mezz Restaurant.

Sofitel Saigon Plaza; 17 Lê Duẩn, P. Bến Nghé, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh.



SỐNG CHẬM giữa lòng CHÂU ÂU



Ở Bruges, thời tiết quanh năm biết cách chiều lòng người. Từ tháng Mười đến tháng Ba cực kỳ thích hợp cho những người yêu thích bầu không khí tĩnh lặng, yên ả của một thành phố nhỏ, hiền hòa, với những hàng cây lá chuyển sắc đỏ, bầu trời xanh ngắt không một gợn mây, trái dài đến vô tận, làm nổi bật lên những ngôi nhà đủ màu sắc. Trong khi đó, mùa hè nơi đây lại mang đến vẻ rực rỡ của ánh nắng vàng như mật ong, từng đoàn du khách tấp nập qua lại trên phố, tiếng những ly bia mát lạnh lạnh canh chạm vào nhau trong các quán bar đông người. Bruges quyến rũ ở mọi khía cạnh khác biệt, nhẹ nhàng, dịu dàng mà vô cùng thấm thía...

Xét về khía cạnh tôn giáo, Bruges có nhiều nét tương đồng với các thành phố ở Italia. Tượng Thiên Chúa và hình ảnh Đức mẹ Maria có thể tìm thấy ở mỗi góc phố, mọi nhà thờ đều vô cùng quan trọng và có tầm ảnh hưởng lớn đến cư dân qua các thời kỳ khác nhau. Hãy bớt chút thời gian ghé thăm đại giáo đường Holy Blood (Thánh Huyết) ở quảng trường Burg, được xây dựng theo phong cách Gothic cổ kính mà thanh nhã. Tên gọi này bắt nguồn từ những tin đồn nơi đây còn lưu giữ được một lọ nhỏ chứa máu của Chúa Jesus. Cố gắng đi sớm để cảm nhận bầu không khí nghiêm, và đừng quên thăm nhà nguyện dưới tầng hầm, một mẫu kiến trúc kiểu La Mã điển hình.

Nổi tiếng không kém đại giáo đường Holy Blood là nhà thờ Jerusalem nằm ở một khu vực rất yên tĩnh của thành phố, với tháp chuông hình bát giác, bên trong là bệ thờ chạm khắc hình đầu lâu và những chiếc thang, cùng hình mẫu ngôi mộ của Chúa Jesus. Đây cũng là nhà thờ duy nhất ở Bruges thuộc về tư nhân, chính xác là gia tộc Andrones. Còn khi đến nhà thờ Đức

BÀI: MỸ HẠNH

NĂM 2008, BỘ PHIM HÀNH ĐỘNG HÀI KINH PHÍ THẤP IN BRUGES ĐÃ TRỞ THÀNH MỘT HIỆN TƯỢNG TẠI CÁC LIÊN HOAN PHIM ĐỘC LẬP VÀ CẢ GIẢI OSCAR DANH GIÁ NHỜ CHẤT LƯỢNG NGHỆ THUẬT XUẤT SẮC. NHUNG VỚI NHỮNG KHÁN GIẢ MÊ DU LỊCH, THÀNH PHỐ NHỎ BÉ BRUGGE LÀ THUỘC THỦ PHỦ CỦA TỈNH TÂY VLAANDEREN, VƯƠNG QUỐC BỈ CHÍNH LÀ YẾU TỐ HẤP DẪN NHẤT TRONG PHIM, NÓ HIỆN LÊN VỚI MUÔN DÁNG HÌNH SỐNG ĐỘNG, THÔI THỨC NHỮNG KHÁT KHAO, THÈM MUỐN ĐƯỢC TÌM HIỂU, KHÁM PHÁ, ĐƯỢC Đắm CHÌM TRONG CÁI BẦU KHÔNG KHÍ ĐẦY MÊ HOẶC Ở ĐÓ.



Mẹ, ngoài lối kiến trúc độc đáo kết hợp giữa La Mã và Gothic ở bên ngoài và Gothic – Phục Hưng bên trong lăng mộ Charles The Bold, du khách sẽ được chiêm ngưỡng một tác phẩm hiếm hoi nằm bên ngoài nước Ý của họa sĩ thiên tài Michelangelo: bức tượng Madonna and the child (Đức Mẹ và em bé), được các thương gia đưa về thành phố từ năm 1506.

Bruges thường được so sánh với Venice của Ý, người ta còn gọi nó là Venice của phương Bắc, nhờ vào những dòng kênh hiền hòa cắt ngang qua thành phố và ca-nô là phương tiện ưa thích của các cặp tình nhân phương xa, bởi bóng bệ trên sóng nước luôn mang lại cảm giác lãng mạn, nhất là khi lướt qua những rặng cây lá xanh ngát trong làn gió dịu dàng mát mẻ của tiết chớm thu. Bruges không phải là điểm đến lý tưởng cho các hoạt động vui chơi, nó là không gian của thư giãn, của việc tìm kiếm sự tĩnh lặng cho tâm hồn.

Nhưng Bruges cũng chẳng cần “dựa hơi” một thành phố khác để nổi danh, bởi nó cũng sở hữu rất nhiều đặc sản của riêng mình. Bia là một trong số đó. Đúng như vậy, dù không nổi tiếng theo kiểu “âm ỉ” như bia Đức hay bia Tiệp thì bia Bỉ vẫn được giới “tứ đồ” trên toàn thế giới kính ngưỡng. Bruges có cả một bảo tàng bia mang tên Brewery De Halve Maan, mở cửa hằng ngày với giá vé gần 10 Euro, bao gồm một cốc bia Brugse Zot hoặc Straffe Hendrik, và tour ngắn 45 phút sẽ giới thiệu đầy đủ về lịch sử cũng như quy trình làm bia Bỉ.

Mọi quán bar hay nhà hàng ở Bruges đều mang đến cho thực khách những loại bia hảo hạng, và có nhấm nháp chọn bừa thì cũng không ai cảm thấy thất vọng. Đa số nhãn bia được đặt theo tên thành phố, nên bên cạnh Brugse Zot hay Brugse Straffe Hendrik còn có Brugge Tripel, Brugs, Brugse Babbelaar, Brugge Blonde, đặc biệt là Tripel Karmeliet làm từ ba thứ ngũ cốc gồm lúa mì, yến mạch, đại mạch. Bia này mà nhấm với một món đặc sản khác là khoai tây chiên ăn kèm sốt cà chua nếm, andalouse stoovf vleessaus thì đúng là “thần sầu”. Và đừng quên bia Bỉ rất nặng, thậm chí đến 10 độ, vì thế, quá chén là điều chẳng nên chút nào, dù có bị hường thơm và vị ngon tuyệt vời ấy quyến rũ.

Cho những người yêu thích sự ngọt ngào, yêu thích hương vị nồng nàn của tình yêu, đã có chocolate. Bỉ là vương quốc chocolate và Bruges lại là thánh địa của món quà kỳ diệu Thượng đế đã ban tặng cho con người. Cũng như bia, chocolate có riêng một bảo tàng mang tên Choco-Story, thuộc sở hữu của nhà sản xuất Belcolade, nơi cũng mô tả rất kỹ lưỡng quá trình làm ra chocolate từ cây ca-cao. Nếu đặt chỗ trước, du khách còn có thể tham gia lớp làm chocolate do các chuyên gia của bảo tàng hướng dẫn.

Những cửa hiệu bán chocolate xuất hiện ở khắp nơi, biết cách làm hài lòng đám du khách ồn ào và cả cư dân Bruges, nhưng vẫn có những cái tên được tìm đến nhiều hơn. Đó là Dominique Persoone nổi tiếng với chocolate hạt dẻ, là Café Tasse - nơi chocolate nhân rượu có vẻ là mặt hàng được ưa chuộng nhất, là Lady Chocolates giá rẻ và cực nhiều chủng loại, là Dumon - nằm trong một ngôi nhà cổ 400 tuổi đằng sau quảng trường Markt, nơi vị ngọt ngào và béo ngậy có thể làm người ăn như tan chảy ra. Không ít du khách kỹ tính đã coi Dumon là chocolate shop đáng mua nhất ở Bruges dù vẫn còn rất nhiều tiệm nổi tiếng khác như Daya Chocolates, Suikerbuyc Chocolaterie, Verheeecke, Brown & Sugar hay Moeder Babelutte...

Bruges không có quá nhiều điểm tham quan, thế cho nên, du khách có thể tự do thả bộ trên những con đường hẹp lát đá để rồi chợt bừng tỉnh khi thấy mình đang đứng trên quảng trường trung tâm Markt, đẹp như một bức tranh với ngọn tháp chuông cao 83 mét, xây từ thời trung cổ, cũng là biểu tượng vĩnh cửu của thành phố. Tuy nhiên, những người yêu nghệ thuật sẽ chẳng bao giờ bỏ qua được Bảo tàng Groeninge, nơi lưu giữ những bộ sưu tập quý giá của các nghệ sĩ hàng đầu từng sinh sống và làm việc ở Bruges từ thế kỷ 14 – 20.

Tuy nhiên, những người yêu nghệ thuật sẽ chẳng bao giờ bỏ qua được Bảo tàng Groeninge, nơi lưu giữ những bộ sưu tập quý giá của các nghệ sĩ hàng đầu từng sinh sống và làm việc ở Bruges từ thế kỷ 14 – 20.



Bruges nhỏ nên phương tiện giao thông công cộng chỉ có xe bus, nhưng đừng lo, nó sẽ đưa du khách đến bất kỳ địa điểm nào trong thành phố, riêng xe có chữ Centrum sẽ chỉ chạy vào khu trung tâm. Thuê xe đạp để rong ruổi qua các con phố nhỏ là một hoạt động rất thú vị, giá cũng không đắt lắm, khoảng 15 Euro một ngày. Đi xe ngựa cũng hay, và nếu dư dả tiền bạc, một tour khám phá thành phố từ trên cao bằng kính khí cầu chắc chắn mang lại những trải nghiệm đặc biệt không bao giờ quên...

Bruges duyên dáng trên những dòng kênh có từ thế kỷ 12 bắt nguồn từ con sông Zwin nhập về phía biển. Từ thời Trung cổ cho tới thế kỷ 15, Bruges là một trong vài cảng biển thương mại tập nập nhất thế giới. Bruges miên man với những ngôi nhà theo kiến trúc Gothic hoặc Flander bồng bềnh trên mặt nước, nơi những chiếc ca-nô nhỏ đi qua chỉ điểm xuyết và lay động chút đỉnh sự thanh bình bao trùm lên chúng, biến những chiếc thuyền máy ấy thành thứ chuyển động duy nhất trong khung cảnh tĩnh mịch. Ngay cả cái vẻ ồn ã ở những quầy bia nơi người ta hồi hả chạm cốc cũng không khiến Bruges trở thành một tũn quán tấp nập và lộn xộn. Bruges lãng mạn với bầu trời trôi trên mặt nước mà một thời những con tàu buôn lớn đã đi qua đây và làm cho thành phố giàu có, đẹp đẽ và huyền ảo hơn, cùng sự thăng hoa của kiến trúc và nghệ thuật.



MUÔN MÀU “XỨ’ NẤU”

BÀI: MINH ANH

TÔI BƯỚC CHÂN ĐẾN PHÚ YÊN THEO TIẾNG GỌI CỦA MỘT BỘ PHIM, VÀ RỒI THẤY HỒI TIẾC. HỒI TIẾC VÌ MÌNH ĐÃ TỚI ĐÂY QUÁ MUỘN, VÀ BỞI Ở ĐÂY CÓ NHIỀU ĐIỀU ĐÁNG CHỜ ĐỢI VÀ HÀO HỨC HƠN LÀ MỘT VÀI SHOT HÌNH LƯU NIỆM CHO NHỮNG CÚ CHECK-IN ĐẦY VỘI VÃ...

“Xứ Nẫu” Phú Yên bao đời nằm êm đềm giữa những người hàng xóm “nổi danh”. Gia Lai, Đắk Lắk, Khánh Hòa, hay cả Bình Định đều có truyền thống du lịch lâu đời, chỉ riêng Phú Yên vốn chỉ được biết đến như một xứ biển hiền hòa, thừa thớt người tới thăm. Vài năm trở lại đây, sau khi đạo diễn Victor Vũ đưa miền đất này lên màn ảnh với những thước phim rực rỡ về miền “hoa vàng trên cỏ xanh”, du khách khắp nơi mới ngạc nhiên ngỡ ngàng vì những cảnh đẹp trên phim, để rồi thêm một điểm đến vào danh sách những nơi cần ghé thăm.

Ban đầu, đúng là du khách chỉ muốn tới để “check-in” ngay bối cảnh của bộ phim, nằm ở Bãi Xếp – Gành Đá Đĩa. Để rồi, từ chỗ chỉ muốn có những tấm ảnh đẹp đăng mạng xã hội khoe với bạn bè, người tới Phú Yên một lần bỗng thấy yêu mảnh đất êm đềm này, bởi ở đây có nhiều hơn những gì vài cú lia máy có thể ghi lại.

Không chỉ là “hoa vàng trên cỏ xanh”

Tôi là một người như thế: tìm đến vì những tấm hình, nhưng mang về những ký ức khó lòng lưu giữ bằng máy móc vô tri. Hành trình của tôi vì thế đi theo cả những bước chân quen thuộc của người đi trước, cũng lại rẽ vào những khoảnh khắc khác lạ không thể nào quên.

Tuy Hòa, tỉnh lỵ của Phú Yên chào tôi bằng một buổi sáng nắng đẹp. Ngay cả trong mùa mưa cuối năm, bầu không khí nơi này cũng không hề làm khó những đôi chân thềm đi, chỉ một chút se lạnh cùng bầu trời nhiều mây đen và những cơn mưa rào bất chợt. Đó cũng là sự thuận lợi, bởi ở Phú Yên có khá đa dạng điểm đến từ biển khơi tới vùng núi, thế nên ở bất kỳ thời điểm nào, du khách cũng có thể lựa chọn được hoạt động phù hợp cho bản thân.

Với mục đích ban đầu là đến để “sống ảo”, lựa chọn đầu tiên của tôi là đi theo hành trình “kính điển” mà bất kỳ một tour guide hay bài chia sẻ nào trên mạng cũng đều giới thiệu, đi ngang qua những địa danh nổi tiếng như Bãi Xếp, Hòn Yến, Gành Đá Đĩa, Dâm Ô Loan, Bãi Tiên, Mũi Điện, Dâm Văn Phong...

Hành trình này cho phép tôi khám phá được những gì nổi trội nhất của đất trời nơi đây: Gành Đá Đĩa với những trụ đá hình lăng trụ xếp liên nhau, hòn nọ nối hòn kia kể sóng nước như một tổ ong khổng lồ của tạo hóa, hay đầm Ô Loan yên ả bao quanh bởi những dãy đồi thấp thoải và ruộng lúa xanh ngắt.

Đừng bỏ lỡ dịp một lần đứng ở Mũi Điện – nơi có doi đất liền của Tổ quốc vươn ra xa nhất về Biển Đông, để thấy ranh giới giữa biển, trời, người và đất hòa vào với nhau; cũng đừng quên chạm tay vào ngọn hải đăng Đại Lãnh, bởi nếu bạn dậy đủ sớm thì chính ở ngọn hải đăng hơn trăm tuổi này, bạn là người đầu tiên đón ánh bình minh trên đất liền Việt Nam...



Hành trình đi theo bước chân du lịch quen thuộc luôn là điều cần thiết cho mỗi chuyến khám phá một miền đất mới, đó là những gì tôi rút ra được sau nhiều chuyến đi. Và với Phú Yên, kinh nghiệm này cũng vẫn hoàn toàn chính xác, bởi tôi tin rằng mình sẽ rất tiếc nuối nếu như chưa một lần tận mắt chứng kiến sự đẹp đẽ vô ngần của thiên nhiên nơi đây.

Hãy tạm quên câu chuyện về những tấm ảnh ngàn like sau đó, bởi chỉ riêng không khí trong lành, thiên nhiên hoang sơ và cảm giác hòa vào đất trời thấm đẫm mọi bước chân đã là phần thưởng vô cùng xứng đáng. Tuy nhiên, nếu bạn có nhiều hơn ba ngày ở Phú Yên, hoặc bạn muốn tìm cho mình một lý do để quay lại mảnh đất này, hãy nghĩ tới những điều rất “khác”.

Những khác biệt ngoài hành trình mẫu mực

Tôi có một người bạn là dân “xứ Nẫu”. Cứ mỗi lần nói về mảnh đất quê hương, anh lại ngập ngừng, rồi mới chia sẻ: “Nếu ông muốn tìm một điều gì đó hoàn toàn khác biệt không đâu có, thì Phú Yên không thực sự là lựa chọn hợp lý. Thế nhưng, nếu kiên trì, nếu chịu khó lặn vào những khám phá theo đúng mong muốn của bản thân, sẽ có nhiều điều rất hay ho đang chờ đợi”.

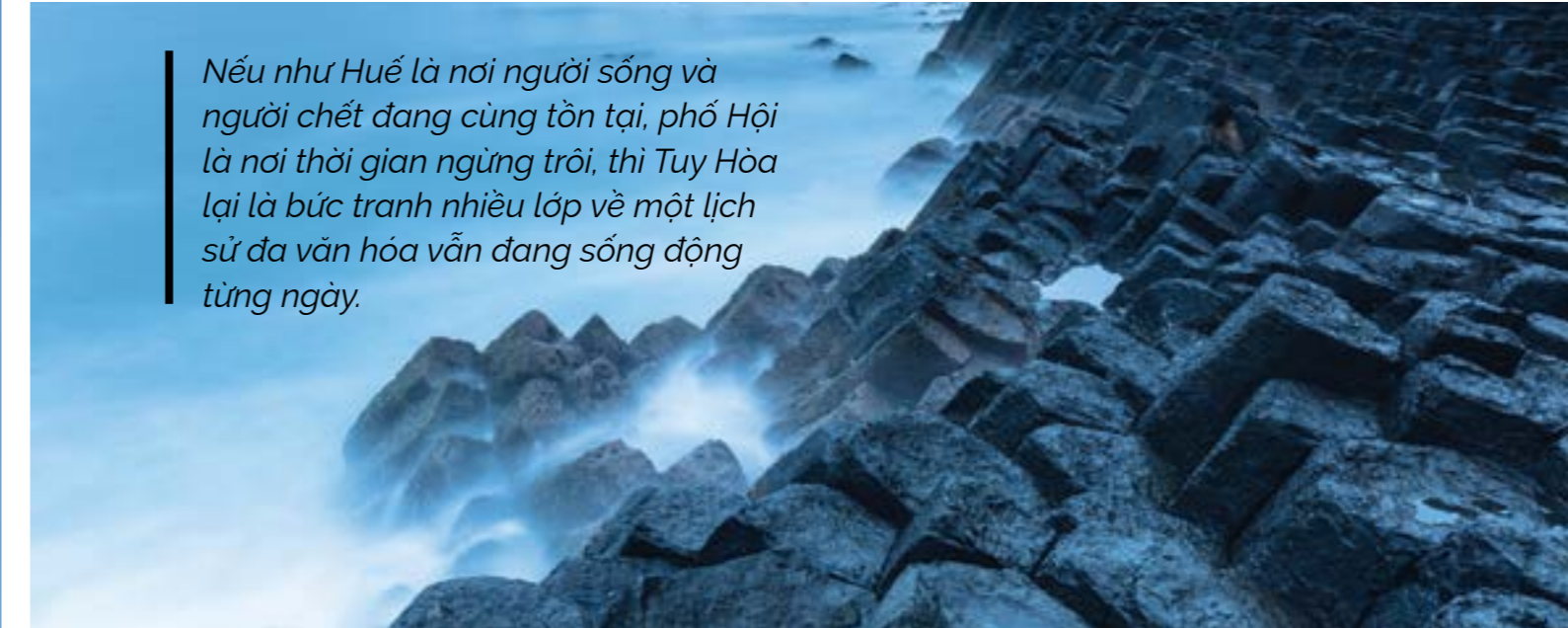
Và đó cũng chính là những gì tôi nhận ra vào những ngày tiếp theo ở Phú Yên, sau khi trở về từ hành trình mang tính “mẫu mực” trước đó.



Hành trình du lịch Phú Yên của tôi, hóa ra lại trở thành một hành trình của xúc cảm. Từ sự ngỡ ngàng vui thích khi hòa vào thiên nhiên đẹp đẽ hoang sơ, đến bình yên thư thái trong không gian của cuộc sống thường ngày; từ sự hào hứng trên hàng trăm cây số đường nhựa để tìm đến những địa danh nổi tiếng, đến sự thỏa mãn khi được nghe câu chuyện của văn hóa, lịch sử, con người trong một quán nước ven đường...

Hãy lấy một ví dụ rất gần gũi: ẩm thực. Khi nhắc tới bún bò giò heo, người ta sẽ nghĩ ngay tới Huế. Khi nhắc tới bún mắm, ấy là Châu Đốc, Sóc Trăng. Đặc sản Phú Yên là gì? Mất cả ngày, có thể. Tuy nhiên, với tôi, điều thú vị lại không nằm ở thổ sản cá ngừ chum ăn kèm tía tô xắt ghém, mà nằm ở ngay miếng bánh xèo của một gánh bên đường, hay chén bánh bèo nóng hổi ở ngay cửa ngõ Tuy Hòa: đó có thể là món ăn có ở nhiều nơi, nhưng phong vị Phú Yên rất khác. Cũng giống như chính cái cách thiên nhiên Phú Yên đi vào lòng người vậy – có một cái gì đó khó gọi tên, cứ vương vấn trong từng lời ăn tiếng nói, từng miếng ăn chén rượu, để rồi lòng du khách chợt nhận ra: “ồ, Phú Yên là đây!”

Hãy thử dành một vài ngày dừng chân khám phá thành phố Tuy Hòa. Tôi đã lang thang nơi tình lý này để nhận ra sự thú vị của một đô thị mà cái mới và cái cũ vẫn đang sống kề bên nhau khăng khít, của bóng Tháp Nhạn phủ lên những kiến trúc mới, của những di tích dinh thự người Hoa, đền đài người Chăm im lìm nằm cạnh những ngôi nhà người Việt mới xây. Nếu như Huế là nơi người sống và người đã khuất đang cùng tồn tại, phố Hội là nơi thời gian ngừng trôi, thì Tuy Hòa lại là bức tranh nhiều lớp về một lịch sử đa văn hóa vẫn đang sống động từng ngày.



Nếu như Huế là nơi người sống và người chết đang cùng tồn tại, phố Hội là nơi thời gian ngừng trôi, thì Tuy Hòa lại là bức tranh nhiều lớp về một lịch sử đa văn hóa vẫn đang sống động từng ngày.

Hãy thuê một chiếc xe, không phải để đi vài chục cây số tìm đến điểm “check in” tiếp theo, mà để tìm đến những địa danh thực sự “chỉ riêng Phú Yên mới có”: đó là nhà thờ Măng Lăng, công trình kiến trúc Gothic có tuổi đời hơn 100 năm, nơi gìn giữ cuốn sách chữ Quốc ngữ đầu tiên được in bởi những linh mục phương Tây, ngay tên nhà thờ cũng là chứng nhân về một loại cây nay đã tuyệt tích. Đó là làng cổ Quảng Đức, nơi bậc cao niên vẫn sẵn sàng kể câu chuyện về dòng gốm mang tên ngôi làng, một dòng gốm đầy tự hào mang dấu ấn của người Chăm mà nay chỉ còn trong lịch sử. Đó là thôn Hảo Sơn Bắc, nơi vào năm

1936, đoạn ray cuối cùng của tuyến đường sắt xuyên Đông Dương được nối liền.

Phú Yên là vậy, nhìn từ xa thì tưởng rằng vùng đất mới chỉ mở rộng du lịch vài năm không có gì ngoài những cảnh quan, đến khi bước tới mới hiểu rằng sự quyến luyến đến từ chính bầu không khí du khách hít thở trên từng chặng đường khám phá muôn màu.

Tôi mang gì về Thủ đô? Một lời hứa với chính mình: sẽ hẹn gặp lại Phú Yên trong tháng ngày không xa.



Resort Waldorf Astoria Maldives Ithaafushi

THIÊN ĐƯỜNG NGHỈ DƯỠNG



Waldorf Astoria Maldives Ithaafushi có 118 phòng nghỉ, trong đó có 55 biệt thự trên biển và hai biệt thự Stella Maris biệt lập. Nội thất các biệt thự đều rất trang nhã, với một phần sàn kính đặc trưng. Trãi dài 32.000 mét vuông, ngay tại trung tâm của Ấn Độ Dương, nơi đây hứa hẹn sẽ là khu nghỉ dưỡng sang trọng bậc nhất khó có nơi nào sánh kịp.

Với sự riêng tư được nâng lên một tầm cao mới, vào đầu năm 2021, Waldorf Astoria đã công bố mở đảo Ithaafushi, nơi được định vị để trở thành hòn đảo tư nhân lớn nhất của Maldives.

Mỗi biệt thự đều nằm trong một khu đất riêng, có khu vực sinh hoạt rộng rãi ngoài trời với hồ bơi vô cực, chòi hóng mát lý tưởng để dùng bữa ngoài trời và giường xích đu để thư giãn. Kiểu kiến trúc dàn ngang của biệt thự giúp du khách có thể ngắm trọn mặt nước xanh ngắt và hùng vĩ của đại dương.

Tháng 7/2022, tạp chí du lịch Travel+Leisure của Mỹ công bố danh sách 15 resort tốt nhất châu Á và không có gì ngạc nhiên khi Waldorf Astoria Maldives Ithaafushi đứng đầu bảng xếp hạng với 99,11 điểm đánh giá từ du khách. Khu nghỉ dưỡng này cũng “ẵm” luôn giải thưởng resort tốt thứ 3 thế giới của tạp chí Mỹ.

Kết quả dựa trên bình chọn trực tuyến của độc giả trong khuôn khổ giải thưởng World's Best Awards 2022. Tiêu chí đánh giá dựa trên cơ sở vật chất, vị trí, dịch vụ, đồ ăn và giá trị tổng thể. Bảng xếp hạng được tính theo thang điểm 100.

Tọa lạc tại một trong những địa điểm đẹp nhất, được săn đón nhất trên thế giới, khu nghỉ dưỡng Waldorf Astoria Maldives Ithaafushi (Maldives) mang đến cho du khách dịch vụ hoàn hảo, đặc biệt và những trải nghiệm khó quên. Được thiết kế với kiểu dáng, phong cách quyến rũ và ngoạn mục cùng sự riêng tư chưa từng có, nơi đây truyền cảm hứng cho những hành trình nghỉ dưỡng đẳng cấp của mỗi người.

Nằm tại rạn san hô vòng South Male Atoll, thành phố Kaafu Atoll, Maldives, khu nghỉ dưỡng Waldorf Astoria Maldives Ithaafushi bao phủ 3,5 km cây xanh và bãi biển trải dài trên 3 hòn đảo bao quanh một phá nước.

Mỗi biệt thự đều nằm trong một khu đất riêng, có khu vực sinh hoạt rộng rãi ngoài trời với hồ bơi vô cực, chòi hóng mát lý tưởng để dùng bữa ngoài trời và giường xích đu để thư giãn.





Biệt thự 2 phòng ngủ trên mặt nước với bể bơi vô cực, bể sục là nơi hoàn hảo cho những ai muốn trải nghiệm đại dương. Bên cạnh đó, biệt thự bãi biển 3 phòng ngủ, nằm nép mình duyên dáng và quyến rũ giữa những khu vườn tươi tốt và những tán dừa, có lối ra bãi biển riêng và hồ bơi cũng là sự lựa chọn lý tưởng.

Ngoài ra, khu nghỉ dưỡng hạng sang này còn có biệt thự 4 phòng ngủ, với hai phòng ngủ có giường cỡ lớn, hai phòng ngủ nhỏ hơn, bể sục và phòng khách chung rộng rãi, tất cả đều có lối đi thẳng ra bãi biển riêng tư.

Waldorf Astoria Maldives Ithaafushi sang trọng có 11 nhà hàng độc đáo và đẳng cấp quốc tế, trong đó, nổi bật phải kể tới nhà hàng phong cách Trung Quốc, phong cách Trung Đông và nhà hàng trên cây đặc trưng. Vào tháng 4 năm nay, khu nghỉ dưỡng này thông báo ra mắt nhà hàng Zuma mang phong cách Nhật Bản đương đại, bổ sung vào bộ sưu tập địa chỉ ẩm thực phong phú và vô cùng đẳng cấp nơi đây.

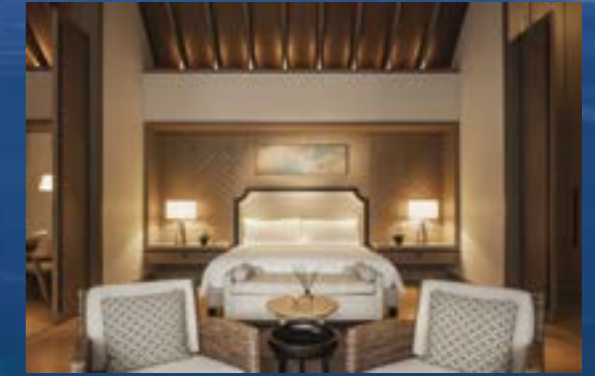


Bạn có thể sẽ mãi nhớ thực đơn tinh túy của Waldorf Astoria với các món ăn được chế biến một cách nghệ thuật như tôm hùm Maldives với bơ miso, tỏi tây cháy, cá edamame tráng men, bánh quy tôm hùm, gel ponzu và trứng cá muối beluga.

Ngoài nhà hàng, bạn có thể tận hưởng một số trải nghiệm ẩm thực có một không hai tại Waldorf Astoria, bao gồm các bữa ăn tại bãi cát biệt lập hoặc trên du thuyền ngắm hoàng hôn. Các dịch vụ ẩm thực tại khu nghỉ dưỡng đẳng cấp này dường như là vô hạn.

Hãy chiêu chuồng mình với bữa tối riêng tư cùng rượu vang tại The Rock, một hầm rượu mát lạnh nằm giữa những tảng đá có tường làm bằng đá vôi trắng của Jordan và một quầy bar là phiến đá từ cây 2.000 năm tuổi. Tại The Rock, có hơn 1.000 loại rượu vang từ khắp nơi trên thế giới, là một trong những bộ sưu tập vang lớn nhất ở Maldives.

Tại The Rock, có hơn 1.000 loại rượu vang từ khắp nơi trên thế giới, là một trong những bộ sưu tập vang lớn nhất ở Maldives.



Tối thiên đường xứ nhiệt đới này, có rất nhiều việc để trải nghiệm, bất kể sở thích của bạn là gì. Bạn có thể thư giãn khi sử dụng dịch vụ chăm sóc sức khỏe riêng tư tại spa. Ngoài ra, còn có một không gian thiền và yoga với tầm nhìn tuyệt đẹp ra đại dương. Không chỉ thế, một công viên dành cho trẻ em cũng là lựa chọn không tồi, nơi có khu vui chơi giải trí dưới nước và nhiều hoạt động khác sẵn sàng chiêu lòng các vị khách nhí.

Có thể nói, để tận hưởng trải nghiệm nghỉ dưỡng xa hoa đầy thú vị, sẽ khó tìm được nào có thể sánh ngang Waldorf Astoria Maldives Ithaafushi.



BST **DIOR**
CHEZ MOI
THU ĐÔNG 2022
Thư thái & Sang trọng

DIOR RA MẮT BST CHEZ MOI THU ĐÔNG 2022 VỚI CÁC THIẾT KẾ TRANG PHỤC ĐẶC BIỆT, ĐƯỢC TÔ ĐIỂM BỞI NHỮNG HỌA TIẾT HOA CỎ, MANG CẢ KHU VƯỜN VÀO TRONG KHÔNG GIAN SỐNG CỦA PHÁI ĐẸP.

BST capsule Chez Moi là dòng sản phẩm của Dior gồm các trang phục mặc ở nhà với sự thoải mái song hành cùng vẻ thanh lịch, sang trọng. Ngay cả khi là trang phục mặc ở nhà, các sản phẩm mà Dior mang đến qua BST này cũng vẫn được những người thợ may tại Paris thực hiện tỉ mỉ trong từng đường kim mũi chỉ. Áo khoác, quần dài, quần shorts và cả nội y, tất cả đều thể hiện được tài nghệ của những người thợ, cũng như danh tiếng của Dior - một trong những nhà mốt couture Paris lẫy lừng.



Các chất liệu và phom dáng được lựa chọn nhằm mang đến sự thoải mái nhất cho người mặc. Chất liệu vải dày dặn được sử dụng trong các mẫu áo len hoặc áo nỉ dài tay. Mùa thu đông cũng là thời điểm hoàn hảo cho chất liệu len cashmere phát huy đặc tính ấm mà thoáng và nhẹ của mình. Bên cạnh đó, các chất liệu mỏng nhẹ như cotton hay lụa cũng xuất hiện trong các thiết kế của BST Chez Moi Thu Đông 2022, làm nên những lớp trang phục không thể thiếu.



Màu sắc và họa tiết trên các thiết kế từ BST Chez Moi của Dior mang đến nguồn năng lượng tươi mới cho mùa Thu Đông 2022. Bên cạnh những họa tiết muôn thú trong rừng trên chất liệu vải vùng Jouy đã gắn liền với các thiết kế của Dior trong nhiều năm nay, nhà mốt lừng danh Paris mang tới nhiều họa tiết mới mẻ. Điển hình trong số đó phải kể tới họa tiết "Jardin d'Hiver" (Khu vườn mùa đông) với cỏ cây hoa lá nhiều màu sắc, hay sự trở lại của họa tiết da báo Mizza đặc sắc. Sự thư thái của quý cô Dior trong căn nhà của mình được lột tả một cách tinh tế qua các sáng tạo trong BST Dior Chez Moi Thu Đông 2022.

BẮT BIẾN

CÙNG THỜI GIAN

BÀI: HOÀI ĐIỆP

ĐỒNG HỒ CHO BIẾT THỜI GIAN, CÒN KIM CƯƠNG GIỮ ĐƯỢC SỰ MÊ HOẶC QUA THỜI GIAN. CHẴNG CÓ GÌ HẠNH PHÚC HƠN VIỆC CHIÊM NGƯỠNG TỪNG GIÂY, TỪNG PHÚT CHUYỂN ĐỘNG QUA LĂNG KÍNH HUYỀN ẢO CỦA LOẠI ĐÁ QUÝ ĐƯỢC XEM LÀ CỨNG NHẤT TRẦN ĐỜI NÀY. BỎ QUA YẾU TỐ GIÁ CẢ, NHỮNG CHIẾC ĐỒNG HỒ NẠM KIM CƯƠNG THỰC SỰ LÀ LỜI TÔN VINH VỀ XA XỈ, LỘNG LÃY CỦA THIÊN NHIÊN MỘT CÁCH VÔ CÙNG KHÉO LÉO...

đồng hồ nào cũng đủ tư cách và năng lực mời các nghệ nhân này về “cùng hợp tác sản xuất”, chứ không chỉ đơn thuần là làm công ăn lương.

Cho đến giờ, những đồng hồ kim cương nổi tiếng nhất, được khát khao nhất cũng đều đến từ những tên tuổi hàng đầu, như Vacheron Constantin, Piaget, Blancpain, Jaeger LeCoultre, Hublot, Piaget, Patek Philippe... Tuy nhiên, The Fascination và Hallucination - hai chiếc đồng hồ đắt nhất thế giới (40 & 55 triệu USD) lại thuộc về một thương hiệu kim hoàn, nhà Graff Diamond. Không ai biết có bao nhiêu viên kim cương nạm trên đó, chỉ biết rằng, cả hai chỉ được xuất xưởng sau hàng ngàn giờ lao động miệt mài



Bovet Réclinal 23 Turquoise

Chế tác đồng hồ kim cương là cả một quy trình cầu kỳ, phức tạp, đòi hỏi nghệ nhân phải có kinh nghiệm lâu năm và tay nghề ở mức “thượng thừa”.

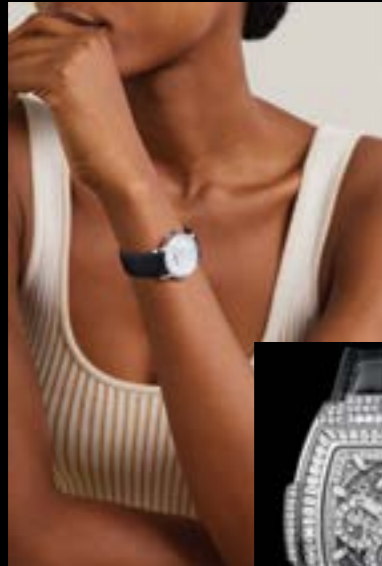
Theo tài liệu ghi chép được, con người đã biết sử dụng kim cương lần đầu tiên vào khoảng năm 800 trước Công nguyên ở Ấn Độ. Còn đồng hồ đeo tay thì ra đời vào khoảng năm 1880, khi nhà Girard-Perregaux chế tác theo đặt hàng của hải quân Đức. Rất nhanh chóng, khi thiết bị này vượt khỏi “thần phận” cỗ máy đếm thời gian để trở thành đồ trang sức cho cả phái đẹp và phái mạnh, kim cương đã tìm thấy người bạn đồng hành để nâng tầm giá trị của cả đôi.

Không đơn thuần là đồ trang sức

Có nhiều lý do để các nhà sản xuất đồng hồ xa xỉ mang kim cương lên sản phẩm của mình. Để làm tăng giá trị, tăng mức độ độc đáo và hiếm có, thu hút thêm khách hàng thuộc giới thượng lưu, quyền quý, khẳng định giá trị thương hiệu. Chế tác đồng hồ kim cương là cả một quy trình cầu kỳ, phức tạp, đòi hỏi nghệ nhân phải có kinh nghiệm lâu năm và tay nghề ở mức “thượng thừa”. Hiển nhiên, không phải bất cứ hãng



Piaget Blue Alltignano



H. Morser & Cie
Endeavour Centre
Seconds Diamonds



Classic Fusion Haute Joaillerie
(phiên bản ra mắt năm 2020)

*Không như nhiều người vẫn
nhầm tưởng đồng hồ kim
cương chỉ dành cho phái đẹp,
trên thực tế, cánh mày râu
cũng không ngại đeo trên cổ
tay cỡ máy thời gian “đỉnh
kèm” loại đá quý này.*

của rất nhiều nghệ nhân. The Fascination đã có chủ, còn Hallucination vẫn đang chờ người dám “xuống tiền”.

Không như nhiều người vẫn nhầm tưởng đồng hồ kim cương chỉ dành cho phái đẹp, trên thực tế, cánh mày râu cũng không ngại đeo trên cổ tay cỡ máy thời gian “đỉnh kèm” loại đá quý này. Nó như một tuyên ngôn về địa vị và sở thích. Đàn ông thành đạt thường có xu hướng tìm những thứ tốt nhất cho bản thân: nhà cửa, xe cộ, trang phục, ẩm thực và nhiều thứ khác. Đồng hồ là một trong số đó, phiên bản đính kim cương hiển nhiên đắt đỏ và hiếm có hơn phiên bản thường.

Cũng có những người chỉ đơn thuần là thích kiểu dáng của chiếc đồng hồ, sự lấp lánh của những viên kim cương trên đó. Những mẫu đồng hồ kim cương được cánh mày râu ưa chuộng không hề ít, những cái tên nổi bật nhất phải kể đến Piaget Altiplano, Hublot Spirit of Big Bang 42 Titanium, Vacheron Constantin Traditionnelle 18K Rose Gold, Rolex Submariner Serti, Omega Constellation Blue Diamond, Tudor Royal, Patek Philippe Nautilus Ref. 5713, Panerai Luminor...

Có một điều chắc chắn, rằng phụ nữ đeo đồng hồ kim cương chủ yếu để làm đẹp, còn phái mạnh đeo đồng hồ kim cương theo cách họ cảm nhận được – rằng đó thực sự là điều quan trọng để làm nên một quý ông hoàn hảo từ trong ra ngoài.



Một tác phẩm nghệ thuật tinh xảo

Với các nhà thiết kế đồng hồ, kim cương mang đến cảm hứng sáng tạo và khơi dậy trí tưởng tượng. Tuy nhiên, với các nghệ nhân chế tác, độ cứng của kim cương đặt ra những thách thức to lớn. Cho nên, cũng không ngoa khi nói rằng, mỗi chiếc đồng hồ kim cương của các thương hiệu lớn là một tác phẩm nghệ thuật, một phép màu thủ công. Không chỉ vậy, nhà thiết kế và nghệ nhân còn phải có sự đồng điệu nhất định với nhau, với chất liệu, với thông điệp của thương hiệu.

Ví dụ như, series Cat’s Eye của nhà Girard-Perregaux tôn vinh vẻ nữ tính đài các và kiêu sa, còn bộ sưu tập Happy Diamonds đầy màu sắc của nhà Chopard lại thể hiện niềm khát khao tự do, bút phá và hướng đến đời sống tinh thần bay bổng, không ràng buộc.

Khi bắt tay vào việc, nhà thiết kế sẽ đứng trước hai lựa chọn: đính kim cương lên những phần bản có sẵn, hoặc tạo ra những mẫu đồng hồ kim cương hoàn toàn mới. Lựa chọn thứ nhất tốt cho việc... bán hàng vì ai cũng thích những phiên bản đặc biệt hơn, sang trọng hơn, còn lựa chọn thứ hai có lợi cho khâu làm hình ảnh của thương hiệu.

Đó là một công việc vô cùng phức tạp: chọn vị trí đặt kim cương, hình dạng, kích thước của kim cương để tạo ra cái nhìn mạch lạc. Chỉ một sai lầm nhỏ cũng đủ khiến tính toàn vẹn về cấu trúc của bộ vỏ, bộ khung hoặc núm vặn bị phá hủy, tạo điều kiện cho hơi ẩm hoặc bụi xâm nhập vào trong. Ngoài ra, chúng cũng có thể gây ảnh hưởng đến chuyển động cơ học của bộ máy, nhất là cơ chế tourbillon “thần thánh”.

Kim cương có thể hiện diện ở bất kỳ nơi nào trên đồng hồ, những vị trí được ưa thích nhất thường là trên mặt số, trên vỏ, trên vòng bezel, trên núm vặn, trên hai càng, thay cho cọc số. Cá biệt như mẫu Classic Fusion Haute Joaillerie của nhà Hublot nạm tới 1.185 viên kim cương ở khắp mọi chỗ, chỉ trừ trên... dây đeo. Chỉ riêng thao tác cắt kim cương đã tốn 4.100 giờ do 40 nghệ nhân thực hiện, trong đó, hàng trăm viên buộc phải có hình baguette (chữ nhật, hơi giống bánh mì baguette) đạt tới độ cân xứng hoàn hảo.

Kim cương được chọn hoặc tự nhiên, hoặc nhân tạo, tuyệt đối không dùng hàng tái chế. Chúng phải có kích thước và kiểu dáng phù hợp với các đường cong và góc cạnh của đồng hồ, không phá vỡ kết cấu tổng thể. Màu sắc và độ trong phải hoàn toàn tương đồng với nhau để có sự bắt mắt. Phần việc của những nghệ nhân đính kim cương cũng không hề đơn giản, nhất là khi chúng nằm trên bộ vỏ. Khoan quá tay có thể khiến vỏ bị thủng, mà khoan nông thì kim cương lại không thể bám chắc, dễ rơi ra ngoài.



Girard-Perregaux Cat's Eye

Tất cả các “ổ” kim cương phải có độ sâu bằng nhau, theo đúng thiết kế để khi kim cương đặt vào, nhìn từ bên ngoài, chúng ta sẽ chỉ thấy những mặt cắt hoàn hảo, tạo độ sáng lấp lánh mà thôi. Đây chính là kiểu nạm Pave, phức tạp và cầu kỳ nhất trong ba phương pháp nạm kim cương lên đồng hồ hiện nay.

Khoản đầu tư chắc chắn sinh lời

Với nhiều người, đồng hồ kim cương (của các thương hiệu lớn) không đơn thuần là một món phụ kiện đắt giá. Nó còn là một khoản đầu tư đảm bảo sinh lời. Có nhiều nguyên nhân, nhưng một trong số đó chính là việc kim cương tự nhiên đang dần khan hiếm và giá cả chỉ tăng chứ không giảm.

Đồng hồ kim cương sẽ rất khó mất giá, trừ khi người sở hữu có lý do đặc biệt để bán theo kiểu “đem cho”. Chưa kể, bản thân những chiếc đồng hồ cũng đã có đủ thể mạnh để giữ giá, từ chất liệu quý hiếm tới tính năng, từ bộ máy độc quyền tới kỹ nghệ chế tác tinh xảo.

Nếu chúng là sản phẩm của những cái tên thuộc nhóm “đỉnh chóp” như Bovet, Patek Philippe, H. Morser & Cie, MB&F, Vacheron Constantin, Jacob & Co, Auderma Piguet, Piaget, Blancpain, Girard-Perregaux hay “đỉnh đám” như Chopard, Rolex, Hublot, Ulysse Nardin, Cartier, Omega, IWC, Grand Seiko... thì việc giá trị tăng lên từ vài tới vài chục, thậm chí vài trăm lần sau khoảng một thập niên trở đi là chuyện hoàn toàn có thể xảy ra.

Thời gian là vĩnh cửu, còn kim cương cũng là mãi mãi. Sở hữu cùng lúc cả hai yếu tố bất biến này trên cổ tay chắc chắn là trải nghiệm không phải bất kỳ ai cũng được nếm trải trong cuộc đời...

Tom Ford

Tom Ford

Sự **phá cách** đến ngạo mạn của một **Quý ông**

BÀI: AN THÁI ANH (tổng hợp)

Nhắc đến thời trang là phải gọi tên Tom Ford, một quý ông lịch lãm và cũng là một thương hiệu đẳng cấp bậc nhất trong ngành công nghiệp thời trang thế giới.

Sáng tạo được khơi nguồn từ cảm hứng

Năm 2016, khi Donald Trump đắc cử chức Tổng thống Mỹ, vợ của ông là Melania Trump đã tìm đến Tom Ford để đặt hàng một thiết kế độc quyền cho buổi lễ nhậm chức của chồng. Với nhiều nhà thiết kế thời trang, đó là một vinh dự. Nhưng Tom Ford thì khác. Ông từ chối phủ phàng và khiến dư luận phải ngỡ ngàng.

Giải thích cho quyết định này, Tom Ford chỉ nói: “Melania Trump không phải là hình tượng người phụ nữ của Tom Ford”. Dư luận Mỹ xôn xao với nhiều ý kiến trái chiều khác nhau. Nhiều người ủng hộ Tom Ford song cũng không ít người cho rằng Tom Ford đã quá kiêu căng, ngạo mạn dù ông có tài năng đến thế nào.

Mất một thời gian, sau khi những lùm xum lắng xuống, Tom Ford mới lại xuất hiện trước báo chí. Ông giải thích cụ thể hơn về quyết định từ chối thiết kế cho Melania: “Tôi nghĩ tổng thống và đệ nhất phu nhân phải là hình mẫu cho công dân của họ. Mả quân áo của tôi thì không dành cho số đông người dân Mỹ. Chính vì vậy tôi đã từ chối”.

Những biện minh của Tom Ford không phải không có cơ sở. Bên trong chất lịch lãm của một quý ông, người ta luôn tìm thấy sự phá cách, dị biệt của một nhà thiết kế thời trang nổi tiếng bậc nhất thế giới. Do đó, để gò ông vào một khuôn mẫu cụ thể là điều không thể. Nghệ thuật chỉ được sinh ra từ cảm hứng. Tom Ford không tìm thấy điều đó trong đơn đặt hàng của Melania và ông từ chối.



Tom Ford đã vực dậy cả một đế chế thời trang Gucci khi đang ở bên bờ vực phá sản (Ảnh People)

Sự phá cách luôn như một ngọn lửa, chực bùng cháy trong con người Tom Ford. Từ khi đặt chân vào ngành thời trang trong thập niên 1990, ông đã tỏa một ánh hào quang khó cưỡng. Ông là một trong những người thường xuyên gây scandal trong giới thời trang.

Cái tên Tom Ford luôn dính liền với những hình ảnh gợi cảm quá mức cho phép. Trong tám ảnh quảng cáo nước hoa Opium cho thương hiệu Yves Saint Laurent, lúc Tom Ford còn là Giám đốc sáng tạo tại đây, người mẫu Sophie Dahl hoàn toàn khóa thân. Chiến dịch quảng cáo này đã lập tức bị cấm. Nhiều người cho rằng Tom Ford lạm dụng việc dùng hình ảnh khóa thân của mẫu nữ.

Bên trong chất lịch lãm của một quý ông, người ta luôn tìm thấy sự phá cách, dị biệt của một nhà thiết kế thời trang nổi tiếng bậc nhất thế giới.





Sự say mê trong công việc mang đến cho Tom Ford những sáng tạo vô tận. (Ảnh: Getty)



Năm 2002, ông một lần nữa sử dụng hình ảnh nuy trong quảng cáo nước hoa YSL M7. Chỉ có điều, lần này, Tom Ford đã dùng một người mẫu nam, với phân nhay cảm hoàn toàn phôi bày. Giống với chiến dịch Opium trước đây, ngay lập tức nó bị lên án và bị cấm xuất hiện.

Tom Ford không chùn bước trước dư luận. Năm 2004, ông lại tiếp tục sử dụng hình ảnh nhay cảm để quảng cáo, lần này còn táo bạo hơn. Trong chiến dịch quảng cáo sốc nhất năm, ông đã yêu cầu tạo thành logo chữ “G” nổi danh của Gucci vào vùng kín của người mẫu nữ.

Chiến dịch lại bị cấm truyền bá. Nhưng nó mang lại biệt danh cho Tom Ford: “Ông hoàng Sex”. Tom Ford rất tự hào về điều này. “Sự gợi cảm mang về doanh thu,” ông phát biểu về hành động của mình. Năm 2019, khi được phỏng vấn về giai đoạn này, Tom Ford rất thoải mái. Chiến dịch nữ quyền #MeToo đã khiến ông phải suy nghĩ rất kỹ trước khi chụp ảnh quảng cáo. “Bây giờ, tôi chẳng thể làm như hồi 2004 được nữa. Giới thời trang bây giờ rất nhạy cảm; chẳng ai được phát biểu điều mình suy nghĩ thật.”

Bất chấp sự phá cách có phần hoang dại, Tom Ford vẫn có một cái chất mà khiến cho tất cả giới đam mê thời trang phải tôn sùng, điên dại với các sản phẩm sáng tạo của ông. Nó là thành quả của một quá trình dài sáng tạo, dần thân với những đam mê bất tận trong ngành công nghiệp thời trang.

Hành trình khẳng định một thương hiệu

Tom Ford sinh năm 1961 tại hành phố Austin, Texas, Mỹ. Ông sớm thể hiện là một người có khiếu thẩm mỹ và tư duy thiết kế tốt khi luôn chủ động sắp xếp nội thất trong phòng khách. Chính bà và mẹ là hai người phụ nữ đã truyền cảm hứng cho ông đến với con đường thời trang.

Năm 16 tuổi, Tom Ford dần lơ là chuyện học hành vì không tìm được đam mê. Một năm sau, ông chính thức bỏ học để trở thành người mẫu quảng cáo, đó cũng chính là bước đầu cho sự thành công của Tom trong lĩnh vực này. Tom Ford được nhận vào làm việc cho nhà thiết kế đồ thể thao nổi tiếng Cathy Hardwick dưới vai trò trợ lí. Nhưng do không tìm được cảm hứng với ngành công nghiệp thời trang ở Mỹ, ông quyết định sang châu Âu để theo đuổi đam mê của cuộc đời.

Vào cuối những năm 1980, hãng thời trang nổi tiếng Gucci đứng trước bờ vực phá sản. Tom Ford đến đúng vào thời điểm khó khăn nhất của Gucci và chàng trai 20 tuổi đầy hoài bão đã vực dậy cả một đế chế thời trang bằng những sáng tạo bất tận. Ông bắt đầu với vị trí thiết kế thời trang nữ và không mất quá nhiều thời gian để đứng đầu 11 dòng thời trang nổi tiếng của Gucci.

Với tinh thần làm việc không ngừng nghỉ, với những đam mê trong sáng tạo, Tom chinh phục cả tập đoàn Gucci. Họ tin nhiệm và trao cho ông vị trí Giám đốc sáng tạo. Năm 1999, sau khi Gucci thầu tóm Yves Saint Laurent (YSL), Tom được đề cử giữ vị trí Giám đốc sáng tạo của thương hiệu này. Đó là một quyết định đúng, khi một lần nữa Tom đưa YSL vươn tầm

Nhưng một con người phá cách như Tom Ford không thể dừng lại nếu không có một thương hiệu cho riêng mình. Năm 2004, sau những bất đồng trong quản lý, Tom Ford chia tay Gucci và tự lập ra thương hiệu thời trang mang chính tên của ông. Ban đầu, Tom chỉ tập trung phát triển mảng phụ kiện với một vài mẫu mã như kính mắt và mỹ phẩm. Liên tiếp trong các năm 2006 đến 2009, Tom Ford dần cho ra đời một loạt sản phẩm khác, từ nước hoa, quần áo, đồ lót cho đến giày dép....

Bảng đẳng cấp và thương hiệu đã được định danh trong ngành thời trang thế giới, tất cả sản phẩm của Tom Ford đều được săn đón khi ra đời. Tom Ford trở thành một thương hiệu có thể cạnh tranh sòng phẳng với những hãng thời trang nổi tiếng của thế giới.

Trái ngược với những phá cách, ngẫu hứng trong công việc, người ta lại cảm nhận được một Tom Ford rất “đời” trong cuộc sống thường ngày. Là một người đồng tính, ông chung thủy với bạn đời mang tên Richard Buckley, một biên tập viên của hai tờ báo thời trang danh tiếng, 25 năm gắn bó bên nhau, họ có một cuộc sống yên bình và có với nhau một cậu con trai 10 tuổi.

Đó cũng là mái ấm, là gia đình mà ông trân trọng, nâng niu để qua đó tạo ra động lực, cảm hứng cho những sáng tạo vô tận của mình.



Những chiến dịch quảng cáo của Tom Ford luôn có sự phá cách táo bạo. (Ảnh: Global News)

Những phong cách “dị” của Tom Ford

- 1 Luôn luôn cài khuy áo khoác ngoài. Nếu chỉ có duy nhất một luật lệ cho trang phục nam giới, thì chính là điều này. Việc cài khuy áo khoác (nhất là áo khoác suit hay blazer) ngay lập tức đem lại vẻ nam tính cho bạn.
- 2 Một người đàn ông không nên mặc quần shorts đi dạo phố. Đây là điều không thể chấp nhận được. Quần shorts chỉ nên mặc trên sân tennis hoặc trên bãi biển.
- 3 Hãy thử mặc suit cho một ngày bình thường. Tôi làm mọi thứ cùng với suit, thậm chí là cả một bộ tuxedo và tôi cảm thấy thực sự thoải mái. Tôi không thích “đùa giỡn” với suit bằng những thiết kế hiện đại. Tôi thích sự đơn giản, form dáng cổ điển của suit, chúng tạo nên một đôi vai khỏe khoắn, eo vừa vặn và một đôi chân dài.
- 4 Mẹo nhỏ bạn có thể áp dụng khi bắt đầu già đi: đeo một đôi kính có gọng dày màu tối. Mọi thứ đều có thể phai mờ đi còn một đôi kính như thế chỉ làm bạn sắc sảo hơn mà thôi.
- 5 Tìm cho ra phong cách cá nhân của bạn. Tôi không mặc suit đen kết hợp cùng áo sơ mi trắng để khoe mẽ mà đơn giản là vì tôi thấy thoải mái với chúng.
- 6 Có một thứ trào lưu làm tôi sợ chết khiếp. Hôm đó, có người bước vào văn phòng của tôi với chiếc quần ngắn đến tận nửa bắp chân. “Đi về nhà ngay đi” – tôi nói với người đó.
- 7 Không bao giờ mặc bất thứ cứ gì khiến bạn khó chịu. Bởi cả ngày bạn sẽ chỉ lầm nhảm “Tôi là một kẻ ngốc” với bộ đồ đó. Bạn không phải là chính mình khi đó và những điều tồi tệ nhất có thể xảy ra chỉ vì một bộ đồ không hợp.
- 8 Bạn luôn cần phải chuẩn bị những gì là tốt nhất dành cho mình trước khi bước ra ngoài thế giới bởi ở ngoài kia, là một show diễn về sự tôn trọng của bạn dành cho những người xung quanh.
- 9 Tôi không sinh ra trong một gia đình giàu có. Gia đình tôi thuộc dạng trung lưu ở Mỹ. Nhưng chúng tôi hiểu rõ những quy tắc. Chúng tôi biết tiệc cưới buổi chiều phải mặc suit dành cho ban ngày, giày đen đi cùng với suit xanh và giày nâu với suit xám.
- 10 Ngay cả khi bạn sở hữu một bộ xương hàm không nổi bật, chỉ cần tia tốt râu đúng cách là đã đủ để gây ấn tượng.

Bạn đời đồng tính Richard Buckley cũng là một nguồn cảm hứng cho những sáng tạo của Tom Ford. (Ảnh: Getty)



CÔNG NGHỆ DẪN LỐI ÂM NHẠC BAY CAO

BÀI: AN VŨ

THÔNG điệp của Audiovector – nhà sản xuất loa hi-end đơn mạch vô cùng đơn giản: “JUST LISTEN”, NGHĨA LÀ “HÃY LẮNG NGHE”. ĐÚNG VẬY, VỚI DÒNG SẢN PHẨM ĐẦU BẢNG SR 3 AVANTGARDE ARRETÉ, NHIỆM VỤ CỦA NGƯỜI SỞ HỮU CHỈ LÀ YÊN LẶNG THƯỞNG THỨC NHỮNG GIÁ TRỊ TUYỆT VỜI MÀ ÂM NHẠC MANG LẠI MÀ THÔI. BỞI CẶP LOA NÀY, THEO Ý NGHĨA CỔ XƯA CỦA TỪ ARRETÉ, ĐÃ ĐỦ KHẢ NĂNG TRÌNH DIỄN MỌI THỨ Ở ĐẲNG CẤP CAO NHẤT.

Mặc dù sở hữu vẻ đẹp khỏe khoắn của một cỗ máy công nghiệp thế kỷ 21 nhưng dòng loa cây R 6 Arreté của Audiovector vẫn giữ được nét mảnh mai, thanh lịch và tinh tế, hoàn mỹ đến từng chi tiết nhỏ, cực kỳ phù hợp với những không gian nội thất hiện đại hoặc theo xu hướng tối giản – minimalism. Được thừa hưởng rất nhiều thành tựu từ model đầu bảng R 11 Arreté với mục tiêu mang đến chất lượng và sự sang trọng nhưng R 6 Arreté có kích thước gọn gàng hơn, chi phí thấp hơn.

R 6 Arreté không đòi hỏi quá cầu kỳ về việc set-up vị trí cũng như xử lý âm học phòng nghe, người dùng chỉ cần lưu ý kê loa cách tường bên khoảng 40cm, nghiêng nhẹ vào trong một góc 8 – 10 độ là đủ để tạo ra sân khấu âm thanh tối ưu nhất. Loa phù hợp với những không gian từ khoảng 30 mét vuông trở lên và vẫn hát tốt trong cả những căn phòng rộng tới 60 mét vuông mà không hề có dấu hiệu “đuối sức”.

Sở hữu dáng thùng giọt nước với các cạnh bên hơi cong và vát dần ra phía sau, R 6 Arreté thể hiện được hiệu quả tuyệt đối trong việc triệt tiêu hiện tượng cộng hưởng bên trong thùng loa nhờ loại bỏ hoàn toàn các mặt phẳng song song.

Nguyên lý “dao sắc không bằng chắc kẻ” đã không còn được áp dụng trên các dòng loa cây thuộc R series của Audiovector.

Không chỉ vậy, kiểu thùng giọt nước này còn giúp giúp các củ loa hoạt động mạnh mẽ hơn, mang đến thứ âm thanh vừa sạch sẽ vừa uy lực hơn.

Nguyên lý “dao sắc không bằng chắc kẻ” đã không còn được áp dụng trên các dòng loa cây thuộc R series của Audiovector. Đó là hệ thống chân đế Superstand với kết cấu dạng lò xo nhằm tạo ra độ đàn hồi để triệt tiêu rung chấn, theo các kỹ sư của hãng là tác dụng tốt hơn dạng chân đế truyền thống.

Chất liệu của vỏ thùng rất đặc biệt – nó là sự kết hợp của nhiều loại gỗ cao cấp và cả gỗ công nghiệp HDF (gỗ mật độ cao), cuối cùng là lớp phủ bóng cầu kỳ “theo đúng quy trình sơn phủ những chiếc siêu xe thể thao Italia” với 4 gam chủ đạo để lựa chọn, bao gồm trắng và đen phủ sơn mài như đàn piano, màu hạt dẻ Italia và màu gỗ tử đàn châu Phi. Audiovector cũng cho phép khách hàng lựa chọn màu sắc của thùng loa theo ý thích và phủ sơn mài, kể cả những gam màu rực rỡ và khác biệt như cam, vàng Lamborghini, đỏ Ferrari, xanh da trời, xám Titan, vàng cát.





Cho nên, cũng không ngoa khi nói rằng, mua một cặp loa của Audiovector còn đồng nghĩa với việc mang về nhà một món đồ trang trí nội thất độc đáo có một không hai.

Thuộc dòng cao cấp nhất của Audiovector, R 6 Arreté có kết cấu tương đối phức tạp: 4,5 đường tiếng. Phụ trách dải trung là 2 củ loa mid/bass 6,5 cm nam châm kép, màng sợi carbon kết cấu sandwich thế hệ mới nhất. Kèm theo đó là cuộn dây điện động làm từ chất liệu Titanium đắt giá, hỗ trợ cho công nghệ độc đáo LCC cho phép kiểm soát chính xác dao động của màng loa theo đúng tín hiệu truyền đi từ ampli mà không gặp bất cứ hạn chế nào. Các kỹ sư của Audiovector còn bố trí một củ loa midrange 7,5 cm hướng ra mặt sau, với mục đích tạo ra sân khấu âm thanh rộng mở và có chiều sâu.

Dải trầm – một trong các yếu tố được giới audiophile quan tâm bậc nhất cũng được xử lý theo cách rất khác biệt bằng hai củ loa trầm giấu kín trong thùng loa, hướng xuống phía dưới, giúp dải trầm không chỉ mạnh mẽ hơn (theo nguyên lý đẳng áp) mà còn chính xác, mạnh mẽ và có độ lan tỏa tốt hơn.

Ở dải cao, R 6 Arreté được trang bị củ loa tweeter dùng công nghệ Air Motion Transformer (AMT) thế hệ thứ ba với màng nhôm đặt trong môi trường từ tính mạnh, mỗi khi có tín hiệu đi qua, lực từ sẽ tác động lên màng, ép các nếp gấp lại, đẩy không khí ra ngoài tạo ra âm thanh. Củ tweeter này tích hợp cơ chế acoustic lens – hoạt động tương tự thấu kính máy ảnh – nhằm mở rộng tối đa khả năng khuếch tán âm thanh. Cho nên, R 6 Arreté thực sự dẫn đầu phân khúc về khả năng tái tạo dải cao có độ mở tốt, lôi cuốn, chi tiết và giàu nhạc tính.

Nếu xét theo thông số kỹ thuật thì R 6 Arreté không quá kén ampli. Tuy nhiên, cặp loa này cần được phối ghép với những đối tác tương xứng về đẳng cấp và chất âm để phát huy được hết khả năng, và Cyrus – một thương hiệu hi-end khét tiếng Anh quốc là lựa chọn hợp lý, với pre Cyrus XR cùng cặp ampli công suất Mono X300 signature. Nếu thích chất âm ấm áp, ngọt ngào, cũng có thể chọn mẫu ampli class A thuần Masterclass LA-4 và Masterclass MPA-4 của Sugden Audio, cũng là hàng hi-end Anh quốc. Tổng chi phí cho cả hệ thống (chưa kể nguồn phát) dao động quanh mức 1 tỷ đồng, nhưng chắc chắn là “đắt xắt ra miếng”.

Bởi vì R 6 Arreté đã mang đến một thứ âm thanh phong phú, tinh tế, với khả năng thể hiện tuyệt vời sự khác biệt cực kỳ phức tạp của đủ loại âm sắc, không hề lẫn lộn, không áp đặt cá tính mà vẫn rất trung thực với nguồn phát. Đặc biệt, dải cao vô cùng êm ái, mảnh mai, không hề chói gắt, kể cả khi chơi những bản ghi cũ – ở cái thời kỹ thuật thu âm còn khá sơ khai.

Nhưng dải trung của R 6 Arreté thậm chí còn gây bất ngờ hơn nữa. Những người mê giọng hát – đặc biệt

Audiovector R 6 Arreté sở hữu chất âm mượt mà, bay bổng đậm chất nghệ thuật, nhưng vẫn đủ mạnh mẽ để chinh phục những đôi tai khó tính nhất. Trong tầm giá 600 triệu đồng, nó là một lựa chọn vô cùng sáng giá nhờ sở hữu quá nhiều ưu điểm vượt trội – từ chất lượng âm thanh tới kiểu dáng bắt mắt, từ đẳng cấp thương hiệu tới công nghệ và kỹ thuật chế tác. Chỉ cần tìm cho nó những đối tác phù hợp về chất âm, đồng thời thỏa mãn gu nghe riêng của bản thân là đủ để đắm chìm trong thiên đường âm nhạc rồi.



ở các dòng nhạc như jazz, folklore, celtic, pop cổ hay nhạc trữ tình Việt Nam hay các thể loại đĩa audiophile voices sẽ tìm thấy quá nhiều lý do để sở hữu cặp loa này. Ngoài khả năng đẩy bật ra các chi tiết có thể bị “án giấu” do chất lượng thu âm, R 6 Arreté còn dễ dàng chinh phục người nghe bằng việc tái hiện xuất sắc cá tính của từng giọng hát khác nhau, từ khê khàn của Chantal Chamberland đến âm khổi của Laura Fygi, từ thanh thoát bay bổng của Barbra Streisand tới đầy đặn nội lực của Celine Dion. Với hai củ mid/bass, tiếng trung trầm của cặp loa này cũng rõ ràng, tròn trịa và không hề bị lẫn vào dải trầm. Cho nên, nghe Michael Bublé, Andrea Bocelli, Bruno Mars, Ed Sheeran hay Tuấn Ngọc, Sỹ Phú với R 6 Arreté đều hay cả.

Nhờ sân khấu âm thanh lùi ra phía sau, người nghe có cảm giác như đang ngồi trong khán phòng tiêu chuẩn, giữ được khoảng cách tối ưu với nghệ sĩ biểu diễn. Và dải trầm thì xứng đáng nhận thêm thật nhiều lời ngợi khen: xuống được sâu mà không bị bệt ra hay bị nuốt tiếng ở tần số cực thấp, tiếng trống, tiếng contrabass tròn trịa, có độ nảy và đáp ứng tốc độ ở mức đáng kinh ngạc. Đây là một trong những lựa chọn tuyệt vời cho những người mê giao hưởng, mê nhạc rock hay các loại nhạc có tốc độ cao, sử dụng nhiều tiếng trống. Với nguồn âm tốt, bản ghi chuẩn, người nghe có thể thưởng thức R 6 Arreté nhiều giờ liên tục mà không bị mệt tai.



Millennium Dome

“Con sứa” khổng lồ trên bán đảo Greenwich

MILLENNIUM DOME LÀ MỘT TRONG NHỮNG CÔNG TRÌNH LỘT VÀO TOP 10 CÔNG TRÌNH ẤN TƯỢNG NHẤT CỦA THẬP NIÊN ĐẦU THẾ KỶ 21 DO TỜ THE GUARDIAN CỦA ANH BÌNH CHỌN.

Được thiết kế bởi Công ty Richard Rogers Partnership và kỹ sư Büro Happold, Millennium Dome (Mái vòm Thiên niên kỷ) là một trong những công trình nổi tiếng nhất nước Anh. Khánh thành năm 2000, công trình có đường kính 365m và cao 100m, thường được ví như một “con sứa” khổng lồ nhưng rất quyến rũ nổi lên trên bán đảo Greenwich, ở Đông Nam London. Đặc biệt, công trình được xây dựng trên đường kinh tuyến gốc (kinh độ 0°) dọc theo Sông Thames ở cực Bắc của bán đảo Greenwich.

Millennium Dome là tên ban đầu của tòa nhà hình vòm này, nơi tổ chức một cuộc triển lãm lớn kỷ niệm đầu thiên niên kỷ thứ ba. Đây được coi là tòa nhà lớn thứ tám trên thế giới tính theo thể tích sử dụng được cho tới thời điểm khánh thành.

Vào ngày 31/12/1999, lễ giao thừa đón thiên niên kỷ mới được tổ chức tại mái vòm khổng lồ này với sự tham dự của khoảng 10.500 người. Khai mạc vào ngày hôm sau, triển lãm Millennium Dome kéo dài đến ngày 31/12/2000.

Tuy nhiên, triển lãm mang tính chính trị cao chỉ thu hút được một nửa trong số 12 triệu khách tham quan mà các nhà tài trợ dự kiến. Các khoản thu từ du khách không đủ bù đắp chi phí xây dựng và mái vòm đã bị đóng cửa cho công chúng. Công trình kiến trúc này sau đó được bán vào tháng 12/2001. Và vào năm 2007, tòa nhà được tân trang lại, bao gồm một khán phòng 20.000 chỗ ngồi, mở lại với tên gọi khu phức hợp giải trí The O2 - theo tên của một công ty điện thoại di động, nhà tài trợ chính.

Là một trong những mái vòm lớn nhất thế giới, nhìn bên ngoài, công trình như một dải màu trắng lớn với 12 tháp đỡ màu vàng cao 100 mét, mỗi tháp tương trưng cho 1 tháng trong năm hoặc mỗi giờ trên mặt đồng hồ. Millennium Dome đã trở thành một trong những địa danh dễ nhận biết nhất của Vương quốc Anh và có thể dễ dàng được xác định trên các hình ảnh vệ tinh của London. Bên ngoài của công trình này gợi nhớ đến Dome of Discovery được xây dựng vào năm 1951, một tòa nhà triển lãm tạm thời do kiến trúc sư Ralph Tubbs thiết kế cho Lễ hội Anh quốc diễn ra ở Bồ Nam của London, bên cạnh sông Thames.

Mặc dù được gọi là mái vòm, Millennium Dome không hoàn toàn là mái vòm vì nó không tự chống đỡ, mà trên thực tế, là một đỉnh lớn khổng lồ, tán được nâng đỡ bởi một mạng lưới cáp hình vòm, từ 12 trụ đỡ chính. Tán của mái vòm được làm bằng vải sợi thủy tinh tráng PTFE, một loại nhựa bền và chịu được thời tiết khắc nghiệt.

Phần móng, giá đỡ chính và mái vòm được hoàn thành vào giữa năm 1998, tạo nên diện tích sàn bên trong hơn 861.000 feet vuông (80.000 mét vuông).

Cụm mái được hỗ trợ bởi một mạng lưới gồm 2.600 sợi cáp treo từ một vòng tròn gồm 12 cột buồm thép, nghiêng một chút so với phương thẳng đứng, cao gần 330 feet (100 mét).

Mái nhà có đường kính 1.050 feet (320 mét), với tổng phần mở rộng khoảng 969.000 feet vuông (90.000 mét vuông) và đạt chiều cao tối đa khoảng 165 feet (50 mét). Cụm mái được hỗ trợ bởi một mạng lưới gồm 2.600 sợi cáp treo từ một vòng tròn gồm 12 cột buồm thép, nghiêng một chút so với phương thẳng đứng, cao gần 330 feet (100 mét).

Hiện nay, The O2, được xây dựng phần lớn bên trong Millennium Dome, là một khu giải trí lớn, bao gồm một đấu trường trong nhà, một cầu lạc bộ âm nhạc, một rạp chiếu phim Cineworld, một không gian triển lãm, các quán bar và nhà hàng. Ngoài ra, trong khuôn viên Dome cũng có cả khách sạn, khu phố đi bộ, là điểm vui chơi, giải trí, du lịch hút khách ở London.





Ảnh bìa: mikkellwilliam/istockphoto.com,
KucherAV/istockphoto.com

Người **DAN ĐÀU**

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 HÙNG
NGUYỄN MINH HIẾN
TRẦN LIỄU

Thiết kế & Sáng tạo
Admixstudio.com



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 030 792

Kích thước: 21x29,7cm. In tại Công ty TNHH In Vietcolor
Giấy phép xuất bản Đặc san số 31/GP-XBĐS do Bộ Thông tin & Truyền thông cấp ngày 09/02/2022



L'AZURE RESORT & SPA PHU QUOC

Nơi Bình Yên Giữa Lòng Phố Đảo

Hãy cùng người thân yêu tận hưởng trọn vẹn không gian thanh bình giữa trung tâm Đảo Ngọc thiên đường. L'Azure Resort & Spa Phu Quoc là nơi bạn gác lại muộn phiền cuộc sống, hòa mình vào thiên nhiên viết tiếp câu chuyện kể của những con sóng rì rào...

WWW.LAZURERESORT.COM



64 Trần Hưng Đạo, Thị Trấn Dương Đông
Thành phố Phú Quốc, Tỉnh Kiên Giang, Việt Nam
Phone: (+84) 2973.99.44.99
Mail: info@lazureresort.com



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



sme.vietcombank.com.vn