

Người DẠN ĐẦU

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

Số 4/2018



BÍ MẬT những
cỗ máy
đếm **THỜI GIAN**



Gửi quà
may mắn



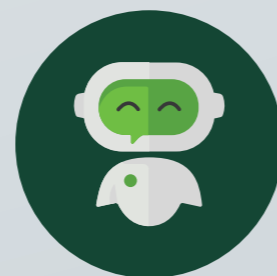
Mua vé
xem phim



QR Pay



Mua vé
máy bay



Trợ lý ảo



Đặt phòng
khách sạn



Nạp tiền
điện thoại



Chuyển tiền



Gửi yêu cầu
chuyển tiền



Dịch vụ

VCBPAY

Cho cuộc sống thêm gắn kết



Tải ứng dụng miễn phí tại:



Chi tiết liên hệ 1900 54 54 13 hoặc www.vietcombank.com.vn



Ảnh bìa: Đồng hồ Dong Son The Sun của Speake-Marin

Người **DẪN ĐẦU**

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

Chịu trách nhiệm nội dung và xuất bản

Tiến sỹ PHẠM MẠNH THẮNG

Phó Tổng Giám đốc Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam

Biên tập

PHAN KHÁNH NGỌC

NGUYỄN HỮU KIÊN

LÊ HƯNG

NGUYỄN MINH HIỀN

TRẦN LIỄU

Phụ trách Sáng tạo

NGHIÊM HOÀNG ANH (admixstudio.com)

Thiết kế

THU HẰNG



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

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

Giấy phép xuất bản Đặc san số 02/GP-XBDS do Bộ Thông tin & Truyền thông cấp ngày 03/01/2018

Trong số này

Số 4/2018



Tiêu điểm

- 08** CPTPP - Kỳ vọng & thách thức mới với ngành tài chính
- 12** 25 năm tiếp nhận ODA - “Nguồn vốn quý” & những vấn đề đặt ra

Ngân hàng

- 16** Vietcombank: Ngân hàng đầu tiên đáp ứng chuẩn mực Basel II tại Việt Nam
- 18** Vietcombank: Thay đổi để phù hợp với xu thế CMCN 4.0



Bí mật những cỗ máy đếm thời gian

- 24** 10 chiếc đồng hồ đeo tay biểu tượng của thế giới
- 30** Đồng hồ Thụy Sĩ: Đắt xắt ra miếng
- 34** Tourbillon: Thước đo giá trị tinh xảo & cầu kỳ của đồng hồ xa xỉ
- 38** Đồng hồ xa xỉ chính xác đến mức nào?
- 42** Patek Philippe: Giấc mơ vương giả
- 46** Dong Son The Sun: Văn hóa Việt tỏa sáng trên cỗ máy thời gian Speake-Marin
- 48** Graff Diamonds Hallucination - Đồng hồ huyền thoại xa xỉ nhất thế giới
- 50** Panthère De Cartier: Cho người phụ nữ quyến rũ & khác biệt
- 54** Bvlgari Bvlgari mới 2018: BST mang tính biểu tượng
- 56** Mua đồng hồ cơ, nên quan tâm những vấn đề gì?

34



Chuyên mục Văn hoá

- 60** Bạch Mai: Người bạn mùa Đông báo Xuân sang
- 66** Thụy Sĩ: Nơi thời gian ngừng lại
- 70** Thấp sáng mùa Đông băng giá
- 74** Premier Village Phu Quoc Resort - Tuyệt tác giữa hai mặt biển
- 78** Du thuyền President - Trải nghiệm mới về Vịnh Hạ Long
- 82** Thanh Hằng - Bản lĩnh “chị đại” giữa sóng gió showbiz Việt
- 86** Du thuyền Lexus LY 650: Chế tác từ cốt lõi của sự tuyệt vời



Không gian đẹp

- 90** Triễn lãm nghệ thuật Modern Life: Thiết bị gia dụng qua ngôn ngữ nghệ thuật

Làm đẹp

- 92** Dán răng sứ Veneer: “Tạo hình” cho nụ cười tỏa sáng

Doanh nhân

- 94** Nguyễn Tiến Dũng - Giám đốc chiến lược Red Design Group: “Không có bữa ăn nào là miễn phí”



VISA VÀ MASTERCARD ĐỀ XUẤT GIẢM PHÍ CÀ THÈ TẠI EU

Vừa qua, Visa và Mastercard đã đề xuất cắt giảm phí cho các cửa hàng đối tác chấp nhận thẻ mà khách du lịch dùng thẻ của hai "đại gia" thẻ tín dụng lớn nhất thế giới này thanh toán các giao dịch tại Liên minh châu Âu (EU) trong nỗ lực nhằm ngăn chặn nguy cơ bị phạt sau một cuộc điều tra chống độc quyền kéo dài. Tuy nhiên, thậm chí sau khi cắt giảm, các khoản phí mà các cửa hàng phải trả khi họ chấp nhận thanh toán thẻ, một nguồn thu cho các ngân hàng, vẫn cao hơn các khoản phí của thẻ EU.

Ủy ban châu Âu (EC) đã đấu tranh trong hơn một thập niên qua để giảm chi phí trao đổi và khuyến khích thương mại xuyên biên giới và thương mại trực tuyến. Các nhà quản lý của Mỹ cũng đã bày tỏ sự không hài lòng đối với những kiểu phí như vậy.

Các nhà bán lẻ nói rằng, phí cà thẻ là do các công ty thẻ quy định và được các ngân hàng phát hành thẻ khấu trừ trên mỗi giao dịch. Và điều này vô hình chung đã khiến những người bán lẻ phải gánh chịu các chi phí đó. EC dự kiến sẽ tiếp nhận ý kiến phản hồi từ các nhà bán lẻ và các nhóm người tiêu dùng trước khi quyết định có chấp nhận đề nghị từ Visa và Mastercard hay không.

KINH TẾ EUROZONE VẪN GẶP KHÓ KHĂN

Khu vực sử dụng đồng tiền chung châu Âu (Eurozone) trong tháng 11/2018 có mức tăng trưởng kinh doanh thấp nhất trong gần 4 năm qua, chủ yếu do hoạt động xuất khẩu giảm.

Chỉ số nhà quản lý mua hàng (PMI) của Eurozone trong tháng 11/2018 đã giảm xuống còn 52,4 điểm, thấp hơn so với mức 53,1 điểm trong tháng 10/2018 và mức dự báo 53 điểm của giới phân tích. PMI vượt mức 50 điểm đồng nghĩa với nền kinh tế đang tăng trưởng.

Theo ước tính sơ bộ của công ty giám sát dữ liệu IHS Markit, tình trạng xuất khẩu sụt giảm đã lan sang lĩnh vực dịch vụ, trong khi các công ty đều bi quan về triển vọng tăng trưởng trong tương lai. Nhu cầu của Eurozone suy yếu chủ yếu do tình hình bất ổn gia tăng, các điều kiện tài chính chặt chẽ hơn và giá cả cao hơn.

Số liệu của IHS Markit cũng cho thấy Tổng sản phẩm trong nước (GDP) của Eurozone có thể sẽ tăng trưởng 0,3% trong quý IV/2018. Trước đó, Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB) dự báo nền kinh tế Eurozone sẽ tăng trưởng 2% năm 2018 và 1,8% năm 2019 trong bối cảnh căng thẳng thương mại gia tăng giữa các nền kinh tế hàng đầu thế giới, cũng như những quan ngại về các thị trường mới nổi.



WTO: CÁC BIỆN PHÁP HẠN CHẾ NHẬP KHẨU GÂY THIẾT HẠI NẶNG NỀ CHO THƯƠNG MẠI THẾ GIỚI

Vừa qua, Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) cho biết, trong vòng 6 tháng gần đây, các nền kinh tế lớn nhất thế giới đã áp dụng các biện pháp hạn chế nhập khẩu tác động tới lượng hàng hóa trị giá gần 500 tỷ USD.

WTO đã tỏ ra đặc biệt quan ngại khi mà từ tháng 5 đến tháng 10, 40 biện pháp hạn chế nhập khẩu mới đã được các quốc gia thuộc Nhóm 20 nền kinh tế phát triển và mới nổi hàng đầu thế giới (G20) dựng lên nhằm ngăn chặn dòng chảy của hàng hóa. Đây là con số lớn nhất mà WTO ghi nhận được kể từ năm 2012 khi tổ chức này bắt đầu theo dõi diễn biến của các biện pháp hạn chế nhập khẩu trên thế giới. Như vậy, trung bình mỗi tháng các nền kinh tế hàng đầu thế giới đã



đưa ra 8 biện pháp hạn chế nhập khẩu mới, trong đó có hàng rào thuế quan, lệnh cấm nhập khẩu, thuế xuất.

Tổng Giám đốc WTO Roberto Azevedo cảnh báo leo thang căng thẳng thương mại đã là một mối đe dọa hiện hữu. Ông cho rằng nếu tình hình này còn tiếp diễn, các rủi ro kinh tế sẽ gia tăng, tác động tiềm tàng tới tăng trưởng, việc làm và giá tiêu dùng trên toàn thế giới.

Thư Tòa Soạn

Kính chào Quý độc giả!

Chúng ta đang ở trong những ngày cuối cùng của năm 2018 và chờ đón năm mới 2019 với những kế hoạch, dự định đang ấp ủ. Sự giao thoa cũ – mới luôn mang đến những cảm xúc thật kỳ lạ bởi đó thường là những khoảnh khắc lắng đọng nhất, để chúng ta cùng nhau lắng nghe tiếng thời gian bước qua...

Trên tinh thần đó, Ban Biên tập Đặc san Người Dẫn Đầu số 4/2018 xin được mời Quý độc giả tham dự một hành trình lý thú khám phá thật nhiều bí mật bất ngờ về những cỗ máy thời gian, một phát minh kiệt xuất, kết hợp hài hòa giữa hai yếu tố thời trang và tiện ích.

Quý độc giả thân mến, kể từ đầu thế kỷ 20, đồng hồ đeo tay đã trở thành món trang sức thiết yếu và hữu dụng bậc nhất, không chỉ để xem giờ, nó còn được xem như lời tuyên bố kín đáo nhưng đầy kiêu hãnh về đẳng cấp xã hội, sự giàu có, cá tính và gu thẩm mỹ. Quý độc giả sẽ tìm thấy trong Người Dẫn Đầu số 4/2018 nhiều thông tin hấp dẫn nhất về đồng hồ xa xỉ, từ câu chuyện Thụy Sĩ đã trở thành đế chế thống trị thế giới ra sao, cho tới cách những sản phẩm của Patek Philippe được khát khao, được thèm muốn như thế nào. Bên cạnh đó là những chiếc đồng hồ đã trở thành biểu tượng của ngành chế tác cầu kỳ và tinh xảo này, vì sao cơ chế Tourbillon được ví như trái tim của đồng hồ cơ và bằng cách nào mà thương hiệu Grand Seiko của Nhật Bản lại dễ dàng qua mặt mọi đối thủ phương Tây về độ chính xác...

Một lần nữa, Thụy Sĩ và Nhật Bản lại hiện diện trong số này để mang đến cho Quý độc giả những trải nghiệm thú vị và bình yên trong mùa Đông tuyết trắng ở hai "miền cổ tích" Đông – Tây, trước khi đến với triển lãm nghệ thuật Modern Life hay bay bổng trên du thuyền hạng sang Lexus LY 650. Một bài viết thật công phu trong phần chân dung sẽ giúp Quý độc giả thấy được nhiều hơn những nét mạnh mẽ, hào sảng của siêu mẫu Thanh Hằng, người rất xứng đáng với hai chữ "chị đại" của làng showbiz Việt đương thời.

Cùng bước sang năm 2019 là một CPTTP nhiều kỳ vọng nhưng cũng không ít thách thức, tuy nhiên, đó chính là vận hội mới thúc đẩy sự phát triển vượt bậc của thị trường dịch vụ tài chính, tạo cơ hội cho giới doanh nhân được cạnh tranh bình đẳng hơn trong môi trường quốc tế. Bên cạnh đó, nền kinh tế Việt Nam cũng đang đi vào một giai đoạn sáng sủa hơn với thị trường vốn tăng trưởng tốt, đủ tiềm năng giành lại "ngày độc lập thứ hai" như Hàn Quốc hay Malaysia.

Kính chúc Quý độc giả năm mới An lành và Hạnh phúc!

Ban Biên tập



THÚC ĐẨY DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ THAM GIA CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU

Vừa qua, tại hội thảo Thúc đẩy Doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) tham gia chuỗi giá trị toàn cầu và Cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) được tổ chức tại Hải Phòng, các chuyên gia đã chia sẻ những kiến thức về thách thức, cơ hội để trở thành một phần của cuộc CMCN 4.0, chuỗi giá trị toàn cầu và các thị trường thương mại điện tử trong khu vực.

Theo TS. Vũ Viết Ngoạn, Tổng Trưởng Tổ tư vấn Kinh tế của Thủ tướng Chính phủ, để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu và cuộc CMCN 4.0, các SME nên tự tin và chủ động hội nhập vì không gian phát triển cho khối doanh nghiệp này còn nhiều. Hiện SME đóng góp trên 30% GDP cả nước, giải quyết trên 50% lao động. Nhưng tại các nền kinh tế phát triển như Nhật Bản, Singapore, Hàn Quốc, EU, số lao động trong khu vực kinh tế tư nhân đóng góp trên 50% GDP quốc gia, giải quyết việc làm cho trên 70% lao động.

Các chuyên gia cũng nhận định, việc số hóa không chỉ cho phép SME trong khu vực ASEAN tham gia thương mại xuyên biên giới mà còn giúp các doanh nghiệp phát triển và mở rộng quy mô kinh doanh trong khi cắt giảm chi phí.



NHÀ ĐẦU TƯ NGOẠI ĐÁNH GIÁ CAO TIỀM NĂNG THỊ TRƯỜNG BẤT ĐỘNG SẢN VIỆT NAM

Theo ông Vikram Kohli, Tổng Giám đốc khu vực Đông Nam Á của Tập đoàn CBRE, khi nhìn vào sự tham gia của các nguồn vốn ngoại rót vào Việt Nam trong hầu hết những giao dịch chuyển nhượng bất động sản (BDS) lớn nhất trong năm nay ở các phân khúc văn phòng, nhà ở và bán lẻ, chúng ta có thể cảm nhận được mức độ hào hứng của các nhà đầu tư nước ngoài đối với "ngôi sao mới nổi" của châu Á này.

Theo ông Vikram Kohli, khi các nhà đầu tư BDS thảo luận về thị trường mới nổi năng động nhất trên toàn cầu, thật khó để không nhắc tới Việt Nam với động lực lớn là tốc độ tăng trưởng kinh tế mạnh mẽ, cùng tầng lớp trung lưu đang gia tăng với thu nhập tăng trưởng nhanh. Lớp dân số trẻ có học thức cao đã giúp quá trình đô thị hóa diễn ra nhanh chóng, tạo tiền đề giúp Việt Nam nằm trong những quốc gia có tốc độ tăng trưởng GDP nhanh nhất thế giới. Trong ba năm vừa qua, nguồn vốn đầu tư nước ngoài vào thị trường BDS Việt Nam đã tăng trưởng theo từng năm.

Nối tiếp đà tăng trưởng mạnh mẽ này, Ngân hàng Thế giới dự báo GDP của Việt Nam sẽ tăng 6,8% trong năm 2018. Điều này giúp thúc đẩy triển vọng của các nhà đầu tư quốc tế trong việc tạo dấu ấn tại thị trường BDS đầy tiềm năng này.

VIETTEL SẢN XUẤT THIẾT BỊ VÀ TIÊN PHONG THỬ NGHIỆM 5G TRONG NĂM 2019

Ông Tào Đức Thắng, Phó Tổng Giám đốc Tập đoàn Viettel cho biết: "Viettel đã sẵn sàng tham gia cuộc thử nghiệm 5G vào năm 2019. Chúng tôi mong rằng sẽ sớm có thông tin về tần số để Viettel và các nhà mạng khác có sự chuẩn bị về thiết kế, thiết bị phù hợp nhằm đáp ứng tần số mà Bộ TT&TT dự kiến sử dụng cho 5G".

Không những thế, Viettel còn nghiên cứu sản xuất thiết bị trạm phát sóng 5G. Viettel đã thành lập nhóm nghiên cứu phát triển công nghệ 5G từ năm 2015. Đến nay, Viettel đã đạt được một số kết quả tích cực: làm chủ công nghệ lõi của phần mềm cho thiết bị 5G; làm chủ thiết kế phần cứng khối thu phát cao tần; làm chủ thiết kế phần mềm lớp vật lý cho thiết bị 5G.

Với sự chuẩn bị kỹ lưỡng và những lợi thế mà các doanh nghiệp viễn thông khác không có, Viettel đặt mục tiêu đến năm 2019 sẽ hoàn thành chế thử trạm phát sóng 5G phiên bản 1, thử nghiệm mạng lưới trạm 5G vào năm 2020 và sẵn sàng thương mại sản phẩm vào năm 2021.



10 NĂM TỚI, 7,5 TRIỆU LAO ĐỘNG VIỆT NAM SẼ BỊ MẤT VIỆC VÌ TỰ ĐỘNG HÓA?

Diễn đàn Kinh tế Thế giới dự báo rằng trong 4 năm tới, sự phát triển của khoa học công nghệ sẽ thay thế 75 triệu việc làm và tạo ra 133 triệu việc làm mới trên toàn cầu. Trong đó, Đông Nam Á là khu vực chịu tác động mạnh nhất. Còn theo báo cáo vừa công bố của Oxford Economics và công ty công nghệ Cisco (Mỹ), làn sóng công nghệ có thể thay thế 28 triệu việc làm từ 6 nền kinh tế hàng đầu ASEAN trong 10 năm tới, tương đương với khoảng 10% lực lượng lao động của Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thái Lan và Việt Nam.

Nghiên cứu cho thấy, dù sự phát triển khoa học công nghệ sẽ tạo ra việc làm mới, nhưng nó cũng sẽ thay thế 6,6 triệu việc làm. Trong số 6 nền kinh tế hàng đầu ASEAN, Indonesia sẽ chịu ảnh hưởng nặng nề nhất với 9,5 triệu lao động bị thay thế. Việt Nam là quốc gia đứng thứ 2 về mức độ ảnh hưởng, sẽ có tới 7,5 triệu người, tương đương 13,8% lao động Việt Nam mất việc vì công nghệ tự động hóa trong vòng 10 năm tới.

BỘ GIAO THÔNG VẬN TẢI ĐỀ NGHỊ HÀ NỘI BỎ QUY ĐỊNH 'KHOÁC ĐỒNG PHỤC' TAXI



Bộ Giao thông Vận tải (GTVT) vừa có văn bản gửi UBND TP. Hà Nội góp ý về Dự thảo quy chế quản lý hoạt động kinh doanh vận tải hành khách bằng taxi trên địa bàn thành phố, với nhiều nội dung trái luật. Theo đó, Bộ GTVT cho rằng căn cứ Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật, Luật Doanh nghiệp và Luật Đầu tư thì Hà Nội quy định màu sơn xe taxi là không phù hợp.

THÁNG 7/2020 SẼ KHỞI CÔNG CAO TỐC PHAN THIẾT - DẦU GIÂY

Mới đây, Ban Quản lý dự án Thăng Long (thuộc Bộ Giao thông - Vận tải) đã có cuộc làm việc với UBND tỉnh và các địa phương về công tác giải phóng mặt bằng tuyến cao tốc Phan Thiết - Dầu Giây.

Theo đó, tiến độ chung của dự án là đến tháng 5/2019 sẽ cắm cọc và bàn giao mốc mới cho địa phương để giải phóng mặt bằng, tháng 9/2019 tổ chức tuyển chọn nhà thầu, tháng 7/2020 khởi công dự án.

Quy mô dự án: Điểm đầu nằm trên tuyến đường từ QL1A đi Mỹ Thạnh (cách quốc lộ 1 khoảng 2,6km); điểm cuối kết nối với tuyến đường cao tốc thành phố Hồ Chí Minh - Long Thành - Dầu Giây tại khoảng Km43+125. Chiều dài tuyến khoảng 99km (đoạn qua Bình Thuận dài khoảng 47,5km, đoạn qua Đồng Nai dài 51,5km).

Đường cao tốc xây dựng theo tiêu chuẩn đường cao tốc loại A, vận tốc thiết kế là 120km/h, quy mô 6 làn xe, bề rộng nền đường 32,25m. Giai đoạn phân kỳ quy mô 4 làn xe hoàn chỉnh, bề rộng nền đường 25m. Hệ thống công trình cầu gồm 68 cầu, với 18 cầu trên đường cao tốc, 40 cầu vượt trục thông với đường cao tốc, 10 cầu trong nút giao liên thông.

Bộ GTVT đề nghị Hà Nội nên đưa ra các màu sơn để định hướng đơn vị kinh doanh vận tải bằng taxi tự lựa chọn, nhằm tạo thuận lợi cho việc kinh doanh và quảng bá thương hiệu. Ngoài ra, Bộ GTVT cũng cho rằng, UBND TP. Hà Nội không nên quy định quy hoạch số lượng taxi. Theo Luật Quy hoạch, nội dung này không còn phù hợp và không được phép quy hoạch số lượng taxi.

Trước đó, UBND TP. Hà Nội đưa ra dự thảo quy chế quản lý hoạt động kinh doanh vận tải hành khách bằng taxi trên địa bàn Hà Nội (dự kiến được phê duyệt trong năm 2018). Theo đó, TP. Hà Nội yêu cầu các đơn vị kinh doanh vận tải bằng taxi trình phương án kinh doanh lên Sở GTVT. Trong phương án này, phải đảm bảo tiêu chí vùng phục vụ, biển số xe hoạt động theo vùng, màu sơn, điểm đỗ, điểm dừng đón trả khách, địa điểm giao ca, thời gian giao ca... Trong một tháng, taxi phải đảm bảo thời gian hoạt động trong vùng đã đăng ký tối thiểu 70%.



Thực thi CPTPP, trong đó có các cam kết về dịch vụ tài chính nêu trên sẽ góp phần hoàn thiện cơ sở pháp lý về cạnh tranh tại Việt Nam

Như vậy, tự do hóa tài chính trong khuôn khổ CPTPP rất cao dù các nước thành viên được quyền chủ động thực hiện các biện pháp củng cố tính ổn định tài chính và tính thống nhất của hệ thống tài chính của mình, bao gồm những quy định ngoại lệ mà các quốc gia thành viên xem xét một cách thận trọng và những quy định ngoại lệ về các biện pháp không phân biệt đối xử trong quá trình thiết lập và thực thi các chính sách tiền tệ hay các chính sách khác. Việt Nam cũng như các nước được áp dụng các ngoại lệ cần thiết, gồm các biện pháp thận trọng bảo vệ an ninh quốc gia, quyền lợi và thông tin cá nhân; chính sách về tỷ giá, tiền tệ nhằm đảm bảo môi trường đầu tư ổn định, an toàn.

Thực thi CPTPP, trong đó có các cam kết về dịch vụ tài chính nêu trên sẽ góp phần hoàn thiện cơ sở pháp lý về cạnh tranh tại Việt Nam, từ đó thu hút, thúc đẩy các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế, bao gồm doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, kinh doanh tại Việt Nam khi môi trường kinh doanh được đảm bảo cạnh tranh bình đẳng, minh bạch và không phân biệt đối xử. Ngoài ra, các doanh nghiệp Việt Nam cũng được đảm bảo khi tham gia cạnh tranh với các doanh nghiệp khác trên thị trường các thành viên khác; giúp cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam hình thành và thắm nhuần văn hóa cạnh tranh, nâng cao nhận thức về cạnh tranh lành mạnh và có ý thức tự bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của mình; tạo điều kiện nâng cao trình độ và năng lực của cơ quan thực thi pháp luật cạnh tranh của Việt Nam thông qua các cơ chế về hợp tác, trao đổi thông tin, tham vấn về những vấn đề liên quan đến cạnh tranh giữa các nước thành viên trong quá trình thực thi cam kết.

Cơ hội đẩy mạnh sự phát triển của thị trường dịch vụ tài chính

Các cam kết thuộc lĩnh vực dịch vụ tài chính của CPTPP hướng tới đẩy mạnh sự phát triển của thị trường dịch vụ tài chính ở các nước thành viên, trong đó có Việt Nam gồm: (i) Mở rộng cam kết về mở cửa thị trường đi kèm với cơ chế minh bạch hóa, tạo cơ hội tiếp cận thị trường tốt hơn cho các nhà đầu tư nước ngoài; (ii) Áp dụng cơ chế bảo hộ đầu tư nhằm đảm bảo đầy đủ lợi ích của các nhà đầu tư; (iii) Đảm bảo không gian chính sách để thực hiện các biện pháp quản lý thận trọng nhằm xây dựng một nền tài chính vĩ mô ổn định...

So với cam kết WTO, Việt Nam cam kết mở cửa bổ sung đối với một số loại hình dịch vụ mới như: (i) mở cửa dịch vụ nhượng tái bảo hiểm qua biên giới; (ii) dành đối xử quốc gia cho các nhà cung cấp dịch vụ chứng khoán nước ngoài đối với một số dịch vụ như xử lý dữ liệu tài chính qua biên giới; dịch vụ tư vấn và các dịch vụ phụ trợ qua biên giới liên quan tới giao dịch tài khoản tự doanh hoặc tài khoản của khách hàng; (iii) mở cửa dịch vụ quản lý danh mục đầu tư qua biên giới.

CPTPP được coi là Hiệp định thương mại tự do lớn thứ ba thế giới hiện nay; với tổng dân số 500 triệu người, tổng GDP vượt trên 10.000 tỉ USD, chiếm khoảng 13,5% GDP toàn cầu và khoảng 14% tổng thương mại thế giới (so với TPP gồm 800 triệu dân, 40% GDP và hơn 30% thương mại toàn cầu). Kế thừa tinh thần Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP), CPTPP là Hiệp định có những tiêu chuẩn cao, tham vọng, toàn diện và cân bằng với mục tiêu thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, hỗ trợ tạo ra và duy trì việc làm; tăng cường đổi mới, năng suất, và sức cạnh tranh; nâng cao mức sống; giảm đói nghèo ở các nước ký kết; đồng thời thúc đẩy quản lý hiệu quả, minh bạch, bảo vệ người lao động, bảo vệ môi trường. Mục tiêu cuối cùng là mở cửa thương mại và hội nhập cho toàn khu vực. Việc ký kết, thực thi và khai thác CPTPP, cùng với các FTA khác, được kỳ vọng sẽ kéo theo những chuyển dịch mới cả về kinh tế và địa chính trị khu vực và thế giới!

CPTPP

KỶ VỌNG & THÁCH THỨC MỚI VỚI NGÀNH TÀI CHÍNH

TS. NGUYỄN MINH PHONG

CHIỀU NGÀY 12/11/2018, QUỐC HỘI NƯỚC TA ĐÃ BIỂU QUYẾT VỚI TỶ LỆ 100% ĐỒNG Ý THÔNG QUA NGHỊ QUYẾT PHÊ CHUẨN HIỆP ĐỊNH ĐỐI TÁC TOÀN DIỆN VÀ TIẾN BỘ XUYÊN THÁI BÌNH DƯƠNG (CPTPP) CÙNG CÁC VĂN KIỆN LIÊN QUAN. HIỆP ĐỊNH CPTPP CÓ HIỆU LỰC TỪ 31/12/2018 SẼ THÚC ĐẨY XU HƯỚNG HỢP TÁC TRONG KHU VỰC; ĐEM LẠI LỢI ÍCH CHO TẤT CẢ CÁC NƯỚC THAM GIA VÀ TÁC ĐỘNG TOÀN DIỆN VỀ CHÍNH TRỊ, AN NINH, CHIẾN LƯỢC ĐỐI NGOẠI, KINH TẾ, XÃ HỘI CỦA NƯỚC TA, TRONG ĐÓ, LĨNH VỰC TÀI CHÍNH SẼ CHỊU TÁC ĐỘNG KHÁ LỚN, NHẤT LÀ CAM KẾT VỀ TỰ DO HÓA TÀI CHÍNH TRONG KHUÔN KHỔ CPTPP.



Thách thức đến từ những hạn chế của kinh tế Việt Nam

Thực thi CPTPP cũng đặt ra thách thức đối mặt với nhiều vụ việc cạnh tranh có tính chất phức tạp, hành vi phản cạnh tranh đa dạng và tinh vi trong bối cảnh hội nhập kinh tế sâu rộng trong thời gian tới. Đồng thời, thách thức cũng đến từ những hạn chế của Việt Nam, như: Thị trường vốn có quy mô còn quá nhỏ, thanh khoản yếu, thiếu hấp dẫn, chưa đủ khả năng thu hút mạnh các dòng vốn đầu tư nước ngoài, nhất là các dòng vốn lớn; Quy mô vốn của thị trường tiền tệ còn chưa tương xứng, nhất là quy mô vốn của hệ thống ngân hàng thương mại (NHTM) còn nhỏ; Quy mô thị trường bảo hiểm còn ở mức khá nhỏ, tỉ lệ doanh thu phí trên GDP mới chỉ đạt mức xấp xỉ 2% so với mức trung bình 3,2% trong khu vực ASEAN và 6,5% trên toàn thế giới.

Bên cạnh đó, những tồn tại như: Tình trạng mất cân đối giữa thị trường vốn và thị trường tiền tệ dễ dẫn đến nguy cơ mất thanh khoản của ngân hàng; Nợ xấu và xử lý nợ xấu còn nhiều bất cập; Lòng tin vào quản trị và chất lượng dịch vụ hệ thống NHTM còn thấp; Mất cân đối về cấu trúc giữa thị trường cổ phiếu và trái phiếu; Mất cân đối giữa hoạt động tín dụng và các dịch vụ ngân hàng phi tín dụng; Mất cân đối giữa thị trường vốn ngắn hạn và dài hạn; Bất hợp lý về cơ cấu giữa tài chính nhà nước, tài chính doanh nghiệp và tài chính dân cư; Trình

độ thị trường còn ở mức thấp, ý thức tuân thủ luật pháp còn hạn chế, chế tài xử lý vi phạm chưa có tính răn đe cao... cũng là những thách thức lớn đối với ngành tài chính Việt Nam.

Các tác động sâu của CPTPP đến nền kinh tế sẽ tùy thuộc vào sự chuẩn bị và khả năng khai thác tính hai mặt trong quá trình triển khai Hiệp định này của nước ta.

Áp lực mới cho vấn đề bảo hiểm tiền gửi

Đặc biệt, việc tự do hóa dịch vụ tái bảo hiểm, trong đó có tiền gửi nước ngoài tại Việt Nam theo tinh thần của Hiệp định CPTPP sẽ mang lại nhiều cơ hội và thách thức mới cho vấn đề bảo hiểm tiền gửi của hệ thống ngân hàng Việt Nam, theo đó:

Một mặt, sự mở rộng cửa cho các tổ chức tái bảo hiểm ngoại này sẽ làm tăng cơ hội lựa chọn người cung ứng dịch vụ bảo hiểm tiền gửi có chất lượng cho các NHTM và người dân gửi tiền; tăng khả năng bảo vệ quyền lợi và sự ổn định chung, chống sốc đổ vỡ hệ thống, duy trì lòng tin trên thị trường. Điều này sẽ giúp tăng huy động tiền gửi với quy mô lớn và thời hạn gửi dài hơn; giảm thiểu tình trạng rút tiền ồ ạt hoặc gửi tiền ngắn hạn kiểu phòng ngừa rủi ro của người gửi tiền.

Mặt khác, sự cạnh tranh sẽ gia tăng mạnh mẽ hơn cả về phía cơ quan bảo hiểm tiền gửi, cũng

Các tác động sâu của CPTPP đến nền kinh tế sẽ tùy thuộc vào sự chuẩn bị và khả năng khai thác tính hai mặt trong quá trình triển khai Hiệp định này của nước ta.

như về phía các NHTM-người mua bảo hiểm tiền gửi.

Đối với bảo hiểm tiền gửi Việt Nam, sự hiện diện của các tổ chức bảo hiểm tiền gửi ngoại này sẽ tạo áp lực cạnh tranh trực tiếp về thị phần với công ty bảo hiểm tiền gửi Việt Nam. Cụ thể, sẽ có một số khách hàng truyền thống của bảo hiểm tiền gửi Việt Nam chuyển sang mua bảo hiểm tiền gửi của công ty bảo hiểm tiền gửi ngoại, do điều kiện bảo hiểm và mức bảo hiểm, cũng như khả năng thanh toán của công ty bảo hiểm tiền gửi ngoại. Khi đó, bảo hiểm tiền gửi Việt Nam sẽ phải cân nhắc tăng mức bảo hiểm và cải thiện điều kiện, chất lượng dịch vụ của mình theo hướng thị trường hơn.

Đối với các NHTM, sự cạnh tranh giữ chân người gửi tiền bằng nâng mức chi trả bảo hiểm và

lòng tin vào khả năng bảo vệ người gửi tiền cũng gia tăng. Khách hàng – người gửi tiền sẽ có động lực và xu hướng chuyển sang gửi tiền nhiều và dài hạn hơn vào những ngân hàng nào có cam kết mua bảo hiểm tiền gửi cao hơn. Rõ ràng, việc một ngân hàng đưa ra cam kết mua bảo hiểm tiền gửi lớn hơn mức chi trả bảo hiểm tiền gửi lớn hơn 75 triệu đồng theo quy định của bảo hiểm tiền gửi Việt Nam hiện hành cũng sẽ có lợi thế thu hút và chinh phục lòng tin khách hàng hơn so với ngân hàng khác có mức cam kết thấp hơn, dù lãi suất huy động cao hơn. Điều này đồng nghĩa với sự sụt giảm thị phần và khả năng huy động vốn của ngân hàng nào có mức chi trả bảo hiểm tiền gửi thấp hơn.

Đồng thời, khi mua bảo hiểm tiền gửi cao, các ngân hàng sẽ phải chi trả tiền phí nhiều hơn, tuân thủ nhiều quy định báo cáo và minh bạch tài chính nghiệp vụ ngặt nghèo hơn với công ty bảo hiểm và tái bảo hiểm tiền gửi. Thậm chí, người gửi tiền cũng có thể sẽ bị giảm lãi suất tiền gửi, còn doanh nghiệp lại phải tăng lãi suất nhận vay tín dụng để bù lại phần chi phí gia tăng của ngân hàng cho mua bảo hiểm tiền gửi theo mức cao tương ứng đó. Cuộc chiến về chia sẻ lợi ích, lợi nhuận và lòng tin gắn với mức phí mua và mức chi trả bảo hiểm tiền gửi sẽ gia tăng và sẽ tạo ra nhiều động thái mới trong cơ cấu và hướng chuyển dịch các dòng tín dụng và ngay cả hoạt động nghiệp vụ của các ngân hàng và tổ chức tín dụng.

Việc chủ động nhận diện cơ hội và thách thức mới, chủ động đa dạng hóa và tái cơ cấu, nâng cao chất lượng các sản phẩm bảo hiểm tiền gửi theo hướng hài hòa lợi ích, bảo vệ quyền lợi người gửi tiền sẽ ngày càng trở thành nhiệm vụ quan trọng và gia tăng áp lực đối với cả cơ quan bảo hiểm tiền gửi và các NHTM.

Đồng thời, cần tiếp tục tăng cường xử lý nợ xấu gắn với tái cơ cấu các Tổ chức tín dụng, cải thiện năng lực, sự lành mạnh và lòng tin vào hoạt động của các ngân hàng; tăng cường thông tin và bảo đảm an ninh thông tin trên thị trường tài chính tiền tệ.

Nhận diện, ngăn chặn các tin đồn thất thiệt, bảo đảm chất lượng thông tin gắn với an ninh tài chính - tiền tệ

các cấp độ vĩ mô và vi mô là trách nhiệm chung của các cơ quan chức năng, tổ chức, cơ quan truyền thông, cộng đồng xã hội và cá nhân có liên quan nhằm bảo đảm an ninh, an toàn thông tin tài chính - tiền tệ và sự phát triển bền vững đất nước.



25 NĂM TIẾP NHẬN

ODA

“NGUỒN VỐN QUÝ” & NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA

TS. NGUYỄN ĐẠI LAI - CHUYÊN GIA TÀI CHÍNH, NGÂN HÀNG



NGUỒN VỐN ODA - OFFICIAL DEVELOPMENT ASSISTANCE - LÀ NGUỒN VỐN HỖ TRỢ PHÁT TRIỂN CHÍNH THỨC CHO VIỆT NAM TRONG HOẠT ĐỘNG HỢP TÁC PHÁT TRIỂN GIỮA VIỆT NAM VỚI NHÀ TÀI TRỢ LÀ CHÍNH PHỦ NƯỚC NGOÀI, CÁC TỔ CHỨC TÀI TRỢ SONG PHƯƠNG HOẶC CÁC TỔ CHỨC LIÊN QUỐC GIA. TẠI BUỔI LÀM VIỆC GIỮA ĐOÀN GIÁM SÁT CỦA ỦY BAN THƯỜNG VỤ QUỐC HỘI VÀ CHÍNH PHỦ VỀ VIỆC QUẢN LÝ, SỬ DỤNG NGUỒN VỐN VAY NƯỚC NGOÀI THÁNG 7/2018, PHÓ THỦ TƯỚNG PHẠM BÌNH MINH CHO BIẾT, VIỆT NAM ĐÃ TIẾP NHẬN 80 TỶ USD VỐN ODA SAU 25 NĂM (TỪ 1993). ODA VÀO VIỆT NAM, BÊN CẠNH NHỮNG ĐÓNG GÓP QUAN TRỌNG CHO PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI CŨNG HÀM CHỨA NHIỀU VẤN ĐỀ TRONG VIỆC SỬ DỤNG KHÔNG HIỆU QUẢ, GÂY THẤT THOÁT DƯỚI NHIỀU HÌNH THỨC, ĐẶT RA YÊU CẦU PHẢI CÓ THÁI ĐỘ SÒNG PHẪNG VÀ MINH BẠCH VỀ QUẢN LÝ VÀ SỬ DỤNG ODA



Thành tựu quan trọng từ “nguồn vốn quý”

Ngày 8/11/1993, một Hội nghị bàn tròn của các nhà tài trợ quốc tế về ODA lần đầu tiên dành cho Việt Nam được tổ chức tại Paris (Pháp), đánh dấu sự mở rộng về hợp tác phát triển giữa Việt Nam với cộng đồng quốc tế. Tiếp đó, tính đến tháng 12/2012, đã có 20 hội nghị nhóm tư vấn các nhà tài trợ cho Việt Nam (gọi tắt là Hội Nghị CG thường niên) đã được tổ chức. Từ năm 2013, các hội nghị nói trên được nâng lên tầm Diễn đàn đối tác phát triển Việt Nam. Vốn ODA vào Việt Nam chủ yếu đến từ các nước: Nhật Bản, Hàn Quốc, Nga, Trung Quốc, Hiệp Hội phát triển Quốc tế IDA...

Theo danh mục tổng hợp, từ năm 1993 đến ngày 31/12/2017, cả nước đã có khoảng 2.591 chương trình, dự án vay vốn ODA, vay vốn ưu đãi. Trong đó, các Bộ, ngành có khoảng 1.279 dự án, chương trình; các địa phương có khoảng 1.197 dự án, còn lại là của các ngân hàng, Đài truyền hình Việt Nam... Nguồn vốn ODA tại Việt Nam đã được thực hiện dưới 3 hình thức chủ yếu, gồm ODA viện trợ không hoàn lại chiếm khoảng 8-9%; ODA vay lãi ưu đãi chiếm khoảng 80% và ODA hỗn hợp chiếm khoảng 11-12%. Nguồn vốn này được đầu

tư vào các lĩnh vực: hỗ trợ cân đối tài chính vĩ mô; phát triển cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội; phát triển y tế, giáo dục và đào tạo; phát triển nông nghiệp kết hợp xóa đói, giảm nghèo; bảo vệ môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu...

Trong hơn 20 năm qua, đã có trên 50 nhà tài trợ là các chính phủ và tổ chức quốc tế cho Việt Nam vay vốn ODA. Chỉ tính riêng lĩnh vực giao thông - vận tải, đã có hàng loạt dự án ODA lớn đưa vào hoạt động, có vai trò lôi kéo và liên thông cho sự phát triển kinh tế - xã hội quan trọng, như Quốc lộ 1A, Quốc lộ 3, 5, 10; đường cao tốc TP. Hồ Chí Minh - Long Thành - Dầu Giây; đường xuyên Á TP. Hồ Chí Minh - Mộc Bài kết nối với hệ thống đường bộ Campuchia và Thái Lan trong khuôn khổ hợp tác tiểu vùng Mê Kông (GMS); hay hầm đường bộ qua đèo Hải Vân, cầu Cần Thơ, cầu Thanh Trì, cầu Bãi Cháy, cầu Nhật Tân, cảng Tiên Sa, Sân bay quốc tế Nội Bài...

Trong hơn 20 năm qua, đã có trên 50 nhà tài trợ là các chính phủ và tổ chức quốc tế cho Việt Nam vay vốn ODA



Tổng nguồn tài chính Nhà nước dành cho an sinh xã hội (ASXH) từ năm 2000 - 2015 là trên 830 nghìn tỷ đồng, trong đó, ngân sách nhà nước (NSNN) chỉ khoảng 500 nghìn tỷ đồng, (chiếm trên 50%), vốn ODA đã giải ngân khoảng 160 nghìn tỷ đồng (chiếm 20%). Hiệu quả ODA trong lĩnh vực ASXH cũng có nhiều thành tựu, như: giải quyết việc làm cho khoảng 1,6 triệu lao động/năm; đào tạo nghề cho hơn 1 triệu lao động/năm; tăng tính bền vững của việc làm; bảo trợ và bảo hiểm xã hội... góp phần vào quá trình thực hiện chiến lược xóa đói, giảm nghèo, xây dựng nông thôn mới.

Mặt trái trong quản lý và sử dụng vốn ODA

Tuy nhiên, nguồn vốn ODA dù là rất quý, nhưng cũng không phải “ngon, bổ, rẻ”. Việc để thất thoát, lãng phí nguồn vốn ODA từ nhiều vụ án đã bại lộ và đang được điều tra đã và đang đem đến những thất thoát lớn.

Các nguồn vốn ODA ưu đãi thường kèm theo những điều kiện một bề như chỉ định thầu, ưu tiên nhà thầu nước ngoài, yêu cầu mua máy móc, thiết bị, dây chuyền công nghệ, vật liệu kém phẩm chất từ quốc gia đầu tư ODA. Tại một cuộc hội thảo khoa học do Ban kinh tế TW tổ chức tại Đà Nẵng năm 2015 cũng đã thừa nhận: Vốn để tiếp cận và trách nhiệm của người đi vay không cao nên các dự án

sử dụng ODA có nguy cơ quản lý kém hiệu quả, nảy sinh nhiều bất cập.

Hầu hết các quốc gia tài trợ nhiều ODA đều là những quốc gia có nhiều dự án đầu tư trực tiếp (FDI) khép kín, mở xưởng sử dụng nhân công giá rẻ, gây ô nhiễm môi trường, chuyển giá, trốn thuế, tạo phế thải và xuất lượng hàng hóa, dịch vụ lớn vào Việt Nam. Hầu hết các nhà tài trợ lớn đều không quan tâm tới các chương trình đảm bảo ASXH mà chỉ muốn đưa vốn vào cơ sở hạ tầng như: nhà cửa, cầu đường... nơi hàm chứa nhiều nguồn lợi bất chính từ thời gian, tỷ giá, giá cả, lại quả, móc ngoặc, lợi ích nhóm... nếu cộng dồn sẽ cao hơn nhiều so với lãi suất vay thương mại trên thị trường vốn!

Ông Phan Hữu Thắng - nguyên Cục trưởng Cục Đầu tư nước ngoài - Bộ Kế hoạch & Đầu tư chia sẻ: “Có một nguyên tắc mà ai cũng biết, vốn ODA, luôn là một khoản vay mà chúng ta sẽ phải trả lại trong tương lai và kèm theo điều kiện cho vay là những điều khoản có lợi cho các nhà thầu đến từ nước cung cấp ODA”. Điển hình như Nhật Bản là nước có quan hệ ODA với Việt Nam rất sớm từ những ngày đất nước mới mở cửa và hiện nay đang là nhà đầu tư ODA lớn nhất tại Việt Nam với tổng số lên đến 2.800 tỉ Yên (tương đương \$27 tỉ USD) với lãi suất không phải thấp, từ 2% đến 3,5%/năm, nhưng đi kèm với sự “hào phóng” này, ODA còn là nguồn “lót đường” cho các quan hệ kinh tế với những nguồn

Tuy nhiên, nguồn vốn ODA dù là rất quý, nhưng cũng không phải là “ngon, bổ, rẻ”. Việc để thất thoát, lãng phí nguồn vốn ODA từ nhiều vụ án đã bại lộ và đang được điều tra đã và đang đem đến những thất thoát lớn.

lợi ẩn chứa rất lớn khác. Vụ án hình sự của Công ty tư vấn quốc tế Thái Bình Dương - PCI 2008 đưa hối lộ 20 triệu Yên Nhật tương đương 200.000 USD cho một quan chức Việt Nam để nhận được Dự án Đại lộ Đông Tây TP. Hồ Chí Minh, vụ đường sắt cao tốc trên cao gần đây và nhiều vụ khác là những vụ hình sự nổi cộm về móc ngoặc và tham nhũng.

Các dự án ODA cũng thường tính đội chi phí và thời gian thi công cho các công trình. Như Dự án đường sắt trên cao Cát Linh - Hà Đông lúc đầu có tổng số vốn 8.870 tỷ đồng, tương đương hơn 552 triệu USD (thời giá năm 2008), trong đó vốn ODA là 419 triệu USD, vốn tín dụng 169 triệu USD và vốn đối ứng của Việt Nam là 133 triệu USD, thời

Nhiều dự án ODA khác cũng có tình trạng tương tự, như Dự án thành phố ven sông có ODA của Hàn Quốc thì do nhà thầu chính là POSCO - Hàn Quốc thực hiện. Các hành vi tiêu cực về chi phí, giá cả, thời gian, tỷ giá, móc ngoặc nói trên... đều đẩy lùi và nợ công tăng cao bởi ODA!

Nhận thức về ODA như thế nào?

Chúng ta phải có thái độ sòng phẳng và minh bạch về quản lý và sử dụng ODA. Theo đó, ODA tuy rất cần thiết cho Việt Nam nhưng đó không phải là một kênh huy động vốn rẻ cho xã hội. Từ kinh nghiệm nước ngoài cho thấy, trước năm 1990, Hàn Quốc là một nước được đánh giá là có năng lực sử dụng ODA rất hiệu quả, nhưng đến năm 1990 đã phải dừng hoàn toàn việc nhận ODA bởi những mặt trái trội hơn những mặt tốt của nguồn vốn này.

Theo kinh nghiệm Hàn Quốc thì song song với việc tận dụng ODA để phát triển hạ tầng kinh tế - xã hội trong thời kỳ khó khăn, Chính phủ cần kiến tạo môi trường để huy động các nguồn lực tài chính khác, sớm giảm và thoát khỏi sợi dây trói của ODA. Hoặc có một tác giả viết trong nghiên cứu về ODA đã dẫn lời của một người Malaysia phát biểu về sự vui mừng khi đất nước này dừng nhận ODA như Hàn Quốc, rằng: “Đất nước Malaysia chúng tôi có hai ngày độc lập, ngày độc lập thứ nhất là thoát khỏi chủ nghĩa thực dân, ngày độc lập thứ hai là thoát khỏi ODA. Việt Nam có cần ngày độc lập thứ hai này?”.

Có thể khẳng định, nền kinh tế Việt Nam đang bước sang những trang sáng sủa, thị trường vốn đang phát triển tốt, đủ tiềm năng để giành lại “ngày độc lập thứ 2” như Hàn Quốc hay Malaysia.



gian triển khai dự kiến từ tháng 8/2008 đến tháng 11/2013, nhưng đến nay dự án này đã bị đội vốn thêm 339 triệu USD mà vẫn chưa kết thúc. Hoặc Dự án Xây dựng tuyến đường sắt đô thị thí điểm, đoạn Nhổn - Ga Hà Nội có dự toán là 783 triệu Euro, trong đó vốn ODA là 653 triệu Euro và vốn đối ứng từ ngân sách thành phố là 130 triệu Euro, nhưng đến tháng 7/2014, dự án đã phải bổ sung 393 triệu Euro, trong đó vay thêm 304,99 triệu Euro vốn ODA.



Vietcombank: NGÂN HÀNG ĐẦU TIÊN ĐÁP ỨNG CHUẨN MỤC **BASEL II** TẠI VIỆT NAM

📌 BÀI: VCB NEWS

NGÀY 28/11/2018, VIETCOMBANK ĐÃ CHÍNH THỨC ĐƯỢC NGÂN HÀNG NHÀ NƯỚC VIỆT NAM (NHNN) CHẤP THUẬN ÁP DỤNG THÔNG TƯ 41 SỐM 01 NĂM SO VỚI THỜI HẠN HIỆU LỰC. VỚI SỰ KIỆN NÀY, VIETCOMBANK LÀ NGÂN HÀNG ĐẦU TIÊN ĐÁP ỨNG CHUẨN MỤC BASEL II TẠI VIỆT NAM.



Thống đốc NHNN Việt Nam Lê Minh Hùng (đứng giữa) cùng Phó Thống đốc NHNN Đoàn Thái Sơn (thứ 3 từ trái sang) chúc mừng và chụp ảnh lưu niệm cùng Ban Lãnh đạo Vietcombank và các đại biểu



Đại diện Ban Lãnh đạo NHNN Việt Nam, ông Đoàn Thái Sơn – Phó Thống đốc (ngoài cùng bên trái) trao quyết định công nhận Vietcombank thực hiện chuẩn mực an toàn vốn Basel II (đại diện Ban Lãnh đạo Vietcombank nhận quyết định: Ông Nghiêm Xuân Thành – Chủ tịch Hội đồng quản trị (thứ 2 từ trái sang); ông Phạm Quang Dũng – Tổng Giám đốc, Trưởng Ban triển khai chương trình Basel II (thứ 2 từ phải sang) và ông Nguyễn Mạnh Hùng - Ủy viên HĐQT, Phó Trưởng Ban thường trực Ban triển khai chương trình Basel II Vietcombank (ngoài cùng bên phải)

Nhằm hiện thực hóa mục tiêu là ngân hàng quản trị rủi ro tốt nhất, từ năm 2014, Hội đồng quản trị Vietcombank đã chỉ đạo triển khai dự án phân tích chênh lệch giữa yêu cầu của Basel II với hiện trạng Vietcombank, trên cơ sở đó đưa ra Lộ trình thực hiện Basel II với tổng cộng 82 sáng kiến nhằm: (i) đáp ứng Basel II theo phương pháp tiêu chuẩn vào năm 2018; và (ii) đáp ứng phương pháp nâng cao vào năm 2019.

Để triển khai Chương trình Basel II đảm bảo chất lượng, Hội đồng Quản trị Vietcombank đã chỉ đạo thành lập bộ máy triển khai chặt chẽ, bao gồm Hội đồng Quản trị, Ban triển khai Chương trình Basel II với Tổng Giám đốc là Trưởng ban và các nhóm triển khai do các thành viên Ban Lãnh đạo phụ trách trực tiếp. Định kỳ hàng tháng, Ban triển khai Chương trình Basel II họp để đánh giá tiến độ triển khai, giải quyết các vấn đề phát sinh, vướng mắc. Hàng quý, Hội đồng Quản trị họp để chỉ đạo định hướng, đảm bảo chất lượng triển khai phù hợp với chiến lược của ngân hàng.

Chương trình Basel II có phạm vi sâu rộng, với sự tham gia của trên 160 nhân sự đến từ Trụ sở chính và các Chi nhánh. Kết quả triển khai 82 sáng kiến theo Lộ trình đến nay đã giúp Vietcombank đủ điều kiện đáp ứng Basel II theo phương pháp tiêu chuẩn. Đồng thời, Vietcombank cũng đã cơ bản hoàn thành các điều kiện quan trọng cho việc áp dụng Basel II theo phương pháp nâng cao như mục tiêu đã định. Một số kết quả chính đã đạt được như sau:

- Về cơ cấu tổ chức và quản trị rủi ro: Kịch bản mô hình tổ chức và quản trị rủi ro phù hợp với các chuẩn mực quốc tế, đảm bảo nguyên tắc ba tuyến bảo vệ theo quy định của NHNN tại Thông tư 13/2018/TT-NHNN.
- Về hệ thống quy định, chính sách: Nhiều văn bản, quy định đã được rà soát, ban hành để đảm bảo

phù hợp, cập nhật theo các yêu cầu quản trị của Basel II cũng như định hướng của NHNN.

- Về công cụ đo lường rủi ro theo thông lệ quốc tế: Xây dựng đầy đủ hệ thống các mô hình lượng hóa rủi ro với tỷ lệ bao phủ gần như toàn bộ danh mục của ngân hàng.
- Về chất lượng dữ liệu: Ban hành và triển khai Chính sách quản trị dữ liệu để nâng cao chất lượng cũng như tính đầy đủ của dữ liệu phục vụ cho chương trình tính tỷ lệ an toàn vốn và thông tin quản lý.
- Chương trình Basel II đã giúp Vietcombank tiếp tục nâng cao văn hóa quản trị và kiểm soát rủi ro trong toàn hệ thống. Vietcombank đã có các bước điều chỉnh chiến lược kinh doanh nhằm đảm bảo cân bằng giữa phát triển kinh doanh và kiểm soát rủi ro theo hướng đa dạng hóa danh mục, tập trung phát triển bán lẻ, mở rộng các hoạt động phi tín dụng...

Ngày 28/11/2018, NHNN đã quyết định công nhận Vietcombank đáp ứng chuẩn mực Basel II theo Thông tư 41 số 1 năm 2015 so với qui định, đánh dấu một bước thành công quan trọng trong lộ trình triển khai Basel II của Vietcombank nói riêng cũng như hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam nói chung.

Kết quả này là sự thể hiện cam kết mạnh mẽ của Vietcombank trong thực hiện mục tiêu trở thành một trong 100 ngân hàng lớn nhất Châu Á, một trong 300 tập đoàn ngân hàng tài chính lớn nhất thế giới, được quản trị theo các chuẩn mực quốc tế tốt nhất.

Vietcombank: Thay đổi để phù hợp với xu thế

»» CMCN 4.0

VỚI MỤC TIÊU TRỞ THÀNH NGÂN HÀNG (NH) HÀNG ĐẦU VIỆT NAM, MỘT TRONG 100 TẬP ĐOÀN TÀI CHÍNH HÀNG ĐẦU KHU VỰC; MỘT TRONG 300 TẬP ĐOÀN TÀI CHÍNH LỚN NHẤT THẾ GIỚI VÀ ĐƯỢC QUẢN TRỊ THEO CÁC THÔNG LỆ QUỐC TẾ TỐT NHẤT VÀO NĂM 2020, ĐỒNG THỜI LÀ THÀNH VIÊN TÍCH CỰC CỦA DIỄN ĐÀN KINH TẾ THẾ GIỚI (WEF), VIETCOMBANK KHÔNG NGỪNG NẮM BẮT XU THẾ, CẬP NHẬT NHỮNG THÀNH TỰU MỚI CỦA CÔNG NGHỆ TRONG CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 (CMCN 4.0) ĐỂ ĐƯA RA THỊ TRƯỜNG CÁC SẢN PHẨM DỊCH VỤ THANH TOÁN TIỆN DỤNG NHẪM ĐÁP ỨNG NHU CẦU NGÀY CÀNG CAO CỦA KHÁCH HÀNG.



CMCN 4.0 - Cơ hội của ngành Ngân hàng

Cuộc CMCN 4.0 đã và đang diễn ra với tốc độ phát triển theo cấp số nhân, phạm vi ảnh hưởng rộng lớn trên toàn cầu, tác động tới hầu hết các ngành công nghiệp ở mọi quốc gia, mức độ tác động sâu rộng dẫn tới sự chuyển đổi của toàn bộ hệ thống sản xuất, quản lý và quản trị doanh nghiệp.

Trong bối cảnh đó, Hội nghị Diễn đàn Kinh tế thế giới về ASEAN (WEF ASEAN) 2018 diễn ra từ ngày 11 đến 13/09/2018, tại Hà Nội đã đặt vấn đề rất trúng với chủ đề "Tinh thần doanh nghiệp và Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư". Các quốc gia ASEAN đang đặt ưu tiên cho việc tận dụng các cơ hội mà cuộc CMCN4.0 mang lại. Việt Nam luôn nhất quán và nỗ lực cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh nhằm tạo thuận lợi nhất cho sự phát triển của các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp của Việt Nam cũng tích cực tham gia các hoạt động của WEF để mở rộng mạng lưới kết nối với các tập đoàn hàng đầu thế giới, đóng góp vào sự phát triển của Việt Nam, khu vực và thế giới.

Bên lề Hội nghị WEF ASEAN 2018, ông Phạm Quang Dũng, Tổng Giám đốc NH TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank), cho rằng, CMCN 4.0 tạo nhiều cơ hội đối với doanh nghiệp nói chung và các NH thương mại nói riêng. Hiện các NH đã và đang đầu tư trang thiết bị, triển khai ứng dụng các sản phẩm, giải pháp công nghệ là thành tựu của cuộc CMCN 4.0 để cung cấp các sản phẩm dịch vụ NH hiện đại như NH điện tử, billing và ứng dụng công nghệ contact-less trong thanh toán dịch vụ, định danh khách hàng... Việc ứng dụng các công



nghệ mới mang tính đột phá, biểu hiện rõ nét trong ngành dịch vụ tài chính là làn sóng Fintech, khuyến khích hướng quản lý thân thiện với đổi mới, sáng tạo và hướng nhiều hơn tới bảo vệ người tiêu dùng là những xu hướng chủ đạo làm thay đổi diện mạo ngành dịch vụ tài chính thế giới, trong đó có Việt Nam.

Ông Dũng cho rằng khi áp dụng thành tựu của CMCN 4.0, sẽ xuất hiện nhiều NH số. Đây là mô hình kinh doanh, quản trị, điều hành NH trên nền tảng số, có tiềm năng giúp các NH thích ứng tốt và phát triển bền vững trong kỷ nguyên số, đem lại lợi ích to lớn cho NH về tăng doanh thu, giảm chi phí.

Bên cạnh những cơ hội lớn, CMCN 4.0 cũng đặt ra nhiều thách thức cho nền tài chính - NH Việt Nam trong thời kỳ hội nhập. Đó là khoảng trống chính sách đòi hỏi phải xây dựng quy định pháp lý mới đáp ứng nhu cầu cải cách công nghệ ngành NH, điều hành chính sách tiền tệ, kiểm soát dòng tiền gặp khó khăn trong bối cảnh tiền điện tử ngày càng được sử dụng và chấp nhận rộng rãi.

Ngoài ra, cũng theo ông Dũng, các quy định an toàn và pháp luật đối với Fintech ở Việt Nam còn chưa đầy đủ. Ngành NH đứng trước nguy cơ tụt hậu công nghệ nếu không chủ động chuẩn bị những nền tảng cần thiết để tiếp cận những thành tựu công nghệ mới, phù hợp với xu thế chủ đạo của

»»
Khi áp dụng thành tựu của CMCN 4.0, sẽ xuất hiện nhiều Ngân hàng số.



cuộc CMCN 4.0.

Vietcombank nỗ lực tận dụng cơ hội CMCN 4.0

Là một NH hàng đầu tại Việt Nam với 55 năm hình thành và phát triển, Vietcombank luôn đi tiên phong trong mọi lĩnh vực hoạt động. Trong thời gian qua, nhận thức được tiềm năng và hiệu quả to lớn của CMCN 4.0, Vietcombank đã chú trọng ưu tiên ứng dụng thành tựu công nghệ số vào hoạt động NH theo phương châm “nắm bắt thành tựu công nghệ mới nhất, ứng dụng vào phát triển hoạt động kinh doanh, cần trọng trong triển khai và tối ưu hóa hiệu quả đầu tư”.

Trao đổi về những nỗ lực của Vietcombank trong việc tận dụng cơ hội từ CMCN 4.0, ông Phạm Quang Dũng chia sẻ, quá trình số hóa diễn ra với mọi sản phẩm, dịch vụ NH, từ thanh toán, chuyển tiền, cho vay, tiết kiệm đến quản lý tài chính của NH. Trên nền tảng về hạ tầng thanh toán, công nghệ NH tiến tiến, Vietcombank có cơ hội đưa ra các sản phẩm phù hợp với xu hướng NH số, kết nối sản phẩm với các công ty Fintech, đáp ứng nhu cầu sử dụng dịch vụ NH mọi lúc, mọi nơi của tầng lớp khách hàng trẻ tuổi.

Vietcombank cũng đã triển khai từ rất sớm các giải pháp công nghệ điện toán đám mây cho hệ thống máy chủ tập trung; quản trị, phân tích dữ liệu hiện đại, và hiện đang dẫn đầu qui mô và hiệu quả của sản phẩm dịch vụ NH điện tử như Internet Banking, SMS Banking, Mobile Banking, Thẻ... Việc ứng dụng triển khai giải pháp bảo mật ứng dụng xác thực sinh trắc học sử dụng được quan tâm và liên tục cập nhật bổ sung theo sự phát triển của thị trường và khoa học công nghệ.

Bên cạnh đó, ông Dũng cũng chia sẻ về những thách thức mà Vietcombank phải giải quyết, trước hết là mô hình kinh doanh và mạng lưới phân phối dịch vụ NH. Khách hàng giao dịch, đặc biệt là thế hệ Y, thế hệ Z có xu hướng tối đa hóa giao dịch qua các kênh điện tử và sẽ ngày càng ít đến NH. Các điểm giao dịch của NH vì thế phải thay đổi diện mạo và chất lượng toàn diện, hướng tới tư vấn chuyên sâu các sản phẩm tài chính NH hiện đại.

Thứ hai, công nghệ hiện đại, sản phẩm tiên tiến dẫn tới NH phải thay đổi mạnh mẽ các quy trình hoạt động nội bộ, quy trình tương tác với khách hàng. Thứ ba, công nghệ cao đồng nghĩa với rủi ro và an ninh mạng cao hơn bao giờ hết, điều này đặt ra yêu cầu phải dùng nguồn lực tài chính lớn về đầu tư an ninh mạng, hệ thống bảo mật tiền tệ, đảm bảo an toàn hoạt động NH. Thứ tư, cạnh tranh giữa NH với các công ty công nghệ tài chính (vốn có



Vietcombank đã chú trọng ưu tiên ứng dụng thành tựu công nghệ số vào hoạt động NH theo phương châm “nắm bắt thành tựu công nghệ mới nhất, ứng dụng vào phát triển hoạt động kinh doanh, cần trọng trong triển khai và tối ưu hóa hiệu quả đầu tư”

lợi thế quy mô gọn nhẹ, hiện đại, sáng tạo) sẽ khốc liệt hơn và gây áp lực giảm giá và phí, thậm chí dưới mức đầu tư của NH. Thứ năm, Vietcombank cũng phải cạnh tranh với các NH khác trong hệ thống đã ứng dụng công nghệ 4.0 trong phát triển sản phẩm và thu hút khách hàng. Vì vậy Vietcombank cần đẩy nhanh đầu tư công nghệ phát triển và cung cấp các sản phẩm dịch vụ tiện ích trên nền tảng công nghệ hiện đại có khả năng cạnh tranh với các NH trong hệ thống.

Những thay đổi ở trên đã đặt ra thách thức to lớn với nguồn nhân lực của NH. Vietcombank cần đảm bảo đội ngũ nhân lực NH duy trì thông thạo trình độ ngoại ngữ, tin học, giao dịch NH số, am hiểu hệ thống và xu hướng công nghệ để đáp ứng nhu cầu phát triển của CMCN 4.0.



Vietcombank đón đầu cơ hội từ CMCN 4.0

Với mục tiêu chiến lược trở thành NH hàng đầu tại Việt Nam, Vietcombank không ngừng nắm bắt xu thế, cập nhật những thành tựu mới của công nghệ để đưa ra thị trường các sản phẩm dịch vụ thanh toán tiện dụng nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Tổng giám đốc Vietcombank chia sẻ, trong thời gian tới, Vietcombank tiếp tục xây dựng chiến lược chuyển đổi số, quản trị thông minh phù hợp với năng lực về vốn, khả năng quản trị, đối tượng khách hàng và không gian hoạt động của Vietcombank. Vietcombank chủ động lựa chọn để liên kết, hợp tác với các Fintech trong thực hiện



Vietcombank tiếp tục xây dựng chiến lược chuyển đổi số, quản trị thông minh phù hợp với năng lực về vốn, khả năng quản trị, đối tượng khách hàng và không gian hoạt động của Vietcombank

chiến lược phát triển số hóa sản phẩm dịch vụ và kênh cung cấp hiện đại cho khách hàng. Ưu tiên nguồn lực đầu tư, nâng cấp phát triển hạ tầng công nghệ thông tin, an toàn, an ninh mạng; Rà soát, lựa chọn phát triển sản phẩm chủ lực, sản phẩm cạnh tranh chiến lược có ứng dụng công nghệ 4.0 để đầu tư phát triển; Đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ 4.0 vào trong quy trình tổ chức bộ máy, hoạt động, quản trị nội bộ của các NH.

Bên cạnh đó, Vietcombank tiếp tục chú trọng tập trung triển khai áp dụng mô hình NH số, từng bước giảm dần việc mở và phát triển chi nhánh, phòng giao dịch truyền thống. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực về công nghệ thông tin từ tuyển dụng, đào tạo, đánh giá công việc; Tăng cường đào tạo định kỳ cho nhân viên nghiệp vụ về quy trình làm việc, quản trị thông minh trong nội bộ NH.

Với sự đóng góp lớn của việc ứng dụng các thành tựu khoa công nghệ số, Vietcombank đã đạt được những kết quả ấn tượng trên các mặt hoạt động, tăng trưởng huy động vốn và tín dụng bình quân trong giai đoạn 5 năm gần đây đạt trên 20%, cao hơn tốc độ tăng chung của ngành, chất lượng hoạt động được kiểm soát tốt, lợi nhuận trước thuế liên tục tăng trưởng và đóng góp lớn cho ngân sách nhà nước, là một trong 10 doanh nghiệp nộp ngân sách lớn nhất cả nước.



BÍ MẬT *những cỗ máy*
đếm **THỜI GIAN**





*chiếc đồng hồ đeo tay
biểu tượng
của thế giới*

♥ BÀI: HOÀNG CƯƠNG

CHO DÙ BẠN LÀ CAO THỦ HAY MỘT DÂN TAY MƠ MƠ BẮT ĐẦU NGHIÊN CỨU VỀ NHỮNG CỔ MÁY ĐẾM THỜI GIAN THÌ VẪN PHẢI BIẾT ĐẾN 10 MẪU ĐỒNG HỒ CƠ KHÍ CÓ TÍNH BIỂU TƯỢNG DƯỚI ĐÂY, 10 CỘT MỐC RẤT KHÓ BỊ THAY THẾ TRONG VÀI CHỤC, THẬM CHÍ VÀI TRĂM NĂM TỚI. TẤT CẢ ĐỀU ĐỂ LẠI NHỮNG TÁC ĐỘNG VÔ CÙNG LỚN LAO LÊN NGÀNH CÔNG NGHIỆP CHẾ TÁC TINH XẢO NÀY, CŨNG NHƯ CÁCH NGƯỜI TA YÊU MẾN VÀ SỬ DỤNG CHÚNG...



*Cartier
Santos*

Năm 1904, theo yêu cầu của phi công người Brazil gốc Pháp Alberto Santos, hãng Cartier đã nghiên cứu và phát triển một trong những chiếc đồng hồ đeo tay đầu tiên trên thế giới. Bởi với Alberto Santos và tất cả các phi công khác khi đó, việc lấy đồng hồ quả quýt ra khỏi túi áo, mở nắp và xem giờ trong lúc vẫn phải tập trung lái máy bay vừa khó khăn lại vừa bất tiện. Mẫu Cartier Santos đã giải quyết gọn gàng vấn đề này và sau đó, tạo ra một cuộc cách mạng thực sự trong ngành sản xuất đồng hồ. Tuy nhiên, lịch sử chỉ là một lý do để Cartier Santos vẫn được ưa chuộng cho tới ngày nay, quan trọng hơn, thiết kế cổ điển và thanh lịch của nó dường như không bao giờ lỗi mốt. Hiện Cartier Santos được chia thành hai dòng sản phẩm chính là Santos-Dumond và Santos 100, dành cho cả nam lẫn nữ.

*Jaeger-
LeCoultre
Reverso*

Ra mắt năm 1931, mẫu đồng hồ này ban đầu được sản xuất riêng cho giới thượng lưu Anh quốc, chủ yếu dùng để đeo trong lúc chơi polo nhờ thiết kế độc đáo có một không hai: phần vỏ có thể xoay được, giúp mặt đồng hồ dễ dàng trượt đi và lật lại, bảo vệ mặt kính không bị vỡ do va đập. Sự sáng tạo theo tinh thần Art Deco này ngay lập tức được ngợi ca, được mến chuộng ở khắp châu Âu, cộng thêm mức giá hợp lý đã giúp Reverso trở thành sản phẩm bán chạy nhất của nhà Jaeger-LeCoultre và hiện nó vẫn xuất hiện đều đặn trong các bộ sưu tập đương đại. Các phiên bản Reverso ra mắt sau này ngày càng phức tạp hơn với hộp cốt kép, cơ chế Tourbillon cổ điển, Tourbillon xoay đa hướng, hiển thị lịch thiên văn, lịch vạn niên, chống nước... Mỗi bộ vỏ của Reverso có đến 50 bộ phận, được xem là phức tạp nhất trong ngành chế tác đồng hồ.





IWC Pilot

Chiếc đồng hồ đặc biệt dành cho phi công được nhà IWC giới thiệu năm 1936 dùng máy Caliber 83, kim và số phủ dạ quang độ sáng cao, vòng bezel xoay với một vạch để nhận biết thời gian trôi qua. Nó đã không ngừng gây ấn tượng mạnh mẽ qua hàng chục năm với rất nhiều phiên bản, như mẫu Mark 11 huyền thoại dành riêng cho Không lực Hoàng gia Anh quốc, được trang bị bộ vỏ làm hoàn toàn từ thép không gỉ chống nước, thêm bộ hồi đặc biệt bằng kim loại mềm để bảo vệ bộ máy khỏi nhiễm từ, chịu được nhiệt độ dao động từ -40 tới trên 40 độ C. Mark 11 được đánh giá là một trong những chiếc đồng hồ quân đội tốt nhất từng được sản xuất và luôn chiếm vị trí trang trọng trong bất cứ bộ sưu tập tư nhân nào. Năm 2007, mẫu Double Chronograph Top Gun ra đời và trở thành một dòng độc lập trong series Pilot của IWC với 5 sản phẩm.

Rolex Datejust

Đơn giản, mạnh mẽ, bền bỉ, chiếc Rolex Datejust xuất hiện lần đầu năm 1945 và ngay lập tức gây ấn tượng mạnh bởi sự tiện dụng của phần lịch ngày được bố trí ở góc số 3. Ban đầu, nó sẽ bắt đầu chuyển dần từ ngày nọ sang ngày kia trong khoảng một tiếng trước nửa đêm, tuy nhiên, đến năm 1955, bằng việc thêm vào một số bộ phận trung gian và cơ chế lò xo, sự chuyển đổi đó sẽ diễn ra chỉ bằng một cú lật trực tiếp và đơn giản vào đúng mốc không giờ. Đó là một cuộc cách mạng trong ngành công nghiệp sản xuất đồng hồ và sau 9 năm, Rolex thêm vào mẫu Datejust một bộ phận cực kỳ quan trọng khác: thấu kính Cyclops, dùng để phóng to biểu tượng ngày, làm từ ngọc bích chống trầy và kể từ đó, thiết kế của chiếc đồng hồ này gần như không thay đổi cho đến ngày nay. Rất nhiều nhân vật tên tuổi đã chọn sử dụng Rolex Datejust, như Thủ tướng Anh Winston Churchill hay Tổng thống Mỹ Dwight D. Eisenhower.



Patek Philippe Perpetual Calendar Chronograph

Chiếc đồng hồ lịch vạn niên có chức năng bấm giờ thể thao (chronograph) đầu tiên mà mẫu Ref. 1518 được nhà Patek Philippe trình làng năm 1941 có đường kính 35mm. Không chỉ sở hữu phần lịch ngày tháng chính xác đến tận 200 năm từ thời điểm xuất xưởng, Ref. 1518 còn đo được cả những sự giãn nở rất nhỏ của thời gian. Sau nhiều thập niên, Patek Philippe đã tiến hành nhiều công đoạn cải tiến, nâng cấp và đến mẫu 5270P ra mắt năm 2011 thì 100% các chi tiết, linh kiện đã được sản xuất in-house (chính hãng) mà không phải thuê ngoài. Nhiều chuyên gia đã nhận xét, chiếc Perpetual Calendar Chronograph của Patek Philippe là đồng hồ của bậc đế vương, dành cho những người đứng đầu và trên thực tế, nó cũng được giới sưu tầm bỏ công săn tìm nhiều nhất bởi mức độ quý hiếm. Hiện Patek Philippe đã đưa chiếc Perpetual Calendar Chronograph vào bộ sưu tập Grand Complication của mình.

Breitling Navitimer

Nổi tiếng với các dòng đồng hồ chronograph và vòng tachymeter, Breitling còn có mẫu Navitimer được xem như công cụ hỗ trợ đắc lực cho phi công khi đang làm nhiệm vụ và các phiên bản cổ điển cũng là mục tiêu săn lùng của giới sưu tầm và cả những người sành sỏi. Ra mắt năm 1952, mẫu Navitimer ngay lập tức gây ấn tượng bằng vòng bezel kiểu truyền thống, được dùng để tính mức tiêu thụ năng lượng, tốc độ và khoảng cách. Những chiếc Navitimer đời mới còn được trang bị cả vòng tachymeter để đo tốc độ ngay trên mặt số, tính toán nhân chia, thêm cả tính năng bấm giờ thể thao. Như mẫu Navitimer 01 còn được trang bị cả bộ máy in-house đầu tiên của hãng mang tên Caliber Breitling 01 với 47 chân kính, thời gian trữ cót lên đến 70 giờ. Thiết kế vừa tiện dụng vừa thanh lịch của Breitling Navitimer gần như được giữ nguyên cho đến thời điểm hiện tại.



Rolex Submariner

Chính thức chào đời năm 1953, mẫu Submariner của Rolex là đồng hồ lặn đầu tiên trên thế giới chịu được áp lực nước ở độ sâu 100 mét. Tên đầy đủ của nó là Oyster Perpetual Submariner, trong đó Oyster là con hào – ám chỉ bộ vỏ chống nước, Perpetual là vĩnh cửu – ám chỉ bộ máy tự động lên dây khi đeo và Submariner là tàu ngầm, dựa trên việc Rolex để mẫu thử nghiệm ở bên ngoài con tàu Bathyscaphe lặn xuống đáy đại dương sâu hơn 3.000 mét và khi lên bờ, nó vẫn hoạt động tốt. Toàn bộ kim và cọc số đều có kích thước lớn, phủ dạ quang để xem giờ trong điều kiện thiếu sáng, vòng bezel giúp tính toán thời gian trở lại mặt nước. Sau khi lên kệ vào năm 1955, Rolex Submariner còn nổi tiếng hơn khi được lựa chọn làm đồng hồ của điệp viên 007 – do tài tử Sean Connery thủ vai. Nó cũng là chiếc đồng hồ được ưa thích trong vài chục năm qua và trên thực tế, rất ít người dùng Rolex Submariner từng đi lặn ít nhất một lần trong đời.



Omega Speedmaster

Còn có tên khác là Moonwalk hay Speedy, ra mắt cách đây hơn nửa thế kỷ, Speedmaster chính là chiếc đồng hồ nổi tiếng nhất thời đại của chúng ta. Với mục đích ban đầu là dùng để đo thời gian cho các cuộc chạy thi, Speedmaster đã vượt qua những bài thử thách khắc nghiệt nhất của Cơ quan hàng không vũ trụ Mỹ (NASA) và trở thành mẫu đồng hồ gắn liền với các nhiệm vụ chinh phục không gian. Ngày 20/7/1969, khi Neil Armstrong và Buzz Aldrin hạ cánh xuống Mặt trăng, cả hai cùng đeo trên tay chiếc Omega Speedmaster Professional. Không chỉ vậy, nó còn được xem là vật cứu tinh giúp phi hành đoàn trên tàu Apollo 13 thoát chết trong ngày định mệnh 11/4/1970. Kể từ đó, Omega Speedmaster Professional là chiếc đồng hồ đầu tiên và duy nhất xuất hiện trên Mặt trăng. Các phiên bản sau này dù có nhiều cải tiến nhưng đều được lên dây cót thủ công và bộ máy được phát triển từ huyền thoại Calibre 321. Giá một chiếc Omega Speedmaster Professional được sản xuất đại trà hiện tại rơi vào khoảng 5.000 USD.

Zenith El Primero

Năm 1969, hãng Zenith cho ra đời El Primero – bộ máy chronograph tự động đầu tiên trên thế giới có khả năng đo bước thời gian ngắn đến 1/10 giây nhờ sự rung động với tần số 36.000 vòng/giờ. Khả năng tích cót của nó cũng rất đáng nể: trên 50 tiếng. Trong tiếng Esperanto (quốc tế ngữ), El Primero có nghĩa là “đầu tiên”. Bộ máy này mất đến 7 năm để hoàn thiện, là một kiệt tác thủ công đúng nghĩa - ở cái thời hoàn toàn chưa có sự hỗ trợ của máy tính. Qua thời gian, những chiếc đồng hồ El Primero đã được nâng cấp thêm nhiều tính năng như lịch vạn niên, lịch tuần trăng, cơ chế tourbillon. Các hãng khác như Rolex, Tag Heuer sau này cũng nghiên cứu chế tạo bộ máy El Primero và sử dụng khá hiệu quả, tuy nhiên, cho đến nay, chỉ El Primero của Zenith mới được công nhận là chiếc đồng hồ chronograph chính xác nhất từng được sản xuất.



Audemars Piguet Royal Oak

Được thiết kế chỉ trong một ngày trước triển lãm Basel World 1971, mẫu Royal Oak đã gắn liền với tên tuổi Gerald Genta, người đã lấy ý tưởng từ chiếc mũ của thợ lặn để tạo ra vòng bezel hình bát giác phá vỡ mọi khuôn khổ, chưa kể chất liệu thép không gỉ hầu như không được sử dụng trên các mẫu đồng hồ xa xỉ ở thời điểm đó và những chiếc đỉnh tán nhìn rất “nhức mắt”. Nhưng sau khi ra mắt, nó đã nhận được sự mến chuộng ở khắp nơi, trở thành sản phẩm nổi tiếng nhất của nhà Audemars Piguet, và sau này, trở thành nguồn cảm hứng sáng tạo cho các hãng Richard Mille hay Hublot. Các phiên bản sau này của Royal Oak dù thêm cơ chế Tourbillon, thêm chức năng bấm giờ, kiểu dáng siêu mỏng, để lộ toàn bộ phần máy thì vẫn giữ nguyên hình thức ban đầu.



Đồng hồ Thụy Sĩ:

ĐẮT XẤY RA MIẾNG

Người Thụy Sĩ đã nâng chế tác đồng hồ lên thành nghệ thuật

▼ BÀI: PHI TUYẾT

“SANG ĐỨC MUA Ô TÔ, SANG THỤY SĨ MUA ĐỒNG HỒ”, CHỈ MỘT CÂU NÓI NGẮN GỌN VẬY THÔI CŨNG ĐÃ CHO THẤY VỊ THẾ KHÔNG THỂ CHỐI CẢI CỦA NHỮNG CỔ MÁY THỜI GIAN ĐẾN TỪ QUỐC GIA NẴM DƯỚI CHÂN DÂY ALPS.

Mặc dù thị trường đã chứng kiến sự trỗi dậy mạnh mẽ của nhiều nhà sản xuất đến từ Đức, Nhật Bản và Mỹ nhưng Thụy Sĩ vẫn cứ là đế chế đồng hồ hùng mạnh nhất. Những thương hiệu danh giá nhất, những cỗ máy hoàn thiện nhất, những chiếc đồng hồ đắt giá nhất, tất cả đều đến từ Thụy Sĩ. Hai chữ “Swiss Made” nằm ở góc 6h trên mặt đồng hồ như có một thứ ma lực khiến công chúng say mê, khiến người đeo chúng cảm thấy tự tin, hãnh diện.

Như A. Lange & Söhne nguyên là hãng đồng hồ Đức, như Arnold & Son từng có xuất xứ Anh quốc nhưng giờ đây, trụ sở của họ đều đặt tại Thụy Sĩ và mỗi sản phẩm của họ xuất xưởng đều được xem là hàng Thụy Sĩ chính cống.

Ngược trở lại thế kỷ 16, khi nhà cải cách tôn giáo John Calvin ban bố sắc lệnh quy định người dân Thụy Sĩ không được đeo đồ trang sức, các thợ kim hoàn đã rơi vào cảnh khốn cùng. Tuy nhiên, họ cũng nhanh chóng nhận ra đồng hồ là thứ duy nhất được mang theo người và nhu cầu với sản phẩm này đang ngày một gia tăng. Dĩ nhiên, họ phải cấp tốc thay đổi đường hướng sản xuất và bắt đầu nghiên cứu, mày mò làm ra những chiếc đồng hồ ngày càng tinh xảo, ngày càng đẹp đẽ.

Cho đến năm 1601, mặc cho đồng hồ đã được

sản xuất ở nhiều quốc gia trên khắp châu Âu, những sản phẩm có giá trị thẩm mỹ cao ra đời ở Geneva, Thụy Sĩ vẫn được săn lùng bậc nhất. Khi đó, độ chính xác còn chưa được xem trọng, đẹp mắt và có thể dùng thay đồ trang sức vẫn là mối quan tâm hàng đầu với người mua khắp nơi. Và dĩ nhiên, giới quý tộc, thương nhân, tầng lớp thượng lưu trong xã hội là đối tượng nhắm đến của giới thợ đồng hồ dù họ vẫn có thể làm được hàng tốt mà giá lại phải chăng. Bởi chỉ những người có tiền mới có thể sùng bái thời trang và sẵn sàng chi trả cho những món đồ họ cảm thấy ưng mắt.

Cứ như vậy, thành phố Geneva trở thành thời nam châm khổng lồ thu hút nghệ nhân đồng hồ đến từ bốn phương. Họ thậm chí còn thành lập hiệp hội chế tác đồng hồ đầu tiên trên thế giới: Watchmaker’s Guild of Geneva. Quy mô sản xuất được mở rộng hơn, trở nên bài bản hơn. Thậm chí mỗi khu vực chỉ chuyên chú vào một vài bộ phận và sau đó, chuyển chúng sang khu vực khác để tiếp tục các công đoạn còn lại. Khi đó, các quy chuẩn chưa được đề ra, quá trình sản xuất có khi cũng là quá trình sửa lỗi và mỗi chiếc đồng hồ ra đời chính là phiên bản độc nhất. Có thể nói, chuyên môn hóa lao động, thiết lập nguyên tắc, đề cao khâu truyền thụ tay nghề và kiến thức từ đời này sang đời khác chính là những yếu tố cơ bản giúp đồng hồ Thụy Sĩ giữ được vị trí dẫn đầu thế giới khi bước chân vào thế kỷ 20.

Không chỉ ngừng lại đó, đại đa số những phát minh quan trọng nhất trong lĩnh vực này đều đến từ các nghệ nhân cư ngụ ở Geneva hay đâu đó xung quanh. Ví dụ như Abraham-Louis Perrelet chế tác ra bộ máy cơ khí tự động giúp đồng hồ hoạt động nhờ năng lượng chuyển động của cánh tay trong thế kỷ 18, hay Andrien Philippe – một trong hai nhà sáng lập hãng Patek Philippe – sáng chế ra đồng hồ lên dây bằng núm vặn thay vì chìa khóa trong thế kỷ 19. Cũng trong quãng thời gian này, người Thụy Sĩ lại có một bước tiến nhảy vọt về kỹ thuật khi đưa thêm các chức năng bấm giờ hay lịch vạn niên vào một chiếc đồng hồ, qua đó nâng giá trị sản phẩm lên đến hàng chục, thậm chí hàng trăm lần.

Sang đầu thế kỷ 20, Frédéric Ingold hay Georges Leschot ứng dụng thành công cơ khí hóa vào sản xuất, không chỉ giúp đồng hồ trở nên chính xác hơn mà còn rút ngắn thời gian chế tác. Việc nâng cao sản lượng, tăng cường trao đổi thiết bị và tiêu chuẩn hóa càng củng cố ngôi vương của đồng hồ Thụy Sĩ. Năm 1930, hãng Dimier Freres & Cie đăng ký bằng sáng chế thiết kế đồng hồ đeo tay và biến nó trở thành tiêu chuẩn như ngày hôm nay.

Chất lượng của đồng hồ Thụy Sĩ được ví von như xe hơi của Đức, nghĩa là không có gì phải hoài nghi. Các cỗ máy thời gian có độ chính xác gần như tuyệt đối, mức sai số chỉ khoảng 5 giây/ngày. Thậm chí với những mẫu đồng hồ cao cấp, sử dụng công nghệ toubillon thì sai số rút xuống còn 4 giây/ngày, thậm chí còn 2 giây/ngày.

Nhiều người đôi khi vẫn hỏi nhau, vì sao đồng hồ Thụy Sĩ lại thường có mức giá trên trời, thậm chí nhiều mẫu còn vượt xa cả những chiếc siêu xe. Liệu chúng có xứng đáng với giá tiền không hay

Chất lượng của đồng hồ Thụy Sĩ được ví von như xe hơi của Đức, nghĩa là không có gì phải hoài nghi.



Các hãng đồng hồ Thụy Sĩ luôn chiếm ưu thế áp đảo trong các kỳ triển lãm Basel World

đó chỉ là những chiêu trò quảng cáo, marketing để kiếm lời? Câu trả lời là hoàn toàn xứng đáng. Cứ nhìn mà xem, vô số thương hiệu đồng hồ lừng danh của Thụy Sĩ đều đã có tuổi đời trên trăm năm với nền tảng vô cùng thâm sâu. Hoặc mới nổi như Hublot cũng đã có những nỗ lực vượt bậc để đuổi kịp các đàn anh và khẳng định vị thế của mình.

Giá nhân công ở Thụy Sĩ không cần nói cũng biết là vô cùng đắt đỏ. Mà những thợ chế tác đồng hồ xa xỉ đều được công nhận là nghệ nhân, đủ hiểu tiền lương trả cho họ cao đến mức nào. Muốn trở

thành nghệ nhân không hề đơn giản. Đầu tiên phải có tài năng đặc biệt trong lĩnh vực này, như đôi tay khéo léo, cặp mắt tinh tường, đầu óc sáng tạo. Tiếp theo là quãng thời gian dài được đào tạo bài bản, không chỉ về khâu chế tác mà còn cả những môn liên quan như mỹ học, cơ khí. Tiếp theo nữa là những khóa học riêng với các nghệ nhân tiền bối để có thể nắm bắt được các kỹ thuật thuộc loại “bí mật gia truyền”.

Sự hiếm có cũng là một nguyên nhân để giá đồng hồ không được rơi xuống thấp. Thời gian chế tác và hoàn thiện một chiếc đồng hồ có khi đến cả vài tháng, thậm chí vài năm, chính vì thế, dù muốn có sản lượng cao cũng vô kể khả thi. Các đại gia thuộc nhóm cao cấp nhất như Patek Philippe, Vacheron Constantin, Breguet, Audemars Piguet hay A. Lange & Söhne mỗi năm chỉ xuất xưởng khoảng trên dưới 50.000 sản phẩm. Những thương hiệu đẳng cấp thấp hơn như Omega, Rolex hay

Một chiếc đồng hồ phải đáp ứng nhiều tiêu chí khắt khe mới được công nhận là Swiss Made



Hublot thường xuyên tài trợ các chương trình biểu diễn nghệ thuật trong khuôn khổ dự án Hublot Loves Art

Tag Heuer dao động trong khoảng 700.000 đến 1 triệu sản phẩm. Bình dân và phổ biến như Tissot thì con số là 2 triệu sản phẩm, nhưng vẫn là hàng Swiss Made.

Không dừng lại ở đó, kỹ nghệ chế tác đồng hồ đã được người Thụy Sĩ đẩy lên thành một thứ nghệ thuật. Những bộ máy tinh xảo và cầu kỳ của đồng hồ cơ thường do các nghệ nhân chế tác thủ công, chất liệu thì không thiếu kim loại quý như vàng, bạc, bạch kim cho đến đủ loại đá quý, da cao cấp. Để tạo thêm ấn tượng, đôi khi nhà sản xuất cũng mời các nghệ sĩ thuộc nhiều lĩnh vực (nhưng chủ yếu là tạo hình) góp ý tưởng sáng tạo vào khâu thiết kế, qua đó tạo thêm nhiều giá trị cho sản phẩm.

Và một chiếc đồng hồ muốn sở hữu hai từ Swiss Made ở góc 6h, nó phải đáp ứng khá nhiều tiêu chí như: ít nhất 60% bộ phận trong máy phải được sản xuất tại Thụy Sĩ, ít nhất 50% linh kiện lắp ráp phải được sản xuất tại Thụy Sĩ, khâu đóng máy và kiểm tra chất lượng sản phẩm lần cuối cũng phải diễn ra



Dù chỉ là thương hiệu bình dân nhưng sản phẩm của Tissot cũng rất cầu kỳ và có tính thẩm mỹ cao

Muốn trở thành nghệ nhân không hề đơn giản. Đầu tiên phải có tài năng đặc biệt trong lĩnh vực này, như đôi tay khéo léo, cặp mắt tinh tường, đầu óc sáng tạo.



Rất khó để trở thành một nghệ nhân chế tác đồng hồ

tại Thụy Sĩ. Bên cạnh đó, ít nhất 60% chi phí sản xuất cũng phải được chi tiêu ở Thụy Sĩ, bao gồm tiền công cho việc nghiên cứu và phát triển, lắp ráp, tiền trả cho giấy chứng nhận chất lượng theo quy định của pháp luật. Tháng 1/2017, Chính phủ Thụy Sĩ đã bổ sung thêm một số điều khoản vào các tiêu chí vốn đã vô cùng khắt khe, như ít nhất một quá trình sản xuất thiết yếu phải được tiến hành ở quốc gia này.

Một chiếc đồng hồ được công nhận Swiss Made thực sự thu được quá nhiều lợi ích. Theo điều tra, người tiêu dùng sẵn sàng trả nhiều hơn khoảng 20% so với những đồng hồ cùng thiết kế, cùng tính năng khác. Trước đây, đồng hồ Swiss Made chỉ cần tỷ lệ nội địa hoá 50% là đủ. Việc bổ sung hoặc thay đổi các tiêu chí là cần thiết để tránh tình trạng nhiều nhà sản xuất cố tình sử dụng mảnh lối để sản phẩm của họ được xem là hàng Swiss Made.

Bên cạnh việc thúc đẩy các thương hiệu nâng cao chất lượng sản phẩm, đây cũng là một cách thức hữu hiệu để Thụy Sĩ bảo vệ thương hiệu quốc gia, bảo vệ khách hàng và khiến họ thêm tin tưởng vào những chiếc đồng hồ Swiss Made.

Quả thật, không cần là một nhà sưu tầm, một dân chơi sành sỏi, bất kỳ ai cũng biết Thụy Sĩ chính là cái nôi của đồng hồ xa xỉ, luôn dẫn đầu thế giới về đẳng cấp, chất lượng, thẩm mỹ và mức độ được ưa chuộng...

Tourbillon:

Thước đo giá trị tinh xảo & cầu kỳ của đồng hồ xa xỉ

✦ BÀI: HOÀI ĐIẾP

TRONG VÔ SỐ BỘ PHẬN TINH XẢO BÉ NHỎ CẤU THÀNH NÊN MỘT CHIẾC ĐỒNG HỒ XA XỈ, TOURBILLON MÃI MÃI ĐƯỢC XEM LÀ MỘT ĐỈNH CAO BỞI NÓ ĐẠI DIỆN CHO KỸ THUẬT CHẾ TÁC CỦA CÁC BẬC THẦY. CƠ CHẾ HOẠT ĐỘNG CỦA TOURBILLON CẦU KỶ, ĐẸP MẮT VÀ BẢN THÂN NÓ CŨNG ĐƯỢC XEM NHƯ TRÁI TIM CỦA ĐỒNG HỒ NHỜ HÌNH DÁNG VÀ ĐẶC TÍNH CHUYỂN ĐỘNG KHÔNG NGỪNG NGHỈ...

Với người đam mê, những chiếc đồng hồ Tourbillon như khát khao, như mục tiêu cần được chinh phục. Với nhà sản xuất, Tourbillon thuộc dạng sản phẩm hàng đầu, thứ làm nên danh tiếng, đẳng cấp, giá trị. Cho dù ra đời cách đây đã hơn 200 năm, cho dù khoa học công nghệ đã tiến bộ tới mức đưa được người lên Mặt trăng thì Tourbillon vẫn cứ đắt đỏ, vẫn cứ hiếm có và vẫn chưa bị thay thế bởi bất cứ phát minh mới mẻ nào.



Mẫu Constant Force Tourbillon lộ máy của nhà Arnold & Son



Portugieser Constance Force phiên bản kỷ niệm 150 năm của IWC được coi là đồng hồ Tourbillon tốt nhất năm 2018

02: Cận cảnh cơ chế Tourbillon trên mẫu Greubel Forsey DT30

Công đầu được ghi nhận cho sự ra đời của Tourbillon thuộc về nghệ nhân chế tác đồng hồ Abraham-Louis Breguet (1747 - 1823). Tuy nhiên, ít ai biết rằng John Arnold đã đưa ra ý tưởng về Tourbillon vào năm 1798 và phải ba năm sau, Abraham-Louis Breguet mới hiện thực hóa được nó một cách trọn vẹn.

Tourbillon theo tiếng Pháp có nghĩa là lồng xoay hoặc xoay nước, ban đầu chỉ được dùng trên đồng hồ bỏ túi. Bởi John Arnold và Abraham-Louis Breguet cùng nhận ra trọng lực của trái đất sẽ gây ra tác dụng tiêu cực lên những chiếc đồng hồ quá quýt - thường được để thẳng đứng trong túi áo của các quý ông, lâu lâu mới được lôi ra xem giờ. Ở tình trạng như vậy, khả năng dao động của dây tóc lò xo và quả lắc sẽ bị sai lệch so với thiết kế ban đầu, dẫn đến việc chỉ thời gian ngày càng thiếu chính xác. Và Abraham-Louis Breguet đã phát minh ra một cơ chế chuyển động hoàn toàn mới với dây tóc lò xo và quả lắc được đặt trong một bộ khung luôn xoay tròn, giữ cho quả lắc lúc nào cũng nằm ở phương thẳng đứng, loại bỏ hoàn toàn tác động của trọng lực lên hoạt động của nó.

Mặc dù chỉ là một bộ phận độc lập và mang tính hỗ trợ nhưng Tourbillon có cấu trúc cực kỳ phức tạp, khó sản xuất và là một thách thức lớn với bất kỳ thương hiệu nào. Theo thống kê, từ năm 1801 cho đến năm 1960, chỉ có khoảng 640 đồng hồ Tourbillon được bán trên thị trường, tức là trung bình một năm bốn chiếc và hầu hết vẫn là đồng hồ

bỏ túi. Đồng hồ đeo tay đầu tiên được ghi nhận có cơ chế Tourbillon thuộc về công ty LIP xuất hiện năm 1920 nhưng chỉ là thử nghiệm. Năm 1945, Omega chế tạo 12 chiếc Tourbillon đeo tay nhưng cũng đều dang dở.

Phải đến năm 1985, khi Audemars Piguet tung ra series đồng hồ đeo tay Tourbillon phiên bản thương mại đầu tiên của hãng, cơn sốt mang tên "lồng xoay" mới thực sự lan rộng, kéo theo sự tham gia của các đại gia khác như Patek Philippe, Breguet hay Vacheron Constantin. Kể từ đó, Tourbillon đã trở thành một trong những yếu tố tham chiếu quan trọng bậc nhất khi đánh giá về tính chất xa xỉ của đồng hồ đeo tay.

Mặc dù chỉ là một bộ phận độc lập và mang tính hỗ trợ nhưng Tourbillon có cấu trúc cực kỳ phức tạp, khó sản xuất và là một thách thức lớn với bất kỳ thương hiệu nào.

Tuy nhiên, các nhà sản xuất và cả các chuyên gia cũng nhanh chóng nhận ra, cơ chế Tourbillon chỉ thực sự hiệu quả với đồng hồ bỏ túi còn với đồng hồ đeo tay, sự chuyển động liên tục của cổ tay cũng đã có tác dụng chống trọng lực của Trái đất rất tốt rồi. Vậy tại sao Tourbillon vẫn tiếp tục được coi trọng mà không xảy ra bất kỳ sự hạ bệ hay soán ngôi ngoạn mục nào?

Đơn giản, vì chế tạo nó quá tốn thời gian và công sức với rất nhiều công đoạn phải do chính các



Seiko Fugaku – đồng hồ Tourbillon đầu tiên của Nhật Bản

Một bộ Tourbillon kiểu truyền thống thường chỉ nhỏ như chiếc khay áo, nặng cỡ 2 – 3 gram nhưng có từ 50 – 90 chi tiết.

nghệ nhân đồng hồ tài danh làm hoàn toàn bằng tay. Với các bộ Tourbillon của đồng hồ Thụy Sĩ, chất liệu chủ yếu được sử dụng là các kim loại nhẹ như titan, aluminium. Một bộ Tourbillon kiểu truyền thống thường chỉ nhỏ như chiếc khay áo, nặng cỡ 2 – 3 gram nhưng có từ 50 – 90 chi tiết. Thử hình dung xem, làm ra từng chi tiết rồi hoàn thiện đã khó, lắp ghép chúng lại với nhau lại càng khó bội phần. Đôi khi, chỉ một cái run tay, thậm chí một hơi thở mạnh cũng có thể khiến mọi công sức trong nhiều ngày “đổ sông đổ bể” và phải bắt đầu lại từ vạch xuất phát.

Lấy ví dụ, bộ Tourbillon Chronograph trên chiếc A.Lange & Sohne Tourbograph Pour Le Merite tiêu tốn đến 18 tháng để thực hiện, trong đó, riêng khâu lắp ráp cũng tốn đến hai chục tuần lễ. Hàng chục chi tiết có thể phải lắp đi lắp lại nếu chưa được hiệu chỉnh chính xác và ở đây, kinh nghiệm và cảm nhận của nghệ nhân là yếu tố then chốt quyết định thành bại. Bởi một cái siết ốc hơi lỏng, chặt vừa đủ hay quá chặt đều sẽ dẫn đến những kết quả khác nhau. Đẳng cấp thương hiệu, đẳng cấp nghệ nhân là hai trong nhiều lý do vì sao có những chiếc đồng hồ Tourbillon bán đắt gấp đôi, gấp ba, thậm chí gấp đến mười, hai mươi lần, thậm chí cả trăm lần những chiếc khác.

Cũng không ngoa khi nói rằng trong thế giới đồng hồ, Tourbillon là một thứ gì đó cực kỳ đặc biệt, nằm ngoài mọi lý giải thông thường. Nó truyền cảm hứng cho cả người mua, người bán và người sản xuất. Cũng vì lẽ đó, năm nào thế giới cũng được đón nhận thêm những mẫu Tourbillon độc đáo, khác thường và bất cứ thương hiệu nào, từ xa xỉ đến bình dân cũng đều muốn có – hoặc có thêm đồng hồ Tourbillon trong danh sách sản phẩm của mình.

Cơ chế Tourbillon kiểu truyền thống thường được đặt ở vị trí số 6 với các chi tiết đặt hết trong một lồng xoay và thời gian xoay là 1 vòng/phút.



Mẫu Lo Scenziato Luminor 1950 Tourbillon GMT được sản xuất theo công nghệ in 3D

Qua thời gian, người ta đã chế tác ra thêm nhiều kiểu Tourbillon mới, trong đó được ứng dụng nhiều hơn cả là Flying Tourbillon chỉ có cầu đỡ một mặt tạo cảm giác như cả cơ chế như bay lên khỏi mặt đồng hồ. Do mang dáng dấp thanh thoát và nhẹ nhàng nên Flying Tourbillon thường có mặt trên các dòng đồng hồ thời trang, còn Tourbillon truyền thống vẫn là lựa chọn hàng đầu cho đồng hồ kiểu cổ điển.

Đôi khi, một cơ chế Tourbillon vẫn là chưa đủ, đó là lý do để những chiếc đồng hồ có từ hai cơ chế Tourbillon trở lên (Multi Tourbillon) ra đời. Dĩ nhiên, giá tiền cũng đắt hơn nhiều, thường khởi điểm từ trên 100.000 USD và số lượng cực kỳ giới hạn, như chiếc Sideralis của nhà Louis Moinet hay Excalibur Spider Pirelli của nhà Roger Dubuis – chỉ có 8 mẫu trên toàn cầu. Ngoài ra, cơ chế Tourbillon xoay đa chiều (Multi-Axis Tourbillon) cũng đang trở nên thịnh hành với cấu trúc độc đáo khiến người nhìn từ trên xuống có cảm giác như bộ phận này đang “lơ lửng” giữa bộ máy đồng hồ. Những chiếc đồng hồ nổi tiếng nhất ứng dụng cơ chế này phải kể đến Astronomia của nhà Jacob & Co, Reverso Tribute Gyrotourbillon của nhà Jaeger-LeCoultre hay MP-09 của nhà Hublot...

Sự phát triển của công nghệ cao đã khiến việc chế tác bộ phận Tourbillon trở nên dễ dàng hơn xưa, nhưng số lượng sản phẩm ra mắt hàng năm vẫn rất hạn chế. Hiện tại, cũng chỉ khoảng 140 thương hiệu bán đồng hồ Tourbillon trên thế giới mà thôi, trong đó chủ yếu tập trung ở Thụy Sĩ. Một vài thương hiệu Trung Quốc cũng có Tourbillon giá rẻ nhưng hầu như không được để ý đến. Riêng Nhật Bản, đến tận năm 2016 mới ra mắt chiếc đồng hồ Tourbillon đầu tiên ở triển lãm Basel World – mẫu Seiko Fugaku Tourbillon, đóng mác Credor (thương hiệu con của Seiko, chuyên dòng xa xỉ). Giá của Fugaku Tourbillon hoàn toàn xứng với đẳng



Mất 18 tháng để hoàn thiện cơ chế Tourbillon của chiếc A.Lange & Sohne Tourbograph Pour Le Merite

cấp và sự tinh tế cũng như ý nghĩa ẩn sau một kiệt tác đương đại: 462.000 USD và chỉ có 8 chiếc được sản xuất mà thôi. Ngay sau đó, Citizen cũng ra mắt chiếc Tourbillon Y01 với giá niêm yết 90.000 USD nhưng ai cũng hiểu đây chỉ là con số tượng trưng, bởi Y01 là hàng độc bản (one-of-a-kind) và chỉ dành cho trưng bày.

Xét cho cùng thì công nghệ vẫn không thể thay thế được con người. Không cỗ máy nào có thể hoàn thiện, đánh bóng rồi tỉ mỉ lắp ráp hàng chục chi tiết chỉ nặng khoảng 0,04 gram với nhau. Cho nên, với đồng hồ Tourbillon, mẫu nào có sự can thiệp của con người nhiều hơn – tức độ thủ công cao hơn mẫu đó sẽ có giá trị hơn. Đó vẫn là quy luật không gì thay thế nổi!

Không nổi tiếng và còn gây tranh cãi là các cơ chế Carrousel và Carrousel Tourbillon – được một số hãng quảng cáo là Tourbillon nhưng giới tinh hoa làm đồng hồ lại không công nhận là Tourbillon đích thực. Carrousel là tên của trò đu quay ngựa gỗ, cũng để mô tả chuyển động vòng tròn không ngừng của bánh xe cân bằng. Chế tác cơ chế Carrousel Tourbillon dễ hơn nhiều so với Tourbillon truyền thống, đó là lý do vì sao nhiều thương hiệu đồng hồ Trung Quốc lựa chọn cơ chế này cho sản phẩm của họ và bán với giá chỉ vài ngàn USD, thậm chí chiếc Tiago AATOS tụt xuống mức “bọt bèo” 500 USD.

Cơ chế Flying Tourbillon trên mẫu Edouard Bovet của nhà Bovet Fleurier



Đồng hồ xa xỉ chính xác đến mức nào?

BÀI & ẢNH: ANH THU

VỚI NHỮNG CHIẾC ĐỒNG HỒ CƠ, SAI SỐ TRONG LÚC SỬ DỤNG LÀ ĐIỀU KHÔNG THỂ TRÁNH KHỎI. VẤN ĐỀ NẪM Ở CHỖ, SAI SỐ THỂ NÀO LÀ ĐỦ, VÀ LIỆU ĐỒNG HỒ THỤY SĨ CÓ PHẢI LÀ ÔNG VUA VỀ ĐỘ CHÍNH XÁC HAY KHÔNG? MỜI ĐỘC GIẢ CÙNG TÌM HIỂU VỀ VẤN ĐỀ NÀY QUA NHỮNG THÔNG TIN VÔ CÙNG THÚ VỊ DƯỚI ĐÂY...

Trên thực tế, ngoại trừ đồng hồ điện tử và smartwatch, độ chính xác của tất cả các loại đồng hồ còn lại - nhất là đồng hồ cơ - đều không phải tuyệt đối và người dùng đã chấp nhận điều đó như một sự thật hiển nhiên. Chính vì vậy mới xuất hiện khái niệm "kỳ vọng sai

Grand Seiko của người Nhật đạt độ chính xác cao hơn các đối thủ Thụy Sĩ



Trong chế độ đồng hồ Thụy Sĩ, chúng nhận Chronometer của Viện kiểm tra Chronometer chính thức như một lời khẳng định về tỷ lệ sai số thấp trong mức kỳ vọng và hằng năm, chỉ khoảng 3% sản phẩm được cấp chứng nhận này.

số của đồng hồ cơ". Sự ra đời của cơ chế Tourbillon cũng chỉ là một giải pháp để giảm thiểu sai số chứ không thể khắc phục được rốt ráo nhược điểm này. Theo tiêu chuẩn quốc tế, sai số của đồng hồ cơ (ngoại trừ dòng Tourbillon) không được phép vượt quá 15 - 20 giây/24h (hoặc một ngày đêm).

Về mặt lý thuyết, độ sai số đối với bộ máy cơ sử dụng công nghệ Tourbillon là tương đối nhỏ, nhưng giữa các hãng sản xuất cũng có sự khác biệt về con số. Điều này phụ thuộc vào nguyên liệu, công nghệ và kinh nghiệm sản xuất. Dĩ nhiên, đồng hồ Tourbillon của Thụy Sĩ và Đức thường chính xác hơn nhưng gần đây một số dòng đồng hồ Tourbillon của Nhật Bản cũng không hề kém cạnh. Các dòng đồng hồ Tourbillon rẻ tiền của Trung Quốc mặc định ở dưới hẳn một đẳng cấp, không thể so bì.

Nguyên nhân dẫn đến sai số là do ma sát giữa các chi tiết máy, sự co giãn vì nhiệt của các chi tiết kim loại. Mặt khác, tính đẳng thời của con lắc (dây tóc, hồi và ngựa) trong bộ máy cơ lại chịu ảnh hưởng tiêu

cực bởi trọng lực của Trái đất, trọng lực tác động lên con lắc của đồng hồ khác nhau khi chúng ta đeo trên tay (thẳng, nghiêng, úp...) làm cho con lắc không hoạt động được theo đúng nguyên lý cơ bản của nó. Chính vì những nguyên nhân chủ quan và khách quan đó đã làm cho chiếc đồng hồ cơ có sai số tương đối lớn - nếu so với đồng hồ điện tử - tùy thuộc vào mức độ đeo ít hay nhiều của mỗi người.

Trong chế độ đồng hồ Thụy Sĩ, chúng nhận Chronometer của Viện kiểm tra Chronometer chính thức (COSC - Contrôle Officiel Suisse des Chronomètres) như một lời khẳng định về tỷ lệ sai số thấp trong mức kỳ vọng và hằng năm, chỉ khoảng 3% sản phẩm được cấp chứng nhận này. Các hãng có nhiều đồng hồ Chronometer là Rolex, Omega, Tag Heuer, đặc biệt 100% đồng hồ Breitling khi xuất xưởng cũng đều có chữ Chronometer trên mặt số.



Bộ máy Caliber 9S85 ứng dụng những công nghệ mới nhất của Grand Seiko

100% đồng hồ Breitling xuất xưởng đều có chứng nhận Chronometer



Tất cả đồng hồ được gửi đến COSC đều phải trải qua 7 bài kiểm tra tiến hành liên tục trong 15 ngày đêm ở 5 vị trí và 3 mức nhiệt độ khác nhau với sự trợ giúp của đồng hồ nguyên tử có độ chính xác tuyệt đối để đo dữ liệu.

Đó là một hành trình đầy cam go. Tất cả đồng hồ được gửi đến COSC đều phải trải qua 7 bài kiểm tra tiến hành liên tục trong 15 ngày đêm ở 5 vị trí và 3 mức nhiệt độ khác nhau với sự trợ giúp của đồng hồ nguyên tử có độ chính xác tuyệt đối để đo dữ liệu. Kết quả phổ biến nhất là mức sai số chỉ được phép dao động từ -4 tới +6 giây/ngày sau 10 ngày thử nghiệm, sai số giữa tốc độ trung bình của ngày đầu tiên và cuối cùng không được quá 5 giây.

Nhưng riêng trong phương diện này, người Thụy Sĩ phải cúi đầu chào thua một đối thủ Nhật Bản: Grand Seiko. Đây là thương hiệu con của hãng Seiko chuyên về đồng hồ xa xỉ, về giá trị chỉ đứng



Hàng năm, chỉ khoảng 3% đồng hồ Thụy Sĩ được cấp chứng chỉ Chronometer

sau Credor, cũng là là một thương hiệu con khác của Seiko. Ra đời năm 1960, đến năm 1964, Grand Seiko bắt đầu ganh đua quyết liệt về sự chính xác với các đối thủ Thụy Sĩ thông qua vô số cuộc thử nghiệm gắt gao theo tiêu chuẩn COSC và đến năm 1968, chỉ có Grand Seiko cùng Girard Perregaux



Cơ chế Tourbillon chỉ giúp giảm sai số chứ không giúp đồng hồ cơ chạy chính xác như đồng hồ điện tử

là hai thương hiệu được công nhận Observatory Chronometer, nghĩa là sai số chỉ được phép dao động từ -2 tới +2 giây/ngày, tối đa ở mức -3 tới +3 giây/ngày.

Nên biết, Grand Seiko tiến hành các bài kiểm tra về độ chính xác của bộ máy cơ còn khắt khe hơn cả COSC. Ví dụ, COSC đo ở 5 vị trí khác nhau thì Grand Seiko đo ở 6 vị trí, COSC cân chỉnh máy ở 8 - 38 độ C với sai số +/- 0,6 giây/ngày thì Grand Seiko đặt thêm mức 23 - 38 độ C với sai số +/- 0,5 giây/ngày. COSC cho phép độ dao động tối thiểu một ngày là 2 giây thì Grand Seiko để ở mức 1,8 giây và sai số tối thiểu một ngày chỉ được dao động trong khoảng -3 tới +5 giây.

Chính những thông số này đã làm nên huyền thoại Grand Seiko trong 58 năm qua với độ chính xác vượt trên mọi thương hiệu Thụy Sĩ, bao gồm cả Breitling, Patek Philippe, Breguet hay Vacheron Constantin - mà chưa cần đến cơ chế Tourbillon. Nghệ nhân Satoshi Hiraga của Grand Seiko cũng là người lắp ráp bộ máy tích hợp cơ chế Tourbillon đầu tiên của Nhật Bản: Caliber 6830, dùng trong mẫu Fugaku Tourbillon và mang thương hiệu Credor, ra mắt tại Basel World 2016.

Hiện tại, bộ máy cơ phổ biến nhất là Hi-Beat 36000 của Grand Seiko vẫn có mức sai số -3 tới +5 giây/ngày, cao hơn chuẩn COSC của Thụy Sĩ, còn

máy hybrid Spring Drive thậm chí mức sai số chỉ là -1 tới +1 giây/ngày mà thôi. Tuy nhiên, nó có gắn bộ phận điện tử để giúp tạo ra dao động cho máy cơ nên đồng hồ nào sử dụng máy Spring Drive không được xem là đồng hồ "thuần" cơ (không có chữ Automatic trên mặt số).

Triết lý của Grand Seiko hết sức rõ ràng: hãy thực tế tới mức tối đa, tinh túy chỉ dồn vào những thứ hữu ích nhất, bao gồm độ chính xác, sự bền bỉ, dễ xem giờ. Mọi chi tiết, mọi bộ phận thừa thãi đều bị loại bỏ. Đó cũng là lý do vì sao đồng hồ Grand Seiko thường mang phong cách cổ điển: đơn giản, chắc chắn, hầu như không được trang trí cầu kỳ. Hiện đồng hồ Grand Seiko cũng chỉ được tiêu thụ chủ yếu trong thị trường Nhật Bản, giá xuất xưởng từ khoảng 2.000 USD một chiếc trở lên, tức là tương đương Omega, Rolex, Longines. Nhưng độ chính xác vẫn là vô địch thế giới.

Patek Philippe: Giấc mơ vương giả

BÀI: MINH ANH

KHI NÓI ĐẾN ĐỒNG HỒ XÃ XỈ THỤY SĨ, DÙ HÀNG CHỤC CÁI TÊN CÓ THỂ NGAY LẬP TỨC XUẤT HIỆN TRONG ĐẦU THÌ VƯỢT LÊN TẤT CẢ, PATEK PHILIPPE DƯỜNG NHƯ LÀ CHIẾC VƯƠNG MIỆN NGỰ TRỊ TRÊN ĐỈNH CAO, LÀ GIẤC MƠ, LÀ KHÁT KHAO, LÀ MONG MỎI CỦA TẤT CẢ NHỮNG NGƯỜI ĐÃ, ĐANG VÀ SẼ ĐEO TRÊN TAY CỔ MÁY ĐẾM THỜI GIAN...



Bên trong boutique Patek Philippe khai trương cuối năm ngoái ở Manchester, Anh quốc

“**B**ởi Patek Philippe không bao giờ dễ dàng”, đó là lời khẳng định chắc như đinh đóng cột của bà Sandrine Stern – Giám đốc sáng tạo, vợ chủ sở hữu kiêm Chủ tịch Thierry Stern của hãng đồng hồ được bình chọn là uy tín nhất thế giới. Hiện Patek Philippe là một trong vài thương hiệu còn sót lại vẫn thuộc sở hữu gia đình, sản lượng chỉ khoảng 55.000 chiếc mỗi năm – quá ít ỏi nếu so với con số 1,4 triệu chiếc của Rolex. Số lượng hạn chế cũng nằm trong chiến lược bảo toàn tính độc quyền của thương hiệu trước việc các đối thủ hùng mạnh xuất hiện ngày càng đông đúc hơn.

Tuy nhiên, theo các báo cáo tài chính, doanh thu ước tính hằng năm của Patek Philippe vẫn dao động quanh mức 1,2 – 1,5 tỷ USD/năm (năm 2016 là 1,3 tỷ USD và tăng thêm 9,7% trong năm 2017), độ yêu

thích thương hiệu chiếm tới 23,6%, bỏ khá xa hai thương hiệu bám đuổi là Jaeger-LeCoultre và Vacheron Constantin.

Người thợ đồng hồ gốc Ba Lan Norbert Antoine de Patek bắt đầu sản xuất những chiếc đồng hồ đầu tiên vào năm 1839, đến năm 1845 ông hợp tác với đồng nghiệp người Pháp Adrien Philippe, một nhà phát minh thực sự với cơ chế lên dây không cần chìa vô cùng độc đáo và Patek Philippe & Co



Hãng mới khai trương trường dạy chế tác đồng hồ cho các thế hệ kế tiếp ở New York

Ref. 1518, chiếc đồng hồ vỏ thép không gỉ bán đầu giá tới 11 triệu USD



Mặt trước và mặt sau của mẫu Sky Moon Tourbillon 6002G

được thành lập năm 1851. Tính từ đó đến nay, kể cả sau khi công ty được bán cho gia tộc Stern năm 1932, bắt đầu giai đoạn khẳng định đẳng cấp và bùng phát kinh doanh, Patek Philippe cũng chỉ sản xuất chưa đến 1 triệu chiếc đồng hồ. Bên cạnh việc bảo toàn tính độc quyền của thương hiệu, một lý do khác để sản phẩm Patek Philippe trở nên hiếm hoi chính là việc các nghệ nhân phải mất đến 9 tháng để cho ra đời một mẫu cổ điển, còn nếu thuộc dạng tuyệt phẩm, độc bản hay tương tự thế thì thời gian kéo dài ít nhất cũng phải hai năm.

Mỗi chiếc đồng hồ mang thương hiệu Patek Philippe là một kiệt tác cơ khí thực sự, chất chứa rất nhiều “bí mật gia truyền” được kế thừa và phát triển qua nhiều thế hệ.

Trong khi nhiều hãng khác chấp nhận đặt hàng nhiều bộ phận từ nhà sản xuất bên ngoài thì các nghệ nhân của Patek Philippe vẫn tự chế tác thủ công, tự đánh bóng tất cả - trung bình khoảng 15 triệu chi tiết mỗi năm. Mà đồng hồ nào có hàm lượng “con người” cao hơn trong khâu sản xuất, đồng hồ đó giá trị hơn, đây đã là quy luật bất biến trong lĩnh vực này. Cho nên, không ngạc nhiên khi Patek Philippe được xem là “vô đối” về độ tinh xảo, từ bộ vỏ cho đến các chi tiết máy móc bên trong. Mỗi chiếc đồng hồ mang thương hiệu Patek Philippe là một kiệt tác cơ khí thực sự, chất chứa rất nhiều “bí mật gia truyền” được kế thừa và phát triển qua nhiều thế hệ.

Kể cả khi có cả đồng tiền trong tay thì việc mua được một chiếc Patek Philippe hoàn toàn mới vẫn là điều cực kỳ khó khăn, nếu không nói là bất khả thi với hầu hết mọi người. Bởi Patek Philippe luôn tuân thủ quy tắc bán hàng cực kỳ nghiêm ngặt trong vài chục năm qua và chưa xuất hiện bất kỳ ngoại lệ nào. Thứ tự ưu tiên khách hàng của Patek Philippe luôn là: danh nhân thế giới, chính khách



Giá của mẫu Grandmaster Chime 6300G vỏ bạch kim hiện đang ở mức 2,2 triệu USD

Những người may mắn mua được đồng hồ Patek Philippe cũ hoàn toàn có quyền tưởng tượng và hy vọng chủ trước của nó là một người nổi tiếng nào đó...

quyền lực, nghệ sĩ nổi tiếng và cuối cùng mới đến người có tiền. Nhưng như thế vẫn chưa đủ. Sau khi chọn được mẫu ưng ý tại các điểm phân phối & bán lẻ chính hãng, người mua phải nộp hồ sơ và đợi Patek Philippe xét duyệt trong vài tháng trời.

Mà Patek Philippe chưa bao giờ làm đồng hồ chỉ để phục vụ người có tiền, cũng chưa bao giờ bán hàng thông qua bên thứ ba, nên mọi cửa “lách luật” đều bị bịt kín. Cho nên, cách duy nhất để có được một chiếc Patek Philippe “xịn” trên cổ tay là tìm đến “grey market” – thị trường xám, là nơi chuyên bán hàng cũ, hàng không phân phối chính thức. Điều này cũng đồng nghĩa với việc tên người đeo không bao giờ có trong hồ sơ lưu tại hãng, đồng hồ thì không được hưởng bất kỳ quy chế bảo hành nào.

Đời là vậy. Càng khó khăn thì khát khao chinh phục càng lớn. Không mua được bằng tiền thì phải mua bằng rất nhiều tiền. Mà giá trị bán lại của đồng hồ Patek Philippe cao hơn rất nhiều các hãng khác, bảo sao giới sưu tầm lại càng mê mẩn thương hiệu này hơn bất cứ ai. Có thể khẳng định luôn, Patek Philippe chính là khoản đầu tư sinh lời chắc chắn đến 99,99%. Ví dụ,

một chiếc Patek Philippe Calatrava giá 300 USD vào năm 1950 thì đến giờ nó được mua bán ở mức 20.000 USD. Một chiếc Perpetual Chronograph giá khoảng 20.000 USD vào năm 1980 thì hiện tại người ta sẵn sàng giao dịch ở mức hơn 400.000 USD, tức là còn đắt hơn nhiều đồng hồ mới.

Những người may mắn mua được đồng hồ Patek Philippe cũ hoàn toàn có quyền tưởng tượng và hy vọng chủ trước của nó là một người nổi tiếng nào đó, như Nữ hoàng Anh Victoria và Hoàng tử Albert, Nhà vua Ý Victor Emmanuel III, Hoàng đế Đan Mạch Christian IX, Sultan Ai Cập Hussein Kamel, Giáo hoàng Pius IX, nhà văn Lev Tolstoy hay các nhà khoa học Albert Einstein, Marie Curie, Tổng thống J.F. Kennedy, nghệ sĩ nhạc jazz kỳ tài Duke Ellington, Joe DiMaggio – cầu thủ bóng chày

Ông Thierry Stern, chủ sở hữu kiêm chủ tịch hãng Patek Philippe



Guitarist huyền thoại Eric Clapton từng sở hữu chiếc Perpetual Calendar Ref. 5004J

Bất ngờ hơn, chiếc đồng hồ đeo tay được đấu giá cao nhất với số tiền lên đến 11 triệu USD là mẫu Ref. 1518 sản xuất năm 1943 lại có lớp vỏ ngoài bằng thép không gỉ chứ không phải loại bạc vàng hay đính kim cương. Tuy nhiên, xét về mức độ quý hiếm thì nó hoàn toàn xứng đáng bởi trong 386 chiếc Ref. 1518 chỉ có đúng 4 chiếc vỏ thép và đây cũng là chiếc duy nhất chịu “lố mặt” ra với công chúng.

Ngay đến nghệ sĩ guitar huyền thoại Eric Clapton cũng phải trải qua một cuộc đấu giá mới “tậu” được một trong hai mẫu Ref. 2499/100 vỏ bạch kim, lịch vạn niên cực kỳ hiếm hoi sản xuất năm 1989. Đến năm 2012, ông lại đem ra đấu giá để gây quỹ từ thiện và nó đã được bán với giá 3,6 triệu USD.

Trong khi đó, mẫu Sky Moon Tourbillon 6002G được xem là một trong vài đồng hồ có giá xuất xưởng cao nhất của Patek Philippe trong vài năm trước đây: 1,5 triệu USD và số lượng cực kỳ hạn chế. Thậm chí ông Larry Pettinelli – người đứng đầu Patek Philippe khu vực Bắc Mỹ còn tuyên bố “nếu không đủ tiêu chuẩn thì có bỏ ra 6 triệu USD chúng tôi cũng không bán”. Tức là người mua không chỉ thuộc thứ tự ưu tiên về con người mà còn phải chứng minh được sự gắn bó lâu dài với Patek Philippe cũng như năng lực thương thức và thẩm định đồng hồ xa xỉ.

Sky Moon Tourbillon 6002G sở hữu lớp vỏ bằng vàng 18K chạm khắc tinh xảo, hoạt động với bộ máy Caliber RTO 27 lên dây tay, 55 chân kính, tích cốt 48 tiếng, có chức năng Minute Repeater (điểm chuông). Bộ Tourbillon siêu nhẹ chỉ 0,3 gram với 69 bộ phận giúp đảm bảo độ chính xác với mức sai lệch không quá 2 giây/ngày. Đây là một trong vài đồng hồ hai mặt của Patek Philippe, mặt ngoài hiển thị giờ và thứ, ngày, tháng, lịch tuần trăng, Tourbillon còn mặt sau thể hiện hình ảnh bầu trời, thời gian thiên văn, 4 hướng.

Tại các buổi đấu giá, sản phẩm của Patek Philippe luôn được ví như tranh Picasso. Theo đại diện của nhà Christie’s, hơn 90% đồng hồ đắt tiền nhất được đấu giá trong những năm gần đây đều mang thương hiệu Patek Philippe. “Bởi khi tiền không phải vấn đề thì bất kỳ ai cũng muốn sở hữu Patek Philippe”. Hẳn là như vậy!

vĩ đại nhất nước Mỹ, chồng thứ hai của minh tinh văn số Marilyn Monroe.

Hiện các sản phẩm của Patek Philippe vẫn đang nắm giữ khá nhiều kỷ lục vô tiền khoáng hậu về giá trị. Ví dụ như chiếc đồng hồ bỏ túi Henry Graves Supercomplication xuất xưởng năm 1933 đã được đấu giá lần đầu năm 1999 và trở thành cổ máy đếm thời gian đắt nhất ở thời điểm đó: 11 triệu USD. Đến năm 2014, trong lần đấu giá thứ hai, nó phá kỷ lục khi một người mua giấu tên phải trả đến 24 triệu USD để được sở hữu. Nhưng Henry Graves Supercomplication cũng là đồng hồ bỏ túi phức tạp nhất trong lịch sử với 24 chức năng và các nghệ nhân của Patek Philippe tốn đến 3 năm thiết kế và 5 năm chế tác, hoàn thiện.

Nữ hoàng Anh Elizabeth II rất yêu thích chiếc Golden Ellipse và thường đeo nó trong các sự kiện trọng đại





Dong Son The Sun: Văn hóa Việt tỏa sáng trên cỗ máy thời gian Speake-Marin

♥ BÀI: HOÀI DIỆP

NỐI TIẾP THÀNH CÔNG CỦA HAI CHIẾC ĐỒNG HỒ DONG SON LIMITED (PHIÊN BẢN GIỚI HẠN) VÀ TOURBILLON, NGHỆ NHÂN ĐỒNG HỒ NGƯỜI ANH PETER SPEAKE-MARIN VIẾT TIẾP ĐAM MÊ DÀNH CHO NHỮNG HOA VĂN ĐÔNG NAM Á CỦA ÔNG BẰNG KIỆT TÁC DONG SON THE SUN.

Câu chuyện bắt đầu vào năm 2011, khi Peter Speake-Marin đến Hà Nội và ghé thăm Bảo tàng Lịch sử Quốc gia Việt Nam. "Rất nhiều điều thú vị mà lần đầu tiên tôi được biết về đất nước các bạn, nhưng không hiểu sao khi đứng trước trống đồng Đông Sơn, tôi đã bị mê hoặc bởi các họa tiết rất cân đối và hoàn hảo", ông cho biết.

Từ lâu đã ấp ủ ý tưởng về một kiệt tác ở đẳng cấp thế giới mang theo biểu tượng văn hóa Việt, lại nhận được sự ủng hộ nhiệt thành từ những người bạn để mến ở quốc gia này, Peter Speake-Marin nhanh chóng bắt tay vào việc tạo ra một chiếc đồng hồ lấy cảm hứng từ trống đồng. Với riêng ông, đây cũng không phải sản phẩm đầu tiên có liên quan đến Việt Nam. Trên hai chiếc đồng hồ Speake-Marin phiên bản giới hạn thuộc Vietnam Collection, ông đã cho khắc bản đồ Việt Nam với đầy đủ hai quần đảo Hoàng Sa và Trường Sa ở phần vỏ.

Bộ sưu tập Speake-Marin Dong Son gồm 18 chiếc sau đó – lấy cảm hứng từ 18 Vua Hùng không chỉ bán hết ngay sau khi ra mắt thị trường mà còn mang về cho nghệ nhân tài danh giải thưởng Đồng hồ nghệ thuật tại Grand Prix d'Horlogerie 2012 – một dạng Oscar trong thế giới đồng hồ xa xỉ, qua đó góp phần quảng bá văn hóa Lạc Việt ra toàn cầu.

Sau khi trình làng bộ sưu tập Dong Son Tourbillon vào năm 2016, Peter Speake-Marin muốn đi sâu hơn vào hình ảnh Mặt trời trên mặt trống đồng Ngọc Lũ, đó là lý do ông tiếp tục giới thiệu phiên bản giới hạn 18 tuyệt phẩm mang tên Dong Son The Sun trong năm 2018 này.

Tất cả những chiếc đồng hồ thuộc dòng Dong Son đều được chế tác vô cùng kỳ công. Đầu tiên, hàng chục chi tiết, họa văn trên mẫu trống đồng Đông Sơn được chụp, bóc tách, và vẽ lại. Sau đó, những mẫu họa tiết đẹp nhất được chọn để kết hợp với các phong cách khác nhau (Classic, Art Décor, Sporty, England..) cho mặt số.

Thiết kế cuối cùng là sự kết hợp của hai phương án. Thiết kế này được đưa lên bản vẽ kỹ thuật, tạo hình 3D để xem hiệu ứng, sau đó đưa vào làm prototype (nguyên mẫu) trên vật liệu

mềm. Tiếp đó, nó lại được làm prototype lần nữa trên kim loại. Mỗi công đoạn trên bao gồm vô số những chỉnh sửa. Cho đến khi tất cả đều hoàn hảo, Speake-Marin mới chế tác mặt số đồng hồ trên vàng nguyên khối bằng máy cắt laze. Khi chế tác xong, các chi tiết lại được tiếp tục hoàn thiện bằng tay dưới kính hiển vi có độ phóng đại 40 lần.

Vẻ đẹp họa tiết nơi mặt trống được cô đọng trên mặt số đồng hồ một cách tài tình, thể hiện góc nhìn sâu sắc của Speake-Marin về các giá trị văn hóa bản địa. Thay vì là trung tâm như nguyên bản mặt trống, vị trí của mặt trời trên Dong Son The Sun cách điệu lệch phải, kết hợp với kim giây độc đáo tại mốc 1 giờ 30 phút, ngụ ý Thần mặt trời chiếu rọi ánh sáng của mình khắp muôn loài sau mỗi một vòng quay tròn 60 giây.

Các họa văn và họa tiết tiêu biểu được nghệ nhân diễn họa lại trên mặt số tuân theo mô-típ của trống đồng nguyên mẫu, hình tượng chiến binh và chim Lạc tung cánh được xem là sự tôn vinh dành cho một kiệt tác kim thuật tiền sử. Sự sinh động không chỉ đến từ hình trang trí mà còn đến từ đỉnh cao tay nghề điêu khắc, bằng việc mỗi nét chạm chỉ sâu chính xác 0,3 milimet trên bề mặt vàng 18K dày vền vền 1 milimet. Sau khi chạm chi tiết, mặt đồng hồ còn phải trải qua quá trình xử lý matte để tạo được sắc độ tương phản dưới ánh sáng.

Trên nền bộ thân vỏ Picadilly, sáng tạo riêng đã trở thành thương hiệu của hãng, Speake-Marin giữ nguyên núm điều chỉnh hình kim cương ở phiên bản trước. Một điểm lưu ý là để có được dáng vẻ thanh nhã cho Dong Son The Sun, tỉ lệ và độ dày đặc trưng của Picadilly đã được rút gọn. Phiên bản 2018 sử dụng bộ máy Calibre SMA03 in-house lên dây cót tự động với quả văng micro-rotor chuẩn Chronometer. Các chi tiết của bộ máy đồng hồ in-house này như con ngựa, quả văng, đĩa và dây tóc đều được hoàn thiện bằng tay với hai chất liệu chính là thép và vàng.

Ngoài các chi tiết hoàn toàn làm thủ công, Peter Speake-Marin cũng chủ trương sử dụng kỹ thuật khắc số cũng như họa văn họa tiết trang trí bằng công nghệ hóa chất. Trong đó có việc tạo màu cho mặt số và công đoạn làm kim đồng hồ được ông dùng nhiệt nung để làm biến đổi màu sắc ở mức nhiệt phù hợp.

Nhìn những chiếc kim mảnh nhỏ, ít người biết chúng được tạo ra với những quy chuẩn về kỹ thuật cực kỳ khắt khe. Từ nhiều năm nay, vì mục tiêu lợi nhuận tối đa, hầu hết các hãng đồng hồ đều không tự sản xuất kim mà đặt mua từ các nhà cung cấp theo nhu cầu chuyên biệt. Song với Peter Speake-Marin, ông lại đi ngược xu hướng này khi vẫn áp dụng kỹ thuật truyền thống để làm ra những chiếc kim mang bản sắc riêng, lấy cảm hứng từ bộ kim xanh của mẫu đồng hồ Foundation, sản phẩm đánh dấu sự nghiệp chế tác đỉnh cao của nghệ nhân tài hoa.

Quy trình chế tác kim của Speake-Marin gồm 12 bước. Để tạo hình thù chiếc kim cần 6 bước trong đó phải trải qua 2 bước rèn qua lửa để làm chiếc kim thép có độ đàn hồi lò xo. Cuối cùng là kiểm tra chất lượng, loại bỏ các kim không đạt yêu cầu. "Trong đó bước tạo màu xanh cho kim là một kỹ thuật khó. Kim bằng thép được nung trên ngọn lửa đèn cồn đến khoảng hơn 300 độ C thì sẽ tự động chuyển sang màu xanh, khi đó người thợ ngay lập tức phải bỏ kim ra. Nếu không kim sẽ không đồng màu, hoặc ngã sang vàng, da cam. Sự khác biệt ở tay nghề người thợ là làm thế nào để tạo được một màu xanh đậm và đồng đều, việc này cần có kinh nghiệm và sự tập trung cao độ", ông nói.

Để làm ra một bộ kim ưng ý, các nghệ nhân phải bỏ ra ít nhất một ngày miệt mài nhưng bù lại, chiếc kim sẽ tôn thêm giá trị của những chiếc đồng hồ mà chúng đi kèm. Hiện Speake-Marin đang sở hữu khoảng 10 mẫu kim khác nhau.

Giá niêm yết tại Việt Nam của đồng hồ Dong Son The Sun là 1 tỷ đồng/chiếc. Hiện tại, Speake-Marin chỉ nhận sản xuất từng chiếc một theo đơn đặt hàng và thời gian chờ đợi là 6 tháng.



Graff Diamonds Hallucination

*Đồng hồ huyền
thoại xa xỉ nhất
thế giới*

✦ BÀI: THANH HÀ (THEO WPDIAMOND, FORBES)

ĐỈNH SỐ KIM CƯƠNG LÊN TỚI 110 CARAT TRÊN NỀN PLATINUM, DIAMONDS HALLUCINATION CỦA NHÀ GRAFF HIỆN ĐANG GIỮ DANH HIỆU CHIẾC ĐỒNG HỒ ĐEO TAY DÀNH CHO NỮ ĐẸP NHẤT THẾ GIỚI.

Được ra mắt công chúng lần đầu tiên tại Triển lãm trang sức và đồng hồ Basel World năm 2014, (cũng là năm đầu tiên nhà kim hoàn Graff tham gia triển lãm uy tín này) với mức giá kỷ lục 55 triệu USD, đến nay, kiệt tác đính kim cương của Graff vẫn giữ vững danh hiệu số 1 thế giới về giá bán. Với chiếc đồng hồ lấp lánh 101 carat kim cương đắt nhất hành tinh, nhà Graff đã thực sự ghi được dấu ấn vô cùng lớn với giới mộ điệu đồ xa xỉ khắp toàn cầu.

Đồng hồ Graff Hallucination được tạo thành từ 110 carat kim cương màu, bao gồm các màu hồng, xanh dương, xanh lục, cam và vàng được đính trên toàn bộ mặt và dây. Theo nhà sản xuất Graff, kim cương màu tự nhiên được sử dụng thay vì kim cương trắng bởi đây là loại đá quý vô cùng hiếm và có giá trị hơn kim cương trắng rất nhiều lần, chính điều này đã mang lại sự xa xỉ số 1 cho sản phẩm. Và cũng chính sự kết hợp độc đáo của những viên kim cương lấp lánh nhiều màu sắc đã tạo nên hiệu ứng bảy sắc cầu vồng tuyệt đẹp cho chiếc đồng hồ đeo tay đắt giá nhất hành tinh.

Thông thường, các nhà sản xuất đồng hồ ra chuộng sử dụng những viên kim cương cắt tròn rực rỡ thì với Hallucination, ngoài sử dụng những viên kim cương tròn, nhà Graff đã ưu ái chọn những viên kim cương màu với các hình dáng đa dạng như trái tim, trái lê và hình lục giác. Điều này lại càng góp phần khẳng định đẳng cấp và sự khác biệt của một tác phẩm nghệ thuật độc đáo, có một không hai trên thế giới.

Chiếc đồng hồ được thiết kế với mặt số nhỏ khiến các viên kim cương màu sắc càng trở nên nổi bật hơn. 101 carat kim cương nhiều màu sắc quý hiếm và rất có giá trị đã “đệt” nên một chiếc đồng hồ hoàn hảo khiến Hallucination như một sản phẩm trang sức được làm hoàn toàn bằng kim cương vậy. Bạn sẽ có một cảm giác vô cùng choáng ngợp đến không thể tin nổi khi được tận mắt chứng kiến chiếc đồng hồ siêu giá trị này. Nếu nhìn thật gần những viên đá quý, bạn có thể thấy mặt đồng hồ nhỏ ở giữa được làm bằng những viên kim cương hồng quý giá.

Để làm ra chiếc đồng hồ đắt nhất thế giới này,

một nhóm các nhà thiết kế, chuyên gia đá quý và thợ thủ công bậc thầy của nhà Graff đã làm việc trong hàng ngàn giờ, từ việc hoàn thiện ý tưởng cho tới hoàn thiện tác phẩm. Tất cả đều được đặt dưới sự giám sát nghiêm ngặt và chỉ đạo trực tiếp của Laurence Graff - Chủ tịch công ty Graff Diamonds, người có tình yêu mãnh liệt với kim cương.

Trong một lần giới thiệu về chiếc đồng hồ huyền thoại, Laurence Graff đã chia sẻ: Không đơn thuần là một chiếc đồng hồ, Graff Hallucination là một kiệt tác điêu khắc, một kỷ niệm đẹp về phép lạ của những viên kim cương màu. “Trong nhiều năm, tôi đã mơ đến việc tạo ra một chiếc đồng hồ

thực sự đáng chú ý, thể hiện cho niềm đam mê của chúng tôi đối với kim cương. Graff Hallucination đã biến ước mơ của tôi thành hiện thực” - ông chủ của nhà Graff tự hào khi nói về “con cưng” của mình.

Laurence Graff là một thợ kim hoàn người Anh, sinh năm 1938. Là một nhà kim hoàn tự học và tự kinh doanh, Laurence mở cửa hàng trang sức đầu tiên tại Hatton Garden vào đầu những năm 60 của thế kỷ trước. Đến nay, thương hiệu Graff có trụ sở tại London (Anh) hiện sở hữu hơn 50 cửa hàng trên khắp thế giới. Vai trò của nhà Graff đã được Chính phủ Anh ghi nhận trong việc góp phần quan trọng nâng cao vị thế của kim cương trong ngành trang sức đá quý. Khách hàng của nhà Graff là những thương gia giàu có, những người nổi tiếng trên toàn thế giới, trong đó có người dẫn chương trình truyền hình Oprah Winfrey, tỷ phú - Tổng thống Mỹ Donald Trump và minh tinh màn bạc Elizabeth Taylor. Được Nữ hoàng Anh Elizabeth II trao tặng Huân chương Hoàng gia (OBE) vào năm 2013, vinh dự chỉ xếp sau tước danh Hiệp sĩ, Laurence Graff đóng một vai trò then chốt trong việc định hình ngành công nghiệp trang sức của Vương quốc Anh.

Không đơn thuần là một chiếc đồng hồ, Graff Hallucination là một kiệt tác điêu khắc, một kỷ niệm đẹp về phép lạ của những viên kim cương màu.





PANTHÈRE DE CARTIER:

*Cho người phụ nữ
quyển rũ & khác biệt*

PANTHÈRE DE CARTIER - CHIẾC ĐỒNG HỒ
QUYỂN RŨ GẮN LIỀN VỚI HÌNH ẢNH MỘT
NGƯỜI PHỤ NỮ SANG TRỌNG, HIỆN ĐẠI VÀ
LUÔN LUÔN BIẾT CHÍNH XÁC NHỮNG ĐIỀU
MÌNH MUỐN.



Với thiết kế nhỏ nhắn, quý phái, chiếc đồng hồ Panthère de Cartier đã trở thành biểu tượng thời trang từ những năm 80 của thế kỷ trước. Được yêu chuộng rộng rãi bởi phái đẹp khắp nơi trên thế giới, Panthère de Cartier là một trong những sáng tạo nghệ thuật bất hủ của ngành đồng hồ và nữ trang.

Chiếc đồng hồ như một viên đá quý trượt trên da trong ánh hào quang rực rỡ, tựa như chiếc vòng đeo tay với từng mối nối liên kết với nhau một cách tinh tế, nhẹ nhàng. Từng mảnh kết hợp với nhau tạo nên một sự pha trộn phù hợp và tuyệt hảo nhất, đồng hồ Panthère de Cartier chưa bao giờ thất bại trong việc sáng tạo từ những gì đã có.



Với sự xuất hiện trở lại so với phiên bản gốc Panthère de Cartier, Panthère de Cartier phiên bản mới trở nên quyến rũ hơn bao giờ hết. Nó tái hiện hình ảnh của người phụ nữ hiện đại ngày nay: cô có “hương vị” không thể lẫn vào đâu được và biết chính xác những gì cô muốn.

BST Panthère de Cartier mới với những mẫu có kích thước trung bình hoặc nhỏ, màu vàng hồng hoặc vàng, bề mặt được nạm kim cương hoặc khám sơn mài đen thực sự là biểu tượng cho người phụ nữ đầy chủ động, quyến rũ và luôn khác biệt.



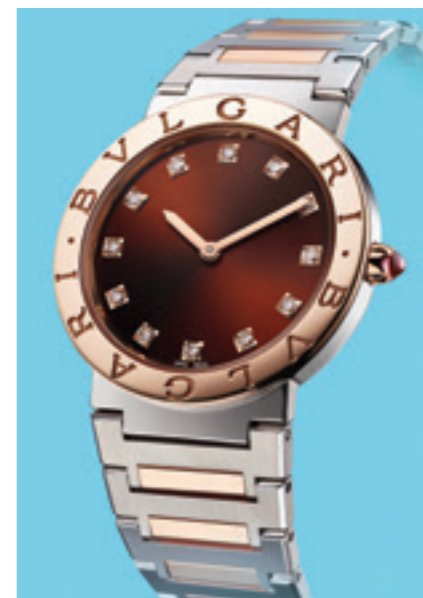
BVLGARI
BVLGARI mới 2018:
BST mang tính
BIỂU
TƯỢNG

DÒNG ĐỒNG HỒ BVLGARI BVLGARI DÀNH CHO CẢ NAM VÀ NỮ ĐÃ LIÊN TỤC ĐƯỢC TÁI SINH TRONG HƠN 4 THẬP KỶ. PHIÊN BẢN 2018 LÀ MỘT CHẾ TÁC SÁNG TẠO ĐỘT PHÁ TRONG VIỆC HOÁN ĐỔI DÂY ĐỒNG HỒ Ở PHIÊN BẢN DÀNH CHO NAM, HAY MÒNG HƠN, THANH LỊCH HƠN Ở PHIÊN BẢN DÀNH CHO NỮ, TẠO NÊN SỨC QUỲN RŨ HƠN BAO GIỜ HẾT CHO MỘT BỘ SƯU TẬP MANG TÍNH BIỂU TƯỢNG TRONG SUỐT THỜI GIAN QUA.

Nếu như trong phiên bản đầu tiên được giới thiệu vào năm 1975, Bvlgari Bvlgari đem đến dòng sản phẩm với thiết kế không mang logo thương hiệu trên mặt đồng hồ thì phiên bản 2018 được ra mắt lần này sẽ là một sự sáng tạo đột phá trong công nghệ chế tác đồng hồ, đó chính là kỹ thuật hoán đổi dây đeo từ dây kim loại thành dây da và ngược lại. Bên cạnh đó, với thiết kế mỏng hơn, hiện đại hơn, mẫu đồng hồ Bvlgari Bvlgari dành cho nữ giới thực sự là một thiết kế tinh tế và đẳng cấp.

Bắt nguồn từ ý tưởng tạo ra 100 chiếc đồng hồ độc quyền nhằm tri ân những khách hàng đặc biệt của Bvlgari, bộ sưu tập Bvlgari Bvlgari đã làm hài lòng giới yêu thích đồng hồ trên toàn thế giới. Lối thiết kế logo Bvlgari khảm trên vành bề mặt đồng hồ được lấy cảm hứng từ những đồng tiền thời đại hoàng đế La Mã.

Mẫu đồng hồ Bvlgari Bvlgari được biết đến với tên viết tắt B.B. Trải qua bốn thập kỷ với nhiều thiết kế khác nhau nhưng Bvlgari Bvlgari vẫn đáp ứng sự kỳ vọng của giới mộ điệu theo từng thời đại, vẫn tỏa sáng "cốt cách" vốn có của nó, đó chính là sự kết hợp giữa cổ điển và hiện đại, táo bạo và sang trọng.



MUA ĐỒNG HỒ CƠ, nên quan tâm những vấn đề gì?

BÀI: LÔI PHONG

MUA MỘT CHIẾC ĐỒNG HỒ, THOẠT NGHE CÓ VẼ QUÁ DỄ DÀNG. ĐEO LÊN TAY, THẤY VỪA VẬN, NHÌN THIẾT KẾ ĐẸP, ỨNG MẮT, THẤY KIM GIẤY CHẠY RO RO KHÔNG SAI LỆCH, CÓ XÁC NHẬN CHÍNH HÃNG, VẬY LÀ YÊN TÂM TRẢ TIỀN. NHƯNG VỚI ĐỒNG HỒ XA XỈ, CÂU CHUYỆN KHÔNG ĐƠN GIẢN CHỨT NÀO. THẬM CHÍ CÓ NGƯỜI CÒN VÍ VON "PHỨC TẠP CHÀ KÉM MUA SIÊU XE"...

Điều quan trọng đầu tiên cần nhớ, là đừng vội vã mua ngay một chiếc đồng hồ đắt tiền chỉ vì "trót" thích nó khi nhìn thấy trên báo chí hay trên tay ai đó. Hãy cố gắng tìm hiểu kỹ lưỡng và thật may mắn, internet bây giờ đã quá phổ biến, lại còn không tính phí. Được nhìn tận mắt, đeo thử vào tay là tốt nhất, nhưng cũng phải biết cả thông tin về "nội thất" của nó nữa. Nếu không rất có thể ta đã trả tiền oan cho một chiếc vòng tay xa xỉ.

Dĩ nhiên, đồng hồ chủ yếu dùng để xem giờ nhưng rất nhiều mẫu trên thị trường - đặc biệt là đồng hồ xa xỉ - còn kèm thêm nhiều tính năng khác. Cho nên, nếu không dùng đến thì cũng không nhất thiết phải mua đồng hồ đa năng, còn nếu vẫn quyết định mua,

sao không thử tìm hiểu xem thế nào. Ví dụ bộ máy chronograph (có chức năng bấm giờ) rất phổ biến hiện nay nhưng hầu như không được sử dụng và theo thống kê, có ít nhất 50% người đeo đồng hồ chronograph hoàn toàn không biết chronograph là gì.

Và khi tiếp xúc với người bán (trực tiếp hoặc qua mạng), nếu người đó chỉ nói chung chung đó là một chiếc "đồng hồ cơ khí" thì đừng nên kỳ vọng nhiều, nhưng nếu anh ta có thể nói rõ ràng nó có bộ máy calibre số hiệu bao nhiêu, được chế tác như thế nào, bao nhiêu chân kính, xuất xưởng vào quãng thời gian nào, có đặc điểm gì đặc biệt so với các đối thủ ngang giá... thì khả năng cao bạn sẽ mua được một sản phẩm như ý với độ tin cậy cao.

Đến lúc này thì việc hiểu rõ các thuật ngữ về đồng hồ đeo tay chắc chắn sẽ giúp ích rất nhiều, nhất là trong việc đặt những câu hỏi hợp lý cho người bán. Dưới đây là một số thuật ngữ vào dạng cơ bản nhất, được sử dụng nhiều nhất hiện nay.

Bezel: cũng có thể gọi là vòng bezel, là vòng kẹp bao quanh mặt số, gắn liền với thân vỏ, ban đầu có

chức năng cố định mặt kính, về sau được in thêm nhiều thông số để đo hướng, vận tốc... Vòng bezel trên đồng hồ lặn có thể xoay được bằng tay để đánh dấu thời gian nổi lên mặt nước.

Chronograph: đồng hồ này có hai hệ thống thời gian độc lập, một báo thời gian trong ngày bình thường, một dùng để đo quãng thời gian ngắn như một cuộc thi chạy, thi bơi. Thậm chí có những chiếc đồng hồ còn sở hữu đến hai cơ chế chronograph khác nhau.

Chronometer: đồng hồ đã qua một loạt các bài kiểm tra thẩm định độ chính xác do Viện kiểm tra Chronometer chính thức (COSC - Contrôle Officiel Suisse des Chronomètres) của Thụy Sĩ đưa ra. Đồng hồ Chronometer phải được khắc số không lặp lại trên bộ máy và chứng nhận này phải được bán kèm theo đồng hồ.

Complication: đa chức năng, nghĩa là có thêm nhiều tác dụng khác ngoài xem giờ, ví dụ như bấm giờ, điểm chuông, hiển thị giây độc lập, hiển thị lịch tuần trăng, lịch vạn niên. Đồng hồ mà có tất cả các



Chronograph là chức năng cực kỳ phổ biến trên đồng hồ nam hiện nay

chức năng này được gọi là Grand Complication, thường được xếp vào loại siêu đắt.

Jewel: tiếng Việt thường gọi là chân kính (hoặc hạt chân kính), là phần đệm để giảm ma sát sinh ra từ các chuyển động bên trong bộ máy. Một chiếc đồng hồ cơ có tối thiểu 17 chân kính, càng nhiều thì hoạt động càng trơn tru. Đồng hồ xa xỉ dùng đá quý như hồng ngọc, ngọc bích, thạch lục làm chân kính, bình dân thì dùng các vật liệu tổng hợp để tiết kiệm chi phí.

Lux: thường được gọi là còng - phần gắn liền với thân vỏ để luồn dây đeo.

Power Reserve: thường được gọi là thời gian tích/trữ cốt, cho biết đồng hồ sẽ hoạt động trong bao lâu khi nó được lên dây hết cỡ. Mức phổ biến nhất hiện nay là 38 - 40 giờ.

Skeleton case: Vỏ được thiết kế để nhìn thấy máy móc, có thể là loại mặt mở hoặc nắp lưng bằng tinh thể trong suốt. Thiết kế này làm nổi bật những chi tiết phức tạp trong máy của đồng hồ

Tachymeter: cơ chế được sử dụng để đo tốc độ di chuyển trên một quãng đường. Kết quả tính toán của cơ chế này được đánh dấu trên vòng bezel.

Water resistance: Thuật ngữ chỉ khả năng chịu nước, ngăn độ ẩm thâm nhập vào trong vỏ và làm hỏng máy. Khả năng chịu nước được kiểm tra theo đơn vị áp suất ATM. Mỗi ATM biểu thị áp lực 10 m nước tĩnh. Nhiều đồng hồ sử dụng thuật ngữ "water-resistant" mà không bổ sung thêm thông tin, có thể hiểu là khả năng chịu nước ở 1 ATM, chỉ chịu được nước ở mức nhỏ và không nên để ngập nước.

World time dial: Âm chỉ một vòng bezel hoặc trên mép ngoài của mặt số, cho phép người xem biết thời gian cụ thể trên nhiều múi giờ. Mỗi múi giờ liệt kê một thành phố chính.



Hãy tới các cửa hàng chính hãng để tránh gặp phải những rắc rối không đáng có



Chuyên mục
VĂN HOÁ



Ảnh: Lê Bích

Bạch Mai: Người bạn mùa Đông báo Xuân sang

✦ BÀI: LINH NGA

HOA MAI TRẮNG CẢNH MONG MANH, HƯƠNG DỊU NHỆ, THÂN ĐEN BÓNG, CÀNH GẦY GUỘC NHƯNG CÓ SỨC SỐNG MÃNH LIỆT. TRONG TIẾT TRỜI GIÁ BUỐT, KHI MUÔN LOÀI HOA CÒN ĐANG NGỦ VÌU THÌ NHỮNG NỤ MAI NON ĐÁ TỪ TỪ THỨC GIÁC ĐỂ RỒI BỪNG NỞ ĐẦY SỨC SỐNG ĐÓN XUÂN SANG.

Cũng vì thế, mai được xếp vào nhóm “Tuế hàn tam hữu” – ba người bạn của mùa Đông, bao gồm tùng, trúc, mai. Mai cũng luôn hiện diện trong hai bộ tranh tứ quý phổ biến nhất là “mai, lan, cúc, trúc” hoặc “tùng, cúc, trúc, mai”. Thập đại danh hoa lấy mai đứng đầu, theo sau là thủy tiên, ngọc lan, đỗ quyên, sơn trà, hồng, sen, cúc, quế, mẫu đơn. Mai tượng trưng cho khí tiết của người quân tử, thuần khiết, thanh cao, vươn mình lên khoe sắc giữa nghịch cảnh nhưng lại không quá phô trương. Cao Bá Quát đã viết câu thơ để đời: “Nhất sinh mê thú bái mai hoa”, nghĩa là một đời chỉ biết cúi lạy hoa mai, để nói rõ lý tưởng và phẩm cách của mình.

Mai trắng đẹp nhất lúc hàm tiếu. Khi đó, trên cây có vài nụ bắt đầu đơm bông trắng, vài nụ hé hé phớt hồng, lộc non mơn mớn phía sau. Màu lá xanh non, màu hoa thanh khiết, đặt trên cái đôn gỗ, dưới lót lụa màu, thêm thau nước dưới tán để cánh hoa rụng xuống, rồi cùng thân hữu ung dung nhấp chén trà mạn thưởng thức cảnh sắc tuyệt vời này, thật không còn gì bằng.

Vài năm trở lại đây, giới sành chơi ở Hà Nội bắt đầu quay lại với sở thích bày một chậu mai thế nhỏ trên bàn trà trong ngày Tết. Mai trắng miền Bắc gọi là chi mai, cùng họ với đào, mơ, mận. Cái độc đáo của loài hoa này là nụ màu hồng nhưng khi nở lại

ra hoa trắng, trước khi tàn lại điểm chút phớt hồng. Chơi mai cũng như mọi thú chơi khác, đều đòi hỏi thật nhiều công phu. Mai đẹp ở dáng mảnh khảnh nên người chăm cũng không được để cây tốt lá, tốt cành. Thường chơi Tết xong, mai lại được chăm cho đến tháng Bảy âm lịch, qua tháng Tám bắt đầu cắt tỉa, trước Tết phải tuốt lá để ra hoa. Trước đó, trong mùa Hè phải bắt sâu để thân không bị cháy nhựa. Muốn có dáng đẹp có khi tốn đến cả năm giờ để uốn thế.



Mai quý là cây có thân gầy, cành thưa, hoa to, dáng phóng khoáng. Cũng như hầu hết các loại cây cảnh khác, mai được quy về bốn dáng chính: dáng trực là mọc vươn lên, mang cốt cách của người anh hùng hiên ngang, cứng cỏi; dáng siêu là mọc xiên qua một bên, mang vẻ ẩn nhẫn của mặc khách còn day dứt nợ đời; dáng huyền là mọc đổ xuống, có nét mềm mại của người con gái thẹn thùng; dáng hoành là mọc ngang mặt chậu, thể hiện ý chí và

ngệ lực ngoan cường, vượt khỏi nghịch cảnh. Về thể thì được coi trọng nhất vẫn là thẳng long, long giáng, thác đổ, phụ tử, mẫu tử, song thụ (hai cây to đứng song song), lão mai – tiểu đồng (cây to trước, cây bé sau)...

Có những người cầu kỳ hơn, không chỉ thưởng mai trong chậu mà còn học cả cách trồng mai trong vườn. Theo các “cao thủ” giàu kinh nghiệm, tất cả yếu lĩnh được gói gọn trong ba chữ tâm. Đầu tiên là thanh tâm, nghĩa là lúc chăm mai lòng phải thanh thản, nhẹ nhõm. Thứ hai là tĩnh tâm – đừng vội nghĩ trồng xong cây mai mình sẽ thu được cái gì. Cuối cùng là chú tâm: không chu đáo, tỉ mỉ tới mức cầu kỳ thì khó có được cây mai đẹp như ý.

Trồng mai vừa dễ mà lại vừa khó. Dễ vì dù thời tiết có khắc nghiệt ra sao cây mai vẫn tồn tại, vẫn bền bỉ vươn lên. Khó vì mai không ăn “bẩn”, nếu nước tưới không sạch, chăm không đúng cách, cây rất dễ chết tay, chết tán. Mai ưa nước nhưng quá một chút lại rất dễ bị úng, vì thế, không được để đất sũng nước nhưng cũng không được để cây khô. Một cây mai trắng từ thời điểm trồng xuống đất cho đến khi chơi được cũng mất ngót nghét hai năm trời.

Màu lá xanh non, màu hoa thanh khiết, đặt trên cái đôn gỗ, dưới lót lụa màu, thêm thau nước dưới tán để cánh hoa rụng xuống, rồi cùng thân hữu ung dung nhấp chén trà mạn thưởng thức cảnh sắc tuyệt vời này, thật không còn gì bằng.



Già nhìn thế mai đoán thời cuộc, trẻ trông hoa thấy lộc để mừng những niềm vui nhen nhóm lúc đầu xuân.

chưa hết ngỡ ngàng mà mùi thanh khiết dịu nhẹ đã băng lạnh như lời chúc tân niên bình an, tĩnh tại. Đường như cũng chỉ trong những khoảnh khắc thiêng liêng đó lòng người mới đạt đến tâm cảnh an nhiên, già nhìn thế mai đoán thời cuộc, trẻ trông hoa thấy lộc để mừng những niềm vui nhen nhóm lúc đầu Xuân. Bên ấm trà sen hãm đúng độ, chợt nhận ra những cánh mai không nở xòe như hoa trà, hoa cúc mà khum khum như cánh sen giữa Hạ mới đúng là mai quý.

Một cây mai mãn khai đặt trên bàn trà cũng phải chơi được quá độ Nguyên Tiêu. Khi những chồi lá đã lên xanh non như mầm giá cũng là lúc mai được đưa ra vườn đón nắng. Người chơi mai chẳng ai nỡ vứt đi cây mai đã bày trong dịp Tết, họ mang ra vườn chăm bón để sau một năm lại có thứ bầu bạn. Cứ như thế, một cây mai có khi hiện diện đến cả mấy mươi mùa Xuân trong một đời người, đúng với nghĩa của hai từ “tri kỷ”...



Ảnh: Lê Bích

Khi mai đã được chuyển vào trong chậu, người chơi phải thường xuyên kiểm tra độ ẩm của đất. Nên đặt cây ở chỗ nhiều nắng gió, hoa sẽ to và dày. Nếu chăm hơi quá tay, cây quá xanh tốt thì hoa lại nhỏ và thưa. Năm nào lạnh quá, gần Tết nụ mai mới nhú thì phải thấp đèn sưởi đốt “sưởi cây”, đồng thời tưới nước ấm, ủ bã chè vào gốc, đến sáng phải cho ra ngoài trời. Cứ thế, quãng ngày ông Công ông Táo về trời, hoa bung vỏ lụa thì đến Tết Nguyên Đán sẽ nở đẹp. Mai trắng hiện nay ở Hà Nội không hề rẻ, những gốc độ 8 – 10 năm tuổi giá khoảng 22 – 25 triệu đồng, nếu thuê chơi Tết cũng phải bỏ ra ít nhất nửa tiền.

Một tay chơi lão luyện cho biết, “mai trắng đẹp, quý ở bộ rễ, thân, cành. Nở điểm vài bông hoa là đủ để sáng bừng cả không gian. Thời tiết mưa phùn gió bắc là hợp với loại cây này nhất. Khi đó bông vừa to vừa trắng, lâu tàn mà lại thoảng hương dịu ngọt. Năm nào mà Tết trời nóng thì hơi tiếc vì hoa sẽ bị nở ép, thiếu đi vẻ sống động khỏe khoắn”.

Chơi hoa phải hiểu được cái ý của hoa, làm bạn

với bạch mai lại càng cần sự tinh tế cao độ. Từ việc chọn hoa cho tới tìm chậu, soạn sửa chỗ để bày. Người trồng có tâm không những phải chăm mai cho đẹp ở vườn mà còn phải đánh gốc, cho vào chậu đúng cách thì mai mới bền.

Tự bản thân cây mai đã là một khối tương phản: cây nhỏ mà gốc, rễ lại to, cành cứng cáp, thân khô sần, xù xì mà lộc lại xanh mướt, hoa có thể đơn (5 cánh) hoặc kép (10 – 12 cánh, xếp thành nhiều lớp) nhưng đều có màu hồng tía khi còn là nụ, đến lúc nở thành hoa lại mang màu trắng muốt. Ngắm mai phải ngắm cái thế của cây, cái dáng của cành, để thấy được những đường nét xù xì gãy góc như những nét chấm phá đậm nhạt trên bức tranh thủy mặc. Với những người yêu mai, kính mai thì mai là thơ là họa, là văn chương, là triết học.

Từ thuở xa xưa, các bậc chính nhân quân tử đã chọn mai là tri kỷ, người chơi mai thời nay cũng vậy. Thử tưởng tượng, đêm giao thừa khói hương vấn vít, trên cành gầy guộc trể nải sà xuống bàn trà đã he hé dăm nụ mai khô. Những bông nở sớm còn

Theo các nhà nghiên cứu, mai có đến hơn 250 loại khác nhau. Hầu hết đều nở hoa 5 cánh, nhưng cũng có những loài nở hoa cả trăm cánh, độc đáo vô cùng. Mai cũng được chia đẳng cấp, thứ bậc rõ ràng, bao gồm:

- ✳ Khánh khẩu mai: thường mọc ở vùng núi cao.
- ✳ Hà hoa mai: cánh hoa giống cánh sen, ôm tròn lấy nụ.
- ✳ Đàn hương mai: có hương lan tỏa rộng và thường nở trước các loài mai khác.
- ✳ Ban khẩu mai: cành cong cong, đóa hoa hơi rũ xuống, khi nở cánh không xòe rộng.
- ✳ Cầu đặng mai: hoa nhỏ li ti, ít mùi thơm.



ĐÊM NHẠC PHÚ QUANG TRONG MIỀN KÝ ỨC

🕒 20h00 ngày 26, 27/12/2018

📍 Nhà hát Lớn Hà Nội, 1 Tràng Tiền, Phan Chu Trinh, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Đêm nhạc Trong miền ký ức là nơi để những hoài niệm của nhạc sĩ Phú Quang tự do tìm về những góc ngách sâu thẳm nhất của tâm hồn, nơi chứa đựng tất cả giấc mơ, tất cả hoài niệm của nhạc sĩ về mảnh đất Hà Nội thân yêu. Là những hình ảnh rất đời thường: một con đường bụi đỏ, một nóc nhà thờ đầy gió, những chuyến xe đông, một triển sông với cơn gió mùa se sắt...

Với sự tham gia của các nghệ sĩ: Thu Phương, Thanh Lam, Tấn Minh, Đức Tuấn, Minh Chuyên, Lê Anh Dũng, Minh Thu; Saxophone Trần Mạnh Tuấn; Violon Bùi Công Duy; Piano Trính Hương; MC NSND. Lê Khanh; Chỉ đạo nghệ thuật: NS. Phú Quang.

Liên hệ mua vé: 0918.425.533

LỄ HỘI ĐẾM NGƯỢC CHÀO NĂM MỚI HOÀNH TRÁNG NHẤT VINH MARINA, SINGAPORE

🕒 31/12/2018

📍 Vinh Marina, Singapore

Vinh Marina từ lâu đã trở thành tâm điểm của những cuộc vui thâu đêm trong mỗi dịp chào đón năm mới tại Singapore. Năm nay, Vinh Marina tiếp tục thu hút du khách với khu lễ hội chìm ngập trong ánh sáng và những trải nghiệm sôi động nhất. Khi đồng hồ điểm 12 giờ đêm, những người có mặt ở lễ đếm ngược sẽ được thưởng thức màn pháo hoa ngoạn mục trải dài theo đường chân trời của Vinh Marina. Một trong những điểm đặc biệt của lễ hội năm nay chính là hoạt động trên trang điện tử của chương trình, nơi đón nhận những thông điệp và lời chúc năm mới gửi đến gia đình và bạn bè của du khách bốn phương. Vào thời khắc giao thừa, những lời chúc ý nghĩa sẽ được trình chiếu tại Khách sạn The Fullerton Singapore và Tượng Sư tử biển Merlion cùng vô vàn hiệu ứng ánh sáng đa sắc rực rỡ.



HANOI CITY TRAIL 2019: MỠI BƯỚC SẴN - MỘT TƯƠNG LAI

🕒 1/1/2019

📍 Hà Nội

Đây là giải chạy trail (chạy địa hình, chạy đường mòn) lần đầu tiên được tổ chức dọc theo hữu ngạn sông Hồng - một trong những địa điểm lý tưởng để chạy trail tại Hà Nội. Nhất cự ly, nhì... vẻ đẹp. Cả hai lợi thế này Hanoi City Trail đều có. Bên cạnh đó, vẻ đẹp tiềm ẩn của đường chạy trail dọc sông Hồng chắc chắn sẽ khiến các VĐV phải ngỡ ngàng, nhất là ở thời điểm Hà Nội bước vào mùa Đông-Xuân. Không có gì ý nghĩa hơn việc chào đón năm mới bằng những sải bước chân chạy bộ khỏe khoắn cùng tinh thần tràn đầy năng lượng. Ý nghĩa hơn thế, giải chạy Hanoi City Trail 2019 tiên phong trong việc lan tỏa và nâng cao nhận thức bảo vệ môi trường thông qua việc trồng cây. Theo đó, với mỗi người đăng ký tham gia, BTC sẽ trồng một cây xanh cho cộng đồng.



ĐÊM VIỆT NAM 7 - CHUYỆN CỦA MÙA ĐÔNG

🕒 17/1/2019

📍 Trung tâm Hội nghị Quốc gia

Không gian trữ tình, sâu lắng và mộc mạc của “Đêm Việt Nam 7: Chuyện của mùa Đông” sẽ “lấy lòng” người nghe, đưa họ lạc vào một không gian đầy ngọt ngào của tình yêu. Đêm nhạc quy tụ 4 giọng ca nam là danh ca Tuấn Ngọc, ca sĩ Quang Dũng, “ông hoàng nhạc đỏ” Trọng Tấn, và divo Tùng Dương; 4 giọng ca nữ là diva Hồng Nhung, các ca sĩ Thu Phương, Ngọc Anh 3A, Thu Minh. Giám đốc âm nhạc: Nhạc sĩ Anh Quân. Lần đầu tiên góp mặt vào “Đêm Việt Nam”, Trọng Tấn và Tùng Dương được xem là hai nhân tố nhiều bất ngờ. Khán giả sẽ hiếm hoi được thấy một chân dung khác của “chàng quái” Tùng Dương mong manh và khắc khoải hơn bên cạnh sự đậm đượm của “ông hoàng nhạc đỏ” Trọng Tấn.

Dẫn chương trình: NSUT Xuân Bắc và Đinh Tiến Dũng.

TẬN HƯỞNG TẾT TRÊN DU THUYỀN 5 SAO

🕒 2/2/2019

Du thuyền 5 sao Voyager of the Seas của tập đoàn Royal Caribbean được trang bị đầy đủ các dịch vụ và tiện ích hiện đại. Du thuyền cao 15 tầng với sức chứa hơn 3.000 khách và hơn 1.000 nhân viên phục vụ đảm bảo đáp ứng mọi nhu cầu của du khách trong suốt hải trình. Sự cách tân của các con tàu thuộc dòng Voyager đã tạo thêm không gian cho du khách như diện tích các phòng nghỉ được mở rộng, thực đơn đa dạng và trang thiết bị hiện đại phục vụ cho các hoạt động giải trí trên tàu. Quý khách hoàn toàn có thể tận hưởng những đêm nhạc hội hoành tráng được dàn dựng công phu, vui chơi thỏa thích tại công viên nước và khám phá khu trượt băng nghệ thuật, khu tắm nắng ngoài trời hay leo núi giữa lòng đại dương và nhiều hoạt động khác.

Hải trình: Từ ngày 2 – 6/2/2019

Giá: Trọn gói: 29.900.000VND; Free & Easy: 25.900.000 VND; Cruise Only: 18.900.000 VND



HÃNG GIÀY NAM JOHN LOBB CHÍNH THỨC VÀO VIỆT NAM

Ngày 1/12 vừa qua, hãng giày nam John Lobb trực thuộc tập đoàn thời trang cao cấp Hermès vừa có buổi ra mắt thương hiệu tại Việt Nam, đồng thời khai trương dịch vụ đóng giày theo yêu cầu – By Request – tại Miluxe Boutique, Hà Nội.

Ra mắt tại Anh lần đầu năm 1866, đến năm 1899, John Lobb sang Pháp và tới năm 1927, thương hiệu này chính thức đầu quân cho Hermès. Ngày nay, ngoài dịch vụ đóng giày độc bản chỉ được phục vụ riêng tại cửa hiệu Paris và London, John Lobb còn giới thiệu dịch vụ By Request và Ready-to-Wear. Những đôi giày Ready-to-Wear với chất lượng đỉnh cao do các nghệ nhân làm thủ công tại Northampton, một trong những xưởng giày lâu đời nhất Anh quốc. Còn dịch vụ By Request được giới thiệu và thực hiện tại các cửa hiệu của John Lobb khắp thế giới cho phép khách hàng thoải mái lựa chọn



phong cách và đưa ra các yêu cầu cá nhân. Toàn bộ giày được nghệ nhân đóng tại xưởng Northampton và dập ký hiệu tên của khách hàng trên đó.

ĐÀ NẴNG: “ĐẾM NGƯỢC CHÀO NĂM MỚI 2019”

🕒 31/12/2018

📍 Quảng trường 29 tháng 3, đường 2 tháng 9.

Với nhiều hoạt động nghệ thuật hấp dẫn dự kiến thu hút hàng ngàn khách du lịch.

HỘI CHỢ HÀNG TIÊU DÙNG THƯƠNG HIỆU NHẬT BẢN 2019

🕒 18 – 21/1/2019

📍 Trung tâm Triển lãm Quốc tế Hà Nội (ICE), 91 Trần Hưng Đạo, Hà Nội

Trung bày, triển lãm các mặt hàng tiêu dùng đến từ Nhật Bản.

TOUR DIỄN ROCK

🕒 Tháng 3/2019

Những gương mặt xuất sắc được lựa chọn trong cuộc thi “Bức Tường cover” sẽ có tour diễn rock và vở nhạc kịch rock đầu tiên tại Việt Nam vào tháng 3/2019. Tour rock diễn ra tại 3 miền Bắc - Trung - Nam.

TRIỂN LÃM QUỐC TẾ VIET-BUILD HÀ NỘI 2019 - LẦN 1

🕒 28/03 - 01/04/2019

📍 Cung Triển lãm Xây dựng Quốc gia - 01 Đố Đức Dục, Nam Từ Liêm, Hà Nội

Quy mô: 1.700 gian về vật liệu xây dựng, nội thất, bất động sản. Sau đó, triển lãm sẽ tiếp tục được tổ chức tại Đà Nẵng vào tháng 4/2019, tại TP. Hồ Chí Minh vào tháng 6 và tháng 8/2019 tại Cần Thơ

THỤY SĨ

ơi THỜI GIAN ngừng lại

♥ BÀI: NICK M

KHÔNG CHỈ NỔI TIẾNG VỚI ĐỒNG HỒ, NGÂN HÀNG, CHOCOLATE HAY CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP ĐEM LẠI NỀN KINH TẾ ỔN ĐỊNH, ĐẤT NƯỚC NẴM TRONG TOP 5 QUỐC GIA HẠNH PHÚC NHẤT THẾ GIỚI CÒN LÀ NƠI MÀ KHI ĐẶT CHÂN TỚI, BẠN SẼ GẦN NHƯ MẤT Ý NIỆM VỀ THỜI GIAN.

Tôi đã đi qua nhiều quốc gia, nhiều thành phố ở châu Âu. Có những nơi đô thị sầm uất, tấp nập khách du lịch qua lại, có chốn lại yên bình, cổ kính, hoang dã.

Nhưng trong số đó, Thụy Sĩ là một nơi đặc biệt hơn cả. Đó là một xứ sở mà mỗi khi nhắc tới, hai từ khóa đầu tiên xuất hiện trong ý nghĩ của số đông là: “Đắt” và “An toàn”.

Thụy Sĩ đắt thật, vào quán ăn nhanh đến gói tương ớt, tương cà cũng phải mua tới gần một euro, hở ra một tí là tiền và chi phí ăn ở thì vô cùng đắt đỏ. Thụy Sĩ cũng là nơi an toàn thật, khi mà bạn để quên đồ trên phố khoảng một tiếng sau quay lại vẫn còn, xe đạp để ngoài đường không cần phải khóa. Nhưng Thụy Sĩ còn hơn thế nữa...



Bern là nơi đã hơn 800 tuổi và người dân nơi đây nổi tiếng với thuật ngữ: “Hãy để thời gian chậm lại”.

Bern - thành phố sống chậm nhất thế giới

Tôi đến Bern vào một ngày cuối Thu, đầu Đông khi thời tiết đã khá lạnh. Nhưng cái lạnh của thành phố này khá dễ chịu, làm tôi liên tưởng tới cái lạnh của những ngày Tết Hà Nội năm xưa. Ấn tượng đầu tiên của tôi khi đặt chân xuống thành phố này vào một buổi chiều đó chính là tiếng tàu điện leng keng. Tàu điện (Tram) là một trong những phương tiện di chuyển phổ biến nhất trong trung tâm thành phố. Nghe cái tiếng thân quen ấy, tôi như thấy được đi ngược thời gian, trở về những năm cuối thập niên 80s.

Sinh ra trong giai đoạn chuyển giao của thời kỳ bao cấp và thời đổi mới, những ký ức ngày bé của tôi không nhiều và khá mờ nhạt. Nhưng tiếng leng keng của chiếc tàu điện ngày xưa ở Hà Nội thì tôi vẫn còn nhớ rất rõ. Đứng giữa con đường nơi phố cổ Bern trong cái se lạnh đầu Đông, tôi lại nhớ về hình ảnh đoàn người cầm cành đào leo lên những đoàn tàu hai hoặc ba toa, sơn màu đỏ, trên nóc có cần sắt dài, hơi cong, ở đầu có cái ròng rọc để nối với đường dây dẫn điện móc phía trên song song

với đường tàu trong những ngày cuối năm giáp Tết khi còn thơ bé.

Bern là nơi đã hơn 800 tuổi và người dân nơi đây nổi tiếng với thuật ngữ: “Hãy để thời gian chậm lại”. Người Thụy Sĩ có thể nổi tiếng với những nhân hiệu đồng hồ được ưa chuộng nhất thế giới nhưng ngay trên chính thủ đô của họ, thời gian dường như ngừng lại. Được thành lập từ năm 1191 và đến nay dân số vẫn chỉ khoảng hơn 300.000 người, Bern mang một vẻ bình yên như nó vốn thế hàng trăm năm qua. Những con đường trải đầy hoa, những khu vườn xanh mướt như thể mùa Xuân chẳng hề đi qua, những đài phun nước chảy róc rách ngay giữa thành phố, tiếng chuông ngân nga trong những nhà thờ nhỏ, tháp đồng hồ, những mái ngói cổ kính nhấp nhô bên dòng sông hiền hòa...

Đứng giữa khung cảnh ấy, tôi có cảm giác như đang trở về thời vàng son của châu Âu. Chẳng ai có thể hối hả, chẳng ai muốn chạy đua với thời gian mà chỉ mong bức tranh đó mãi mãi không phai màu. Để chứng minh cho phong cách “sống chậm” của mình, người Thụy Sĩ thậm chí còn tạo nên một chuyến tàu hỏa hiện đại nhất thế giới, nhưng cũng



được kỷ lục Guinness công nhận là chậm nhất thế giới, với tuyến đường nối từ Lucerne tới Zermatt. Mục đích của việc chạy chậm là để du khách có thể ngắm nhìn cung đường đẹp nhất của dãy núi Alps huyền thoại.

Ở Bern có một vườn hồng mang tên Kirchenfeldbrucke – nơi có hơn 200 giống hoa hồng xuất xứ từ nhiều nơi trên thế giới đua nhau khoe sắc giữa khung cảnh tráng lệ dường như không có dấu vết của thời gian. Tại đây, bạn cũng có thể cảm nhận được khung cảnh Bern trên độ cao 300 mét khi nhìn toàn cảnh thành phố với những mái ngói đều tăm tắp bên dòng Aera, tháp thoáng xa xa là tháp chuông cao nhất Thụy Sĩ của nhà thờ Munster mang phong cách Gothic. Tôi đã dành toàn bộ thời gian ở Bern để lang thang vô định qua những con phố cổ và cảm nhận sự “sống chậm” của nơi đây.

Saas-Fee và một phần ba thế kỷ của “Last Christmas”

Chia tay Bern sau những ngày “sống chậm”, tôi bắt tàu lên Visp và đi tiếp xe bus đến Saas-Fee để ngắm thung lũng tuyết trắng. Đây là thị trấn nổi tiếng của Thụy Sĩ dành cho dân trượt tuyết và cũng là nơi nhóm nhạc Wham từng tới quay MV Giáng sinh kinh điển - Last Christmas - vào năm 1984. Từ đó đến nay đã là 35 năm.

Nơi đây yên tĩnh đến nỗi chỉ cần vài ba người khách du lịch vừa đi bộ, vừa kéo va li là đã đem tới sự ồn ào, xé toạc cái không gian tưởng như đang say ngủ. Saas-Fee chỉ có gần 2.000 người sinh sống và chủ yếu đều làm việc trong lĩnh vực du lịch, khách sạn. Ngọn núi Allalin quanh năm bao phủ tuyết trắng có độ cao 4.027 mét với khu tổ hợp trượt tuyết lớn nhất trong vùng. Để tới được đây, tôi đã được trải nghiệm gần 30 phút trên cáp treo cùng với tàu điện ngầm cao nhất thế giới, đi xuyên trong



Nơi đây yên tĩnh đến nỗi chỉ cần vài ba người khách du lịch vừa đi bộ, vừa kéo va li là đã đem tới sự ồn ào, xé toạc cái không gian tưởng như đang say ngủ.

lòng núi tuyết. Hệ thống cáp treo màu đỏ từng xuất hiện trong cảnh mở đầu và cảnh kết của MV Last Christmas vẫn còn nhưng ít được sử dụng hơn khi đã có một hệ thống cáp mới hiện đại hơn.

Lên tới đỉnh của Allalin, mọi thứ hiện ra trước mắt tôi là một màu trắng xóa của tuyết và xanh ngắt của bầu trời. Ngay trên đó có một nhà hàng xoay, được coi là cao nhất thế giới ở độ cao 3.500 mét và được nhiều tạp chí đưa vào danh sách những nhà hàng có tầm nhìn (view) đẹp nhất. Trong không gian ấm áp bên trong nhà hàng, tôi đã cùng những người bạn của mình thưởng thức món súp cà chua khoai tây bốc khói nghi ngút cùng một ly chocolate nóng, và nhìn ngắm toàn bộ khung cảnh của núi tuyết.

Sau khi ấm bụng, điểm đến tiếp theo trong hành trình của tôi là đường hầm nằm trong lòng ngọn núi Allalin. Nơi đây là một viện bảo tàng trưng bày các cổ vật của Saas-Fee. Tôi đã được chiêm ngưỡng những công trình nghệ thuật làm từ



Tác giả Nick.M và ngôi nhà quay MV Last Christmas

băng tuyết cũng như tìm hiểu về lịch sử của Allalin thông qua các hình ảnh sống động.

Từ trên cáp treo đi xuống, quang cảnh của thị trấn hiện lên đẹp rực rỡ như một xứ sở thần tiên. Những ngôi nhà gỗ đều được tô điểm bằng những chậu hoa xinh xắn. Trước cửa nhà, những chiếc xe đạp dựng bên những khóm hoa xinh xắn cùng dòng suối chảy róc rách đem tới một cảm giác bình yên đến lạ thường. Saas-Fee được coi là một “thị trấn không khói”. Từ năm 1951, chính quyền nơi đây đã cấm tất cả các loại xe cơ giới vào thị trấn để tránh ô nhiễm môi trường. Tất cả các phương tiện công



cộng tới Saas-Fee như xe bus, xe chở hàng đều được chạy bằng điện. Một người dân bản địa cho biết, ở đây, điện là thứ rẻ nhất nên khi đêm về, bạn sẽ thấy các nhà hàng, khách sạn hay cửa hàng ở Saas-Fee đều để đèn vàng sáng trưng dù bên trong không có cả chủ lẫn khách.

Để đến được ngôi nhà nơi quay MV “Last Christmas”, tôi đã đi cáp treo lên đỉnh núi Hannig ở độ cao 2.340 mét và hiking xuống chân núi để cảm nhận được vẻ đẹp thực sự của thiên nhiên Saas-Fee nói riêng và đất nước Thụy Sĩ nói chung. Con đường mòn đi xuống chân núi được bao quanh hai bên bởi khu rừng thông xanh ngắt và những bông hoa dại. Cũng từ con đường này, ngôi nhà của “Mùa Giáng sinh năm ấy” hiện ra trước mắt tôi với bao kỷ niệm. Sau 35 năm, nơi đây đã khác rất nhiều so với trong video năm xưa. Nhưng tôi vẫn nhận ra những ô cửa sổ quen thuộc khi George Michael cùng cả gia đình đón kỷ nghỉ Giáng sinh. Với tôi, “Last Christmas” gắn với những kỷ niệm ngày bé khi lần đầu tiên xem video của ca khúc này trên tivi. Lúc ấy, tôi đã mơ ước một ngày nào đó được tới ngôi nhà gỗ trên núi tuyết như nhóm Wham. Sau gần ấy năm, đứng trước ngôi nhà ấy, những giai điệu trong bài hát lại khiến tôi bồi hồi. Những ô cửa sổ ấy, hàng rào ấy hiện hữu ngay trước mắt như đưa tôi trở về quá khứ.

Châu Âu luôn là điểm đến yêu thích nhất của tôi. Mỗi thành phố, mỗi quốc gia ở lục địa này lại đem đến một cảm xúc, một nguồn cảm hứng khác nhau. Với tôi, Thụy Sĩ là cảm giác về thời gian vì ở đó, quá khứ và tương lai dường như cũng chính là thực tại.

Một đất nước trải qua bao thế kỷ nhưng mọi thứ vẫn khoác lên mình một lớp áo xanh, không phải màu xanh của rêu mà là màu xanh của mùa Xuân, của những chồi non và sức sống mãnh liệt.

Thấp sáng MÙA ĐÔNG BĂNG GIÁ



♥ BÀI: THÙY VÂN

MÙA XUÂN HOA ANH ĐÀO BỪNG NỞ VÀ MÙA THU ĐỎ THẮM CỦA XỨ PHÙ TANG VÓN YÊU KIỂU ĐẾN NỖI KHIẾN CHÚNG TA QUÊN MẮT RẰNG, VẪN CÒN ĐÓ MỘT NHẬT BẢN RẤT KHÁC VÀO MÙA ĐÔNG, ĐẸP THANH KHIẾT NHƯ BƯỚC RA TỪ CHUYỆN CỔ TÍCH...

Lạc vào miền cổ tích...

6:30 sáng, khi Tokyo “không ngủ” vẫn đầy năng lượng để hối hả đón chào ngày mới, chúng tôi lên xe rời bến Shinjuku huyền ảo để bắt đầu hành trình khám phá mùa Đông băng giá nước Nhật.

Qua cửa kính ô tô, những con đường thưa vắng xe cộ dần, quang cảnh đô thị lùi lại phía sau nhường chỗ cho thiên đường tuyết trắng lệt.

Điểm đến đầu tiên của chúng tôi là Takayama - thị trấn nhỏ nằm ở vùng núi Hida thuộc tỉnh Gifu, miền Trung Nhật Bản. Sau thành công rực rỡ của “bom tấn” hoạt hình Your Name với nhiều bối cảnh vùng Gifu,

lượng khách du lịch đổ đến Takayama tăng đột biến. Kỳ thực, thị trấn cổ yên bình này là điểm đến quen thuộc với các du khách yêu thích tìm hiểu văn hoá, lịch sử, bởi nhiều lễ hội dân gian, kiến trúc và phong tục vẫn được bảo tồn nguyên vẹn từ thế kỷ 18. Takayama còn là điểm trung chuyển trên tuyến tham quan hai ngôi làng cổ Shirakawa-go và Gokayama, di sản văn hoá thế giới được Unesco công nhận.

Câu nói quen thuộc “hạnh phúc nằm ở hành trình” thật đúng khi chúng tôi quên thời gian, thường lăm cung đường quanh co giữa những dãy núi trắng xoá, những rừng cây trụi lá được tuyết khoác lên tấm áo bông, và mấy hồ nước lấp lánh như ngọc xanh nổi bật trong cả khung cảnh bàng bạc. Tuy đây là một trong những vùng tuyết rơi nhiều nhất tại Nhật Bản với nhiệt độ mùa đông trung bình luôn dưới 0 độ C, nhưng điều này không ngăn hàng ngàn du khách như chúng tôi háo hức ghé thăm.

Giữa tiết trời lạnh giá, ánh sáng vàng ấm áp đồng loạt được thấp lên từ những căn nhà gỗ phủ đầy tuyết trắng khiến mỗi người may mắn đến đây chỉ có thể thốt lên: “Chắc chắn tôi đang ở miền cổ tích?”.

Điểm đến thu hút nhất vùng là Shirakawa-go, ngôi làng cổ độc đáo nhất xứ Phù Tang. Mặc cho những biến đổi về kinh tế và thiên tai, Shirakawa-go vẫn giữ nguyên hình dáng, kiến trúc từ 400 năm trước. Khoảng 114 ngôi nhà, trong đó có hơn 20 ngôi nhà cổ bằng gỗ như một bảo tàng sống ngoài trời đưa du khách về với không gian của những thế kỷ trước. Điểm đặc biệt của những căn nhà này là phần mái được lợp chắc chắn bằng nhiều lớp cỏ dày, hình dáng như đôi bàn tay chắp vào nhau khi cầu nguyện. Thiết kế này vừa mang ý nghĩa tôn giáo, vừa để chống chọi với những trận bão tuyết khắc nghiệt.

Mỗi mùa Đông, vào những ngày cuối tuần của tháng 1 và tháng 2, ngôi làng sẽ bừng lên huyền ảo trong lễ hội ánh sáng Shirakawago Winter Light Up. Mỗi đêm chỉ 500 du khách được phép leo lên khu vực quan sát trên núi để chiêm ngưỡng khung cảnh thần tiên này. Giữa tiết trời lạnh giá, ánh sáng vàng ấm áp đồng loạt được thấp lên từ những căn nhà gỗ phủ đầy

tuyết trắng khiến mỗi người may mắn đến đây chỉ có thể thốt lên: “Chắc chắn tôi đang ở miền cổ tích!”

Tan chảy ở Hokkaido

Rời Gifu, chúng tôi bay đến Hokkaido, nơi mùa Đông ghé chơi sớm nhất và ở lại lâu nhất trên xứ Phù Tang. Ngay từ sân bay Sapporo - thành phố thủ phủ tỉnh Hokkaido, lễ hội tuyết lớn nhất Nhật Bản đang được quảng bá rộng rãi đến du khách.

Được tổ chức lần đầu tiên vào năm 1950, đến nay, lễ hội tuyết Sapporo thu hút đông đảo các đội điêu khắc băng tuyết đến từ Nhật Bản và khắp nơi trên thế giới. Tại khu vực chính của lễ hội, hàng trăm bức tượng băng tuyết lớn nhỏ được trưng bày trải dài 1,5 km trong công viên Odori, nhiều tác phẩm mô phỏng các kiến trúc nổi tiếng như Khải Hoàn Môn (Pháp), Tử Cấm Thành (Trung Quốc)..., hay những hiện tượng văn hoá đại chúng như Doraemon, Stars War... Có tác phẩm thậm chí cao 15 mét, dài 25 mét, được chạm khắc vô cùng tỉ mỉ và sống động. Hơn thế, hàng triệu bóng đèn đủ sắc màu và công nghệ chiếu hình ảnh 3D hiện đại cũng được các nghệ sỹ công phu lắp đặt để mang tới cho công chúng hiệu ứng ánh sáng và trải nghiệm đặc biệt.





Sẽ là thiếu sót nếu đến Hokkaido mà không đắm mình thực sự trong xứ sở của “nữ hoàng băng giá” ở Niseko.

Những ngày lễ hội tuyết diễn ra, cả Sapporo bỗng trở nên sống động, vui tươi, đối lập hẳn với lớp tuyết nặng nề dày cả mét trên các mái nhà. Nhiều hoạt động vui chơi được tổ chức miễn phí cho người dân và du khách như: cùng nhau làm người tuyết, chơi cầu trượt, ném tuyết vào mục tiêu... Các em nhỏ là những người hào hứng nhất, chúng thoải mái lăn lê trên tuyết, cười tíu tít khoe những đôi má hồng lên vì lạnh.

Nhân dịp này, các cửa hàng còn giảm giá cho du khách, các khu trải nghiệm ẩm thực được dựng lên và nhiều buổi biểu diễn ca nhạc diễn ra khắp thành phố. Chúng tôi cứ nhẩn nha vừa tận hưởng không khí lễ hội, ngắm nghía các tác phẩm băng tuyết công phu, vừa đan hai tay vào ly đồ uống nóng và hít hà hương thơm của món ăn đang toả ấm giữa giá lạnh.

Cách Sapporo gần 40 km là Otaru, thành phố lãng mạn đậm chất hoài cổ ở phía Tây đảo Hokkaido. Khoảng nửa sau thế kỷ 19 đầu thế kỷ 20, Otaru từng được coi là trung tâm thương mại của hòn đảo lớn này. Hiện nay, những dãy nhà cổ kính bên kênh đào Otaru (chiều dài 1.140 mét, hoàn thành năm 1923) luôn là điểm thu hút những người yêu thích sự bình yên và hoài cổ.

Lễ hội ánh sáng tuyết thường niên của Otaru được tổ chức đồng thời với lễ hội tuyết Sapporo để du khách có thể tham gia cả hai. Nếu Sapporo gây ấn tượng bởi các tượng băng khổng lồ thì Otaru khiến trái tim du khách tan chảy bởi sự lãng mạn của khung cảnh hàng ngàn ngọn nến lung linh trong các tượng băng tuyết nhỏ xinh, con kênh chở đầy ánh sáng hoa đăng và những



chiếc đèn lồng lấp lánh. Khi tản bộ dọc theo bờ kênh, nơi những ngọn nến toả ánh sáng vàng nhạt, mờ ảo dưới lớp băng, tôi chẳng thể nghĩ gì khác ngoài chuyện bước chậm hơn, nhẹ hơn, như đi giữa một giấc mơ có thật.

Mỗi góc phố của Otaru đều như thế, ẩn chứa điều gì đó khiến ta ngạc nhiên và rồi bỗng nhưng nhớ ngay từ khi vẫn còn đang ở đó.

Sẽ là thiếu sót nếu đến Hokkaido mà không đắm mình thực sự trong xứ sở của “nữ hoàng băng giá” ở Niseko.

Bắt chuyến xe bus sớm từ Sapporo, sau vài giờ dán mắt ngắm núi non, cây cối lộng lẫy trong băng tuyết, chúng tôi đã đặt chân đến nơi được mệnh danh là “thiên đường tuyết bột” và là khu trượt

tuyết nổi tiếng nhất Nhật Bản. Quả thật, tuyết ở Niseko rất xốp, nhẹ, nhiều nơi sạch bong như chưa hề có dấu chân qua. Toàn bộ khu trượt tuyết được những dãy núi hùng vĩ bao quanh, trong đó có ngọn Yotei cao 1.898 mét.

Mấy ngày ở đây, mỗi sớm mai, tôi đều ngồi ngắm cả không gian bát ngát được bao bọc bởi những lớp tuyết trắng xốp tựa bông. Trên nền tuyết thơ mộng ấy, ngọn núi Yotei và tất cả mọi vật đều như nổi bật hơn.

Các hoạt động thể thao mùa Đông và giải trí ở Niseko rất phong phú. Nếu bạn quen thuộc với môn trượt tuyết, hãy tận hưởng các đường trượt hiện đại ở ba khu resort lớn nổi với nhau từ đỉnh núi và nối bằng xe bus ở trạm dưới chân cùng hệ thống dịch vụ hỗ trợ chuyên nghiệp. Trong khi đó, du khách đến từ miền nhiệt đới, đặc biệt nhóm khách gia đình hoàn toàn yên tâm nghỉ đông tại đây, bởi không hề thiếu những hoạt động dành cho họ. Chúng tôi đã vui vẻ tham gia các lớp học trượt tuyết, ngã lăn vui sướng trong các máng trượt từ dốc cao, thử cảm giác lắc lư trong xuồng cao su do xe máy kéo băng băng, sau đó đi bộ trong rừng tuyết đẹp ngỡ ngàng với hướng dẫn viên giàu kinh nghiệm.

Niseko còn là khu vực có nhiều suối khoáng nóng, vậy hãy sẵn sàng để tắm onsen kiểu Nhật khi nước trong hồ nóng 40 độ C, còn bên ngoài, bao quanh bạn



là cái lạnh dưới 0 độ C và tuyết trắng ngút tầm mắt. Khí hậu lạnh khiến Hokkaido trong lành đến nỗi, bạn sẽ muốn một lần thử tắm onsen dưới bầu trời đêm lấp lánh những vì sao.

Tôi đã từng dẫn đo rất nhiều khi nghĩ về đám quần áo nặng nề và hành lý chất đầy đồ chống rét. Tôi từng tưởng tượng mình lạnh cóng và có thể sẽ buồn chán vì sự u ám của mùa Đông. Chỉ cậu con trai 8 tuổi và ước mơ được nằm lăn trên tuyết của bé mới khiến tôi đủ quyết tâm lên đường.

Thế rồi, tôi đã biết đến sự quyến rũ mê hoặc của mùa Đông và thêm một lần nữa, phải lòng với tình yêu thiên nhiên của người Nhật.



- ❄ Từ cuối tháng 10 đến cuối tháng 2 năm sau, rất nhiều lễ hội mùa Đông được tổ chức trên khắp nước Nhật, tiêu biểu là: lễ hội ánh sáng Nabanano Sato (tỉnh Nagoya), lễ hội tuyết Sapporo, lễ hội ánh sáng tuyết Otaru (đảo Hokkaido), lễ hội thấp sáng làng Shirakawa-go (tỉnh Gifu). Cập nhật lịch lễ hội trên trang web: <https://www.japan-guide.com/event/>
- ❄ Cách giữ ấm: mua giày đi tuyết (không thấm nước, có gai chống trượt ở đế giày), mặc nhiều lớp quần áo (quần áo thun giữ nhiệt mặc sát cơ thể, áo phao cản gió, không thấm nước bên ngoài, khăn quàng, găng tay, mũ che sát tai).
- ❄ Phương tiện di chuyển giữa các tỉnh: tàu cao tốc Shinkansen, xe bus, máy bay. Nếu có nhiều thời gian, bạn nên đi xe bus để chiêm ngưỡng những cung đường tuyết đẹp và tiết kiệm chi phí. Website một số hãng xe bus du lịch phổ biến: <http://www.nouhibus.co.jp> và <http://willerexpress.com>.
- ❄ Nên lên lịch trình và đặt khách sạn sớm để chọn được vị trí đẹp gần các lễ hội.
- ❄ Các khu trượt tuyết đều có quầy cho khách thuê quần áo và vật dụng cần thiết để luyện tập.
- ❄ Nên sử dụng kem chống nắng thường xuyên để chống bỏng lạnh.

Premier Village **Phu Quoc Resort** *Tuyệt tác giữa hai mặt biển*

TỌA LẠC TRÊN TỔNG DIỆN TÍCH HƠN 73HA, PREMIER VILLAGE PHU QUOC RESORT ĐẲNG CẤP ĐƯỢC VÍ NHƯ MỘT TUYỆT TÁC KIẾN TRÚC 2 MẶT BIỂN DUY NHẤT TẠI VIỆT NAM, TỰA NHƯ MỘT THIÊN ĐƯỜNG NGHỈ DƯỠNG ĐƯỢC LẤY CẢM HỨNG TỪ MỘT MIỀN THIÊN NHIÊN NHIỆT ĐỚI TRÙ PHÚ, HOANG SƠ.

Thiên đường nghỉ dưỡng

Cách trung tâm thị trấn Dương Đông khoảng 25 km, cách sân bay quốc tế Phú Quốc 30 phút đi xe ô tô, cách TP. Hồ Chí Minh 50 phút bay và cách Hà Nội 2 giờ đồng hồ bay, Premier Village Phu Quoc sở hữu địa thế có một không hai của khu vực châu Á với bãi cát trắng mịn, các ghềnh đá, bãi đá hùng vĩ và những rạn san hô nhiệt đới đa sắc màu cùng triền đồi với tầm nhìn trải rộng và cánh rừng nguyên sinh hoang sơ thơ mộng. Tổ hợp nghỉ dưỡng Premier Village Phu Quoc được ví như tuyệt tác khi nằm giữa hai mặt biển, có vị trí hiếm có trên thế giới, là nơi duy nhất du khách có thể ngắm mặt trời mọc và lặn ở cùng một vị trí. Rẻo đất hai Mặt giáp biển cuốn hút bởi cảnh quan sinh động với hình thể độc đáo. Khu nghỉ dưỡng trải dài thoải mái hình vòng cung với viên cát trắng mịn nổi bật giữa màu xanh cây rừng, làn nước xanh ngắt màu ngọc bích nhìn thấu đáy mang đến cảm giác thư thái lạ thường.

Khu biệt thự nghỉ dưỡng Premier Village Phu Quoc Resort, được quản lý bởi tập đoàn AccorHotels sẽ đem đến cho du khách những trải nghiệm nghỉ dưỡng đầy phong cách trên hòn đảo lớn nhất Việt Nam. Tọa lạc bên bờ biển nước trong vắt, bao quanh bởi khu rừng nhiệt đới xanh mướt, khu nghỉ dưỡng tự thân đã là một điểm đến hoàn hảo với bể bơi vô cực và tiện ích sang trọng, thực sự là chốn nghỉ ngơi giữa khung cảnh thiên nhiên biển kỳ bí.



Ông Patrick Basset, Giám đốc vận hành AccorHotels khu vực thượng Đông Nam - Đông Bắc châu Á và quần đảo Maldives cho biết: “Premier Village Phu Quoc Resort là khu nghỉ dành cho du khách trong nước và quốc tế tại hòn đảo có sức hấp dẫn ngày càng tăng này, với vẻ đẹp choáng ngợp, du lịch sinh thái và nhiều điểm đến mang nhiều nét văn hóa rất riêng”.

Toàn bộ 217 villas đều có bể bơi riêng, ban công thoáng đạt, tầm nhìn ngút tầm mắt, phòng nghỉ và phòng khách rộng rãi với khu bếp tiện nghi.

Thiết kế phòng đặc biệt

Là quần thể các căn biệt thự nghỉ dưỡng đẳng cấp với thiết kế sang trọng, tinh tế, các căn biệt thự tại Premier Village Phu Quoc Resort được xây dựng trên nhiều cao độ, thừa hưởng nét đẹp độc đáo của thiên nhiên hoang sơ từ mặt nước lên tới đỉnh đồi kỳ vĩ. Được thiết kế bởi những kiến trúc sư hàng đầu thế giới, mỗi căn biệt thự tại Premier Village Phu Quoc đều mang một sắc màu riêng biệt, độc đáo.

Toàn bộ 217 villas đều có bể bơi riêng, ban công thoáng đạt, tầm nhìn ngút tầm mắt, phòng nghỉ và phòng khách rộng rãi với khu bếp tiện nghi. Các biệt thự hai tầng, từ hai đến bốn phòng ngủ là sự lựa chọn hoàn hảo cho kỳ nghỉ gia đình hay chuyến đi lãng mạn. Nếu như phòng On the Rock Villas-bốn phòng ngủ và Oceanview Villas-ba phòng ngủ nằm cheo leo bên bờ biển, được thiết kế dành cho sự riêng tư và tĩnh lặng thì khu Island Villas nằm giữa rừng nhiệt đới trù phú,

được thiết kế dành cho du khách tìm kiếm sự riêng tư tuyệt đối.

Tọa lạc trên một trong những hòn đảo đẹp nhất Việt Nam, Premier Village Phu Quoc là điểm đến lý tưởng cho du khách nghỉ dưỡng hay khách hội họp, những người tìm kiếm chốn nghỉ ngơi thư thái, thoát khỏi cuộc sống bận rộn để tái tạo năng lượng trong kỳ nghỉ cuối tuần. Du khách cũng có thể ghé thăm đảo Hòn Thơm từ thị xã An Thới bằng hệ thống cáp treo dài 8km.

Tổ hợp tiện ích đẳng cấp

Trong khuôn viên của Premier Village Phu Quoc Resort là một tổ hợp tiện ích hàng đầu như: Plumeria Spa đẳng cấp quốc tế có bể bơi giữa thiên nhiên hoang sơ, chuỗi nhà hàng có sức chứa lên đến 1.000 người ngoài bãi biển, câu lạc bộ bãi biển hiện đại sáng tạo, trung tâm tổ chức và phục vụ các buổi tiệc siêu sang trọng, CLB dành cho trẻ em, khu mua sắm bán lẻ đầy đủ tiện ích... Đặc biệt, hệ thống bể bơi tràn bờ nổi liền từ bờ biển phía Đông sang bờ biển phía Tây với chiều dài hơn 300m và diện tích lên đến 8.000m², mỗi cao độ của bể bơi đều đem đến cho du khách những tầm nhìn và trải nghiệm thú vị khác nhau.

Phú Quốc cũng nổi tiếng với nhiều món hải sản hấp dẫn nhất Việt Nam, tại Premier Village Phu Quoc, nhà hàng Corallo phục vụ du khách món hải sản tươi ngon nhất vừa được đánh bắt trong ngày, những món ăn mang phong cách Địa Trung Hải, cùng rượu vang làm tăng sự tinh tế trong từng món ăn. Bên cạnh đó, nhà hàng The Market phục vụ cả ngày với buffet phong phú cùng thực đơn nhiều món địa phương nổi tiếng như Bánh Mì và Bánh Xèo, phục vụ trong nhà hay ngoài trời cũng là một địa chỉ ẩm thực tuyệt vời với du khách.

Đặc biệt, Sunset Lounge, nơi lý tưởng để tận hưởng vẻ đẹp quyến rũ của Phú Quốc, cũng là nơi thuận tiện để tổ chức các buổi gặp gỡ thân mật,



những bữa tiệc riêng tư đầy ấn tượng. Ngoài các nhà hàng và bar, du khách còn có nhiều sự lựa chọn thưởng thức ẩm thực được thực hiện bởi các đầu bếp riêng. Ở cuối bán đảo phủ rừng xanh ngát, khu Beacon nằm nghiêng nghiêng bên bờ biển được thiết kế bởi kiến trúc sư lừng danh Bill Bensley sẽ là sự lựa chọn lý tưởng để tổ chức những sự kiện đáng nhớ với sức chứa lên tới 200 người.

Với sự kết hợp tài tình, hoàn hảo của thiên nhiên nhiệt đới vốn hoang sơ và bàn tay kiến trúc tài tình, Premier Village Phu Quoc Resort thực sự là một khu nghỉ dưỡng biển hiện đại, sang trọng bậc nhất, một bức tranh thiên nhiên ấn tượng và kỳ vĩ.

Địa chỉ: Premier Village Phu Quoc Resort

Mũi Ông Đội, xã An Thới, cực Nam đảo Phú Quốc, Kiên Giang,

Liên hệ: +84 (0) 29 7354 6666.

Du thuyền President

Trải nghiệm mới về VINH HẠ LONG

CUỐI THÁNG 11/2018, VINH HẠ LONG ĐÓN CHÀO MỘT DU THUYỀN LỚN VÀ SANG TRỌNG NHẤT TỪ TRƯỚC ĐẾN NAY VỚI 46 PHÒNG TIÊU CHUẨN 5 SAO, ẨM THỰC THƯỢNG HẠNG, PIANO BAR VÀ 2 BOONG TẮM NẮNG.

Đúng như tên gọi của mình, du thuyền President khẳng định chuẩn mực mới của du thuyền 5 sao giữa lòng Di sản Thiên nhiên Thế giới – Vịnh Hạ Long. Sở hữu số lượng phòng lớn nhất trên Vịnh cùng các hình thức giải trí phong phú, President không chỉ đơn thuần là một chiếc du thuyền, mà còn là một trải nghiệm mới về Hạ Long dành cho những vị khách tinh tế.

Với chiều dài 86 mét, rộng 13,9 mét, cao 13 mét, President Cruise là du thuyền có quy mô lớn nhất từ trước tới nay được phép lưu trú qua đêm trên Vịnh Hạ Long.

Ông Franco Muzzone, Giám đốc Điều hành du thuyền President chia sẻ: “Trải nghiệm trên du thuyền luôn là điều du khách quan tâm nhất trong hải trình khám phá Vịnh Hạ Long. Trên du thuyền President, chúng tôi mang tới không gian thư giãn và giải trí hoàn toàn mới cho những vị khách của mình, với ẩm thực thượng hạng và trải nghiệm không gian nhạc jazz hoài cổ của những năm đầu thế kỷ trước”.

46 phòng trên du thuyền President được chia thành 5 loại, tất cả đều là phòng không hút thuốc và có thể linh hoạt chuyển đổi từ giường đôi sang giường đơn. 41 phòng Ambassador và Premier đều có ban công riêng. 4 phòng Cabinet và Treasury Suites được tối ưu hóa không gian để sở hữu ban công ngoài và bồn tắm riêng. Toàn bộ 46 phòng được trang bị phòng tắm hiện đại và sang trọng.



Đặc biệt, nằm biệt lập ở boong cao nhất của du thuyền, phòng Tổng thống có diện tích 130m², nội thất hiện đại sang trọng, thiết kế ấn tượng với vách kính từ trần đến sàn mang đến tầm nhìn toàn cảnh tới Vịnh Hạ Long, không khác gì một căn penthouse giữa biển. Phòng tắm được trang bị nội thất cao cấp có bồn tắm có tầm nhìn hướng Vịnh. Trong phòng có bàn ăn và quầy bar riêng với hơn 20 loại rượu nhập khẩu từ các nhà rượu danh tiếng. Đây chính là phòng rộng nhất, không thể tìm kiếm trên bất cứ du thuyền nào khác trên Vịnh Hạ Long.



Điểm nhấn đáng chú ý trên chiếc du thuyền mới và đẳng cấp này chính là thực đơn chín chu và các tiện ích giải trí thú vị.

Hai boong tắm nắng có diện tích 324 m² và 250 m² có sức chứa lên tới 120 khách, hứa hẹn sẽ là một không gian hoàn toàn mới và lý tưởng cho các sự kiện, chương trình mang tính nghệ thuật cao.

Điểm nhấn đáng chú ý trên chiếc du thuyền mới và đẳng cấp này chính là thực đơn chín chu và các tiện ích giải trí thú vị. Sự đa dạng trong thực đơn gọi món trên du thuyền President với các món Âu và Á sẽ mang đến cho du khách thêm những cảm nhận tuyệt vời nhất. Vào các buổi tối, hai nghệ sĩ nhạc jazz từ Brazil sẽ phục vụ du khách ngay trong không gian ấm cúng của piano lounge. Hơn cả sự mong đợi, du khách sẽ được thư giãn với các liệu trình đặc biệt từ đối tác Kaia Spa, gồm 6 phòng spa đôi và đơn.

Hành trình của du khách sẽ trọn vẹn hơn với xe Limousine cao cấp đưa đón khách từ Hà Nội đến Hạ Long và ngược lại. Thời gian di chuyển chỉ còn hai

giờ đồng hồ trên tuyến cao tốc mới Hải Phòng – Hạ Long. Du khách sau khi có mặt tại Hạ Long có thể ngay lập tức check in mà không cần chờ tại sân. Để đưa du khách đến với các điểm tham quan trên Vịnh trong hành trình 1 hay 2 đêm, Du thuyền President sử dụng tàu cao tốc khoang kín chuyên dụng có trang bị điều hoà, có sức chứa lên tới 40 khách, khác hoàn toàn với những xuồng chuyển tải khác trên Vịnh.

Hải trình đầu tiên của Du thuyền President vừa bắt đầu cuối tháng 11/2018. Trong năm 2019, Du thuyền President thứ hai cũng sẽ được đưa vào hoạt động.

10 triệu VNĐ là mức giá khởi điểm cho 1 đêm trên du thuyền President. Riêng phòng Tổng thống có giá lên tới 180 triệu VNĐ.





Mùa lễ hội 2018 tại Khách sạn Metropole Hà Nội: Bước vào chuyến du hành xuyên thời gian

Mùa lễ hội năm nay, khách sạn Metropole Hà Nội chào đón thực khách bước vào chuyến du hành xuyên thời gian trở về với Hà Nội xưa thanh lịch, với bản sắc riêng độc đáo và nét lãng mạn cổ điển để tận hưởng mùa lễ hội tuyệt vời. Ngay từ sảnh khách sạn, bạn sẽ cảm nhận trọn vẹn không gian Hà Nội xưa. Khu sảnh chính sang trọng, lịch lãm với không gian kiến trúc Pháp cổ được tô điểm bởi những chiếc xe lửa chạy dọc theo đường ray. Dạo quanh khách sạn, bạn sẽ được tận mắt chiêm ngưỡng những nhà ga được trang trí tinh tế với sự hiện diện của các phương tiện giao thông phổ biến một thời của Hà Nội như xích lô, xe đạp và dĩ nhiên không thể thiếu chiếc xe máy trứ danh.

Đặc biệt, tại sảnh Metropole lịch sử, mô hình khách sạn Metropole Hà Nội thu nhỏ được trang trí bằng bánh gừng sẽ tô điểm thêm không gian đậm chất Giáng sinh truyền thống.

Hòa chung không khí Giáng sinh tưng bừng tràn ngập khắp khách sạn, dàn đồng ca Metropole sẽ đi quanh các nhà hàng trong khách sạn, trình diễn những giai điệu du dương trầm bổng mừng Giáng sinh bằng năm thứ tiếng, bao gồm cả tiếng Pháp và tiếng Việt.

Không chỉ bước vào chuyến du hành xuyên thời gian, bạn sẽ còn bước vào chuyến du ngoạn ẩm thực kỳ thú với tinh hoa ẩm thực thế giới và các sự kiện sôi động để cảm nhận năm mới đang gần kề.

Tiệc đêm đón Giáng sinh (đêm 24/12) tại tất cả các nhà hàng trong

khách sạn với thực đơn hấp dẫn đặc biệt.

Tiệc đón Năm mới (ngày 31/12) tại các nhà hàng:

🎁 Tiệc tối 7 món tại nhà hàng Pháp Le Beaulieu, giá 4.900.000++ VNĐ (thực đơn kèm rượu có giá 7.300.000++ VNĐ)

🎁 Tiệc tối với 7 món Việt tại nhà hàng Spices Garden, giá 3.400.000++ VNĐ (thực đơn kèm rượu có giá 4.800.000++ VNĐ)

🎁 Tiệc tối với 7 món tại nhà hàng Angelina, giá 4.200.000++ VNĐ (thực đơn kèm rượu có giá 5.800.000++ VNĐ)

🎁 Tiệc buffet đón Năm mới tại Le Club Bar, phục vụ lúc 6 giờ tối giá 3.200.000++ VNĐ và 8 giờ 45 tối có giá 3.500.000++ VNĐ

🎁 Tiệc buffet đón Năm mới tại La Veranda, phục vụ lúc 6 giờ 30 tối giá 2.400.000++ VNĐ

🎁 Tiệc đón Giao thừa lúc 11h tối tại Angelina

🎁 Tiệc đón Giao thừa tại Bamboo Bar và bên bể bơi ngoài trời với những giai điệu Jazz sâu lắng và màn đêm ngược ấn tượng.

Liên hệ: 024 38266919



ĐÓN NĂM MỚI Ở INTERCONTINENTAL HANOI WESTLAKE

🎁 Ngày 31/12/2018 : New Year's Eve Party

Sẽ là một buổi tối đáng nhớ bên gia đình và những người thân yêu với thực đơn đặc biệt chào đón năm mới. Một bữa tối đặc sắc với thực đơn đặc biệt, ánh nến và âm nhạc đẳng cấp hứa hẹn sẽ để lại nhiều dư vị ngọt ngào trong lòng của mỗi thực khách.

- Nhà hàng Café du lac | 6.00pm – 9.30pm.
- Happiness: 2.200.000/người bao gồm phục vụ không giới hạn rượu, bia và nước ngọt.
- Prosperity: 2.700.000VNĐ/người bao gồm phục vụ không giới hạn Champagne.
- Milan restaurant | 6.00pm – 10.30pm.
- Set menu: 1.700.000VNĐ/người.

🎁 Ngày 31/12/2018: New Year Extravaganza

Còn gì tuyệt vời hơn khi được hòa mình vào giây phút chuyển giao sang năm mới với tiệc đón Giao thừa tại nhà hàng Milan Saigon Terrace với các giai điệu sôi động cùng những hoạt động giải trí thú vị.

- 600.000/người bao gồm 01 ly rượu vang nổ (bắt đầu từ 21h).

🎁 Ngày 1/1: New Year's Day Brunch

Hãy khởi đầu một năm mới với những kỉ niệm đẹp bên gia đình và người thân. Nhà hàng Café du lac tại khách sạn InterContinental Hanoi Westlake sẽ là nơi lý tưởng để bạn có những khoảnh khắc khó quên trong ngày đặc biệt này.

- New Year's Day Brunch: 1.000.000VNĐ/người không bao gồm đồ uống; 1.500.000VNĐ/người gồm đồ uống



TIỆC GIAO THỪA PHONG CÁCH GATSBY TẠI JW MARRIOTT PHU QUỐC



🎁 Nhà hàng Tempus Fugit: Nhà hàng Tempus Fugit sẽ mang tới một đại tiệc năm mới lớn nhất và đáng mong chờ nhất tại đảo ngọc Phú Quốc với vô vàn những món ăn cao cấp như tôm hùm Boston, sò điệp Phú Quốc, gan ngỗng, bò Tomahawk, quây đồ Nhật ấn tượng, góc thịt nguội đa dạng với Raclette phô mai tan chảy và thiên đường tráng miệng cùng tháp sô cô la 3 tầng. Giá tham dự bữa tiệc từ 7,000,000 VNĐ ++/người kèm vé tham gia tiệc đêm ngược.

🎁 Nhà hàng Red Rum: Bữa tối cạnh bờ biển sẽ là một lựa chọn hấp dẫn khác trong dịp năm mới này. Hải sản địa phương được đánh bắt trong ngày như tôm, nhum biển, mực trứng, hào, tôm tít, cá mú dưới bàn tay tài ba của bếp trưởng, món ăn không chỉ giữ được hương vị ngọt thơm vốn có mà còn đậm đà nhiều hương vị. Giá cho thực đơn theo set là 2,500,000 VNĐ ++/người kèm vé tham gia tiệc đêm ngược.

🎁 Nhà hàng Pink Pearl: Thực đơn đặc biệt tại nhà hàng Pink Pearl do chính đầu bếp Amine trú danh thiết kế cho dịp Năm mới sẽ là trải nghiệm ẩm thực

đỉnh cao với những món ăn đẳng cấp và thượng hạng nhất cùng nhum biển Nhật Bản, cua hoàng đế Alaska, nấm kim cương đen, bò Charolais. Bữa tiệc xa hoa cùng dịch vụ chuẩn mực trong không gian ấn tượng của nhà hàng Pink Pearl và lắng nghe giọng ca Opera du dương sẽ thỏa mãn mọi giác quan của thực khách. Chỉ từ VNĐ 7,000,000++ VNĐ/ khách cùng với chương trình tiệc đêm ngược chào năm mới.



Thanh Hằng

Bản lĩnh “CHỊ ĐẠİ”

*giữa sóng gió
showbiz Việt*

♥ BÀI: VŨ VŨ



TRONG BIẾN ĐỘNG KHÔNG NGỪNG CỦA THỜI CUỘC, ĐẶC BIỆT LÀ SỰ PHỔ BIẾN CỦA INTERNET VÀ CÁC LOẠI HÌNH TRUYỀN THÔNG ONLINE, LÃNG GIẢI TRÍ VIỆT NAM CŨNG CHỊU ẢNH HƯỞNG TỪ THẾ GIỚI VÀ KHU VỰC, NÀY SINH NHIỀU THAY ĐỔI CHÓNG MẶT. CÓ NHỮNG HIỆN TƯỢNG MẠNG HAY GƯƠNG MẶT HOT TỪ SHOW TRUYỀN HÌNH THỰC TẾ NÀO ĐÓ NỔI LÊN, NHANH CHÓNG CHIẾM SÓNG TRÊN MỌI PHƯƠNG DIỆN, NHƯNG RỒI NHANH CHÓNG BỊ LÃNG QUÊN. VÀ GIỮA NHỮNG THAY ĐỔI ĐÓ, MỘT NHÂN VẬT VẪN LUÔN GIỮ ĐƯỢC SỨC HẤP DẪN VÀ THẬM CHÍ CÒN MỞ RỘNG TẦM ẢNH HƯỞNG CỦA MÌNH THEO THỜI GIAN, NGÀY CÀNG KHIẾN CÔNG CHÚNG VÀ GIỚI CHUYÊN MÔN NỂ PHỤC. THANH HẰNG CHÍNH LÀ MỘT NHÂN VẬT NHƯ THẾ.

Nhắc đến Thanh Hằng, danh xưng đầu tiên dành cho chị hẳn là siêu mẫu. Thế nhưng, nói như vậy đến thời điểm này là chưa đủ với người phụ nữ đang có nhiều cống hiến với ngành thời trang nói riêng và ngành giải trí Việt Nam nói chung. Thanh Hằng đã là một diễn viên với nhiều tác phẩm điện ảnh và truyền hình có tiếng vang, đóng vai chính ấn tượng chứ không còn là một cuộc dạo chơi. Lối diễn dẫn thân của chị trong *Tuyệt nhiệt đới*, *Những cô gái chân dài*, *Nụ hôn thần chết*, *Mỹ nhân kế*, *Mẹ chồng*, *Tháng năm rực rỡ*... đều được đồng nghiệp ngành phim ảnh và công chúng thừa nhận. Tham gia các show truyền hình ở nhiều vai trò khác nhau, từ khách mời đặc biệt đến nữ giám khảo quyền lực của hai chương trình lớn về thời trang là *Gương mặt thương hiệu - The Face* và *Người mẫu Việt Nam - Vietnam Next Top Model*, Thanh Hằng luôn là nhân tố nổi bật gây chú ý và cả tranh cãi.

Gu thời trang của Thanh Hằng dù ở trong phim ảnh, các sự kiện lớn, trong chương trình truyền hình hay ở ngoài đời đều được đánh giá cao về sự sang trọng, đẳng cấp và cá tính. Chị là một sao nữ thường xuyên lọt top các nhân vật ăn mặc đẹp trong tuần của các trang tin uy tín về thời trang và giải trí. Chiều cao ấn tượng, gương mặt cá tính, làn da nâu mịn khỏe





gian bên nhau, cổ vũ và ca ngợi nhau trong công việc và đời sống, cùng vui vẻ diễn chung show thời trang hay cũng chẳng ngại post ảnh hẹn cafe tám chuyện. Khi mọi người còn đang xôn xao về việc Minh Hằng tố Hồ Ngọc Hà chèn ép cô trong nghề, lại thấy Thanh Hằng cùng ngồi ghế nóng trong chương trình The Face với Minh Hằng, có nhiều sự chờ đợi xem Thanh Hằng sẽ ứng xử ra sao. Không để việc tư ảnh hưởng việc công, Thanh Hằng, giám khảo ghế giữa của The Face 2018, vẫn đối xử với đàn em đầy quan tâm, chỉ dẫn cẩn thận, thậm chí còn có nhiều phần nương nhẹ chăm chút hơn.

Làng phim ảnh thì ai cũng biết mối quan hệ đặc biệt, đồng hành hơn 10 năm qua của Thanh Hằng và đạo diễn Nguyễn Quang Dũng - Duku. Là gương mặt từng xuất hiện thường xuyên trong các bộ phim ăn khách của đạo diễn nhiều chiêu, thành

Quyền lực của Thanh Hằng trong làng giải trí không chỉ đến từ các cống hiến nghề nghiệp mà còn từ cách ứng xử xúng tằm “đàn chị” của người phụ nữ hào sảng này.



khảo cùng đôi chân dài đã thành thương hiệu, thần thái của một siêu mẫu. Bên cạnh đó, chính sự lựa chọn phong cách rất thông minh đã khiến Thanh Hằng chinh phục được mọi kiểu trang phục, từ áo tứ thân, áo dài, áo bà ba cách điệu, đầm dạ hội, đầm dạ phổ đến sơ mi trắng in hoa, các bộ suit phong cách menwear. Sự tự tin và kiến thức đã khiến chị không chỉ là một biểu tượng thời trang Việt mà còn là một hình mẫu về phong cách sống đối với phụ nữ thành thị hiện đại.

Quyền lực của Thanh Hằng trong làng giải trí không chỉ đến từ các cống hiến nghề nghiệp mà còn từ cách ứng xử xúng tằm “đàn chị” của người phụ nữ hào sảng này. Không nhiều bạn bè hay thân thiện với tất cả, Thanh Hằng chọn cho mình chỉ vài người bạn trong giới nhưng hầu hết đều là những nhân vật có tiếng, có tầm của ngành. Và điều thú vị hơn nữa là nhiều năm qua, vật đổi sao dời nhưng mối quan hệ của họ vẫn bền chặt và nhiều khi còn thăng hoa, lan tỏa đến công chúng với những dự án chung thành công.

Với nữ hoàng giải trí lăm chiêu Hồ Ngọc Hà, dù có chuyện gì xảy ra, công chúng vẫn thấy họ dành thời

gian với “dòng phim gái” của màn ảnh Việt, sau này, khi được mời xuất hiện trở lại trong *Tháng năm rực rỡ*, Thanh Hằng cũng đóng góp không nhỏ vào sự thành công về chuyên môn và cả doanh thu cho bộ phim remake này. Có thể nói sự tái xuất của chị đã phần nào giúp Duku tìm lại danh tiếng và tầm ảnh hưởng sau thất bại toàn diện trước đó của anh với Siêu nhân X và Dạ cổ hoài lang.

Một nam nhân khác cũng rất thân thiết với Thanh Hằng trong giới chính là chàng ca sĩ kiêm doanh nhân Hà Anh Tuấn. Có chút chênh lệch về chiều cao nhưng lúc nào xuất hiện bên nhau, từ sự kiện đến MV ca nhạc, cả hai thật đẹp đôi và ăn ý. Thanh Hằng cũng là một người mẫu yêu thích và đồng thời là bạn thân của nhà thiết kế hàng đầu Công Trí. Vì thế, không có gì ngạc nhiên khi chị luôn giữ vai trò vedette trong các show diễn hay mỗi lần ra mắt bộ sưu tập mới của người nghệ sỹ tài hoa này.

Ở trong làng giải trí lâu như vậy nhưng Thanh Hằng hầu như chưa hề làm phiền công chúng vì scandal. Ngay cả với những người bạn khác giới thân thiết như Nguyễn Quang Dũng và Hà Anh Tuấn, đôi bên đều gần bó hỗ trợ lẫn nhau trong đời sống lẫn công việc nhưng hiếm khi bị đồn là “phim giả tình thật” hay “hợp tác rồi yêu” như nhiều mối quan hệ phổ biến khác. Luôn thấu hiểu, lo lắng cho bạn bè, người thân nhưng cũng thẳng thắn, rạch ròi trong mọi mối quan hệ là kim chỉ nam trong cuộc sống của Thanh Hằng. Chị chọn không bình luận về người khác, tránh những suy nghĩ và lời nói tiêu cực, sẵn lòng giúp đỡ bạn bè nhưng không can thiệp chuyện riêng.

Một trong những nguyên tắc sống nữa mà chị luôn tuân thủ là giữ tình yêu cho riêng mình. Lần hiếm hoi gần đây nhất, Thanh Hằng có post ảnh mình nắm tay bạn trai với chú thích ngọt ngào nhưng không trả lời bất cứ bình luận nào về danh tính “người đàn ông trong bóng đêm” hay chuyện bao giờ lấy chồng. Chị muốn chia sẻ niềm vui lãng mạn nhưng không muốn làm rối cuộc sống hiện tại nhiều mối lo toan của mình và mọi người. Vì thế, chỉ khi nào Thanh Hằng lên xe hoa rồi mọi người mới được báo tin vui.

Sự hào sảng trong tính cách của Thanh Hằng có phần bắt nguồn từ xuất thân “giang hồ bến xe” của chị. Ngày xưa, gia đình Thanh Hằng từng sống gần bến xe miền Đông, một môi trường tương đối phức tạp trên địa bàn thành phố. Cô bé Thanh Hằng da nâu, cao ngồng lên từ hồi còn đi học, trước những mối nguy hiểm rình rập, có vẻ ngoài lạnh lùng, hơi khó chịu, thậm chí có phần lì lợm, hứa hẹn sẵn sàng bùng nổ. Trong trường, Thanh Hằng cũng đã có chút máu “đại ca”, lúc nào cũng muốn đứng ra bảo vệ bạn bè trước những ức hiếp. Điều đó cũng lý giải tại sao đạo diễn Nguyễn Quang Dũng lại nghĩ ngay đến Thanh Hằng cho

vai diễn Dung “đại ca”, trưởng nhóm nữ sinh siêu quậy của *Tháng năm rực rỡ*. Nàng siêu mẫu còn xuất thân là một vận động viên, tham gia đội tuyển cầu chình từ môi trường học đường, kiếm được khoản tiền đầu đời từ khi ấy. Hằng có tiền tiêu vật tự kiếm, mua sách, học thêm, thậm chí mua cả vàng cất đi.

Ngoài Thanh Hằng diễn viên, siêu mẫu, giám khảo, người mẫu quảng cáo, còn có một Thanh Hằng hoa hậu nữa. Năm 17 tuổi, Thanh Hằng “trổ giò” cao lớn, khỏe mạnh và gây ấn tượng với nụ cười duyên má lúm đồng tiền. Một người bạn gần nhà gửi ảnh cô cho tạp chí Phụ nữ để tham gia cuộc thi “Hoa hậu Việt Nam qua ảnh” năm 2002. Cô gái trẻ, chưa hề có kinh nghiệm thi sắc đẹp nào cứ thế tăng tăng vượt qua các vòng thi, rồi đạt ngôi vị cao nhất. Đây cũng là cơ duyên khiến cô được đạo diễn chương trình Vũ Ngọc Đăng phát hiện, đặt tên thương hiệu cô gái có “đôi chân dài 1m12” và tham gia vai diễn đầu tiên trong bộ phim *Những cô gái chân dài* của anh.

Và đôi chân dài ấy vẫn tiếp tục sải bước giữa làng giải trí Việt, đi xa hơn, lâu hơn, tạo nên những giá trị bền vững và mạnh mẽ hơn nữa.



Du thuyền Lexus LY 650:

CHẾ TÁC TỪ CỐT LÕI CỦA SỰ TUYỆT VỜI

MẪU DU THUYỀN HẠNG SANG LEXUS LY 650 CÓ CHIỀU DÀI TỚI GẦN 20M, TRỞ THÀNH PHƯƠNG TIỆN GIAO THÔNG CAO CẤP THỨ 4 CỦA LEXUS, GIA NHẬP BỘ SƯU TẬP BAO GỒM 3 MẪU XE LS, LX VÀ LC COUPÉ. KHAI PHÁ NHỮNG LĨNH VỰC NGOÀI XE HƠI NHƯ ẨM THỰC, ĐIỆN ẢNH, THIẾT KẾ VÀ NHỮNG TRẢI NGHIỆM PHONG CÁCH SỐNG SANG TRỌNG KHÁC, LEXUS LY 650 LÀ SẢN PHẨM HÀNG HẢI ĐẦU TIÊN GẮN LIỀN VỚI NGÔN NGỮ THIẾT KẾ L-FINESSE ĐẶC TRƯNG CỦA LEXUS.



Hoàn thiện định nghĩa “Trải nghiệm đẳng cấp”

Những mẫu xe hơi đẳng cấp được chế tác thủ công là điều mà Lexus đã theo đuổi từ lâu nay, tiêu biểu như chi tiết vải xếp lớp độc đáo trên cánh cửa của mẫu xe LS hay màu sơn Xanh kết cấu (Structural Blue) rực rỡ lấy cảm hứng từ cánh bướm morpho, được tạo nên bởi các lớp sơn đa dạng. Hơn thế nữa, Lexus còn muốn tiếp tục nắm bắt những cơ hội và định hướng mới trong việc ứng dụng chế tác thủ công vào những sản phẩm khác xoay quanh thương hiệu Lexus. Sản phẩm hàng hải lần này sẽ là một minh chứng tiếp theo trong kho tàng lịch sử của Lexus khi khai phá những giới hạn mới trong và ngay cả ngoài ngành công nghiệp ô tô.

Lexus không ngừng khám phá những yếu tố mang đến trải nghiệm sang trọng, do đó Lexus bước vào cuộc phiêu lưu khám phá thế giới của ẩm thực, thiết kế, điện ảnh, coi đây như là một cơ hội mới để tương tác với thương hiệu. Theo như định hướng thương hiệu mà ngài Yoshihiro Sawa, Chủ tịch toàn cầu Lexus đang theo đuổi: “Khám phá những phương thức mới mẻ để đem lại trải nghiệm độc đáo và tuyệt vời dành cho khách hàng”, Lexus đã hợp tác với những chuyên gia trải nghiệm lớn nhất trên thế giới nhằm hoàn thiện định nghĩa “Trải nghiệm đẳng cấp” (Experience Amazing) của mình.

Và ngày hôm nay, Lexus đã quay trở lại mặt biển bằng việc phát triển mẫu du thuyền Lexus thế hệ mới có tên gọi là LY 650. Ngoài việc mang đậm dấu ấn ngôn ngữ thiết kế Lexus hiện đại nhất, L-finesse vốn đang được áp dụng trên các sản phẩm xe hơi, LY 650 còn kế thừa những hình ảnh quyến rũ nhất từ mẫu du thuyền thể thao concept Lexus Sport Yacht để lại.

Thông số kỹ thuật (chỉ số ước tính)

Chiều dài tổng thể: 65'5" (19.96 m)

Chiều rộng: 18'8" (5.72 m)

Động cơ: Volvo IPS 1200; Volvo IPS 1350

Dung tích nhiên liệu: 1,000gal (3,785 lít)

Dung tích nước ngọt: 225gal (852 lít)

Dung tích bình chứa: 170gal (643l)

Phòng: 3

Heads: 3

Sleeps: 6



Lexus đã hợp tác với những chuyên gia trải nghiệm lớn nhất trên thế giới nhằm hoàn thiện định nghĩa “Trải nghiệm đẳng cấp” (Experience Amazing) của mình.

Nghệ nhân takumi Lexus kết hợp cùng thợ thủ công bậc thầy của Marquis-Larson

Mẫu du thuyền thể thao concept Lexus Sport Yacht đã từng nhận được quan tâm lớn của công chúng, một sản phẩm hàng hải tiếp theo “thể hiện một phong cách sống sang trọng trong mơ” được phát triển bởi ngài Shigeki Tomoyama, Phó Chủ tịch Lexus; mà qua đó chiếc du thuyền Lexus Yacht khai thác khả năng linh hoạt của Lexus giữa lòng đại dương. Để biến giấc mơ thành hiện thực, công ty Du thuyền Marquis-Larson Boat Group đã được lựa chọn nhằm phát triển, bán hàng và triển khai dịch vụ chăm sóc khách hàng cho mẫu du thuyền Lexus lần này, phần lớn nhờ vào kinh nghiệm lâu năm trong việc thiết kế những chiếc du thuyền cao cấp, hay đã được chứng minh năng lực qua việc triển khai mẫu du thuyền thể thao concept Lexus Sport Yacht vào thực tế đời sống.



Nghệ nhân takumi nổi tiếng của Lexus - những người có trình độ cao - nay được bổ sung thêm những thành viên có kinh nghiệm lâu năm của Marquis, bậc thầy trong công việc chế tạo tàu, đặc biệt nhiều người trong số đó có thâm niên gần 30 năm trong nghề.

Công ty Marquis-Larson có trụ sở tại Pulaski, Mỹ là đối tác lý tưởng nhằm hiện thực hóa mẫu thiết kế du thuyền Lexus tiếp theo, vốn là sự pha trộn hài hòa giữa trình độ thủ công bậc thầy, công nghệ hiện đại và thiết kế truyền cảm hứng. Nghệ nhân takumi nổi tiếng của Lexus - những người có trình độ cao - nay được bổ sung thêm những thành viên có kinh nghiệm lâu năm của Marquis, bậc thầy trong công việc chế tạo tàu, đặc biệt nhiều người trong số đó có thâm niên gần 30 năm trong nghề.

Kế thừa ngôn ngữ thiết kế L-finesse từ các mẫu xe hơi

Chiếc du thuyền LY 650 lần này kế thừa những đặc điểm nổi bật từ mẫu du thuyền concept kích thước 42 feet trước đó. Với chiều dài khoảng 65 feet (tương đương 20m), chiều rộng 19 feet (tương đương 6m), chiếc du thuyền Lexus mới nhất được



thiết kế theo hình cánh cung mạnh mẽ, đường cong mềm mại và phía sau nổi bật. Nhìn từ bên ngoài, đường viền tinh tế của chiếc du thuyền Lexus kéo dài nhô cao hướng về phía trước trong khi hai bên mở rộng ra phía sau.

Với kích thước đồ sộ, Lexus LY 650 có tới 3 cabin phòng cao cấp. Không chỉ được tích hợp đầy đủ những tiện nghi cao cấp như một ngôi biệt thự, chiếc du thuyền hạng sang này còn có đủ chỗ cho 6 người có thể ở trên sông hay biển lớn.

Tầng chính của LY 650 cũng là tầng sang trọng nhất với nội thất xa xỉ, sofa bọc da, trần nhà cách điệu và màn hình TV cỡ lớn có thể thu gọn. Không gian đủ rộng cho quầy bar nhỏ, bếp cỡ vừa và khu vực điều khiển chính với hai ghế lái và ba màn hình theo dõi.

Bên ngoài sảnh chính có sàn ốp gỗ, ba hàng ghế ngồi lớn khu vực mũi thuyền. Phía sau là khu vực ghế ngồi và cầu thang lên tầng trên cùng, nơi đặt bàn điều khiển thứ hai và bộ sofa giúp quan sát không gian xung quanh tốt hơn.

Để LY 650 có thể lên đĩnh nhiều ngày trên biển, bể chứa nhiên liệu của nó có sức chứa lên tới 3.785 lít. Bể chứa nước ngọt có thể tích 852 lít. Lexus LY 650 có hai phiên bản động cơ do Volvo sản xuất, gồm IPS 1200 và IPS 1350. Cả hai đều kèm theo thùng nhiên liệu diesel 3.785 lít.

Mẫu du thuyền Lexus LY 650 đầu tiên dự kiến sẽ được hoàn thiện vào nửa cuối năm 2019 tại Mỹ và ra mắt toàn cầu sau đó.

Ra mắt vào năm 1989, Lexus đặt mục tiêu phát triển và sản xuất những chiếc xe hơi cam kết mang tới chất lượng và dịch vụ khách hàng tốt nhất. Năm 2012, Lexus International được thành lập như một nhóm nội bộ hoạt động độc lập, có nhiệm vụ điều phối các hoạt động xây dựng kế hoạch, định hướng, triển khai và sản xuất các sản phẩm của thương hiệu Lexus.

Bộ phận Toyota Marine (Hàng hải Toyota) của Tập đoàn ô tô Toyota được thành lập vào năm 1997 với mục tiêu sản xuất những chiếc du thuyền cao cấp, trong đó sử dụng công nghệ tiên tiến và chất lượng hoàn hảo từng được ứng dụng để phát triển các mẫu xe cao cấp Lexus. Dòng sản phẩm "Ponam" của Toyota Marine bao gồm các loại tàu đánh cá thể thao có chiều dài từ 26 - 28 feet và tàu hai khoang chiều dài 31, 35, 37 & 45 feet với thân tàu được hàn hoàn toàn bằng hợp kim nhôm A5083. Tàu Ponam được trang bị động cơ xăng turbo phiên bản dưới nước của Lexus GX 300d (động cơ xăng turbo dung tích 3.0L 4 xy-lanh) hoặc Lexus LX 450d (động cơ xăng turbo kép V8 dung tích 4.5) sang trọng. "Ponam" là dòng sản phẩm dẫn đầu trong phân khúc du thuyền hạng sang tại Nhật Bản.

Từ năm 1998 - 2002, Toyota Marine cũng phát triển và sản xuất dòng sản phẩm "Epic" cho thể loại tàu cao tốc và lướt sóng làm bằng sợi thủy tinh, chủ yếu dành cho thị trường Mỹ. Tất cả đều được trang bị động cơ V8 4UZ-FE DOHC 4.0 lít từ mẫu sedan sang trọng Lexus LS 400.



Triển lãm nghệ thuật

Modern Life: Thiết bị gia dụng qua ngôn ngữ nghệ thuật

📌 BÀI: XUÂN HUY - ẢNH: M.L

LẤY Ý TƯỞNG TỪ CÁC BUỔI TRIỂN LÃM NGHỆ THUẬT TRÊN THẾ GIỚI, CẢM HỨNG TỪ BẢO TÀNG LOUVRE (PHÁP), TRIỂN LÃM NGHỆ THUẬT ĐỒ GIA DỤNG MODERN LIFE EXHIBITION VỪA ĐƯỢC TỔ CHỨC TẠI TP. HỒ CHÍ MINH VÀ HÀ NỘI, GIỚI HẠN VỚI KHOẢNG 100 KHÁCH MỜI THUỘC TẦNG LỚP THƯỢNG LƯU, LÀ TRIỂN LÃM ĐẦU TIÊN TẠI VIỆT NAM SỬ DỤNG THIẾT BỊ GIA DỤNG ĐỂ THỂ HIỆN CÁC DỤNG Ý NGHỆ THUẬT ĐỘC ĐÁO.

Triển lãm gây được ấn tượng mạnh cho khách mời nhờ việc sắp đặt các sản phẩm gia dụng hàng đầu như những tác phẩm văn hoá thuộc nhiều vùng, miền trên thế giới. Triển

Phòng triển lãm mang đậm dấu ấn nghệ thuật Phục Hưng gây ấn tượng bằng những bức tranh 3D kết hợp cùng các sản phẩm sứ, thủy tinh, pha lê từ các thương hiệu nổi tiếng thế giới như IVV, Lenox, Prouna (Hankook)...

lãm gồm 4 khu vực chính với các chủ đề: Phục hưng, Ánh sáng, Sắp đặt và Đường đại.

Phòng Phục hưng gây nhiều chú ý nhờ cách sắp đặt đan xen các khung tranh với đồ gốm, sứ, thủy tinh theo phong cách của văn hoá châu Âu thế kỷ XV đến XVII. Khách giả bắt gặp một loạt tác phẩm nổi tiếng một thời như bức tranh Bữa sáng trong vườn (Giuseppe De Nittis), Still Life (Willem Kalf) hay The Dinner Table (Matisse)... Đặc biệt, bức tranh Bữa sáng trong vườn trở nên sống động hơn bởi sản phẩm sứ của Lenox. Đây là thương hiệu từng được sáu đời Tổng thống Mỹ sử dụng.

Nổi bật nhất trong khu vực này là đồ sứ trị giá hàng trăm triệu đồng đến từ thương hiệu Prouna - dòng sản phẩm cao cấp của Hankook Chinaware, Hàn Quốc. Đây là thương hiệu sứ được giới hoàng gia Dubai ưa chuộng trong các tiệc cưới xa hoa, đồng thời được các khách sạn siêu sang ở Dubai cũng như Nhà xanh (Dinh Tổng thống Hàn Quốc) tin dùng. Chất liệu làm nên những bộ đồ gia dụng này như ấm, tách, đĩa... của hãng là sứ xương, được mạ vàng 24k và đính pha lê Swarovski.

Bên cạnh đó, “bàn tiệc” thời Phục hưng còn có sản phẩm của nhiều thương hiệu cao cấp khác như Cole & Mason của Anh; đồ dùng pha lê của hãng NACHTMANN từ Đức; đồ inox thượng hạng của hãng Tramontina đến từ Brazil; bát đĩa IVV do các bậc thầy thủy tinh ở Italy sản xuất, tô điểm bằng vàng trang sức thủ công.

Ở khu vực Ánh sáng, các sản phẩm pha lê “lên ngôi”. Nhằm tạo hiệu ứng thị giác thú vị, chúng được sắp đặt theo nhiều phương hướng, phản chiếu ánh sáng từ cùng công nghệ chiếu điểm quanh căn phòng. Người xem được chiêm ngưỡng nét tinh túy từ tượng pha lê sư tử điêu khắc thủ công và phun cát của thương hiệu Maleras với số lượng giới hạn chỉ 299 chiếc trên toàn thế giới hay bát, bình trang trí Montaigne mạ vàng của hãng Cristallerie de Montbronn (Pháp)...

Trong gian phòng của nghệ thuật Sắp đặt, các món đồ gia dụng quen thuộc trong gia đình như đồ bếp, thảm, đồ vệ sinh, nhà tắm... được sắp xếp thành nhiều mảng miếng, bố cục khác nhau trong không gian, tạo nên tổng thể đậm tính nghệ thuật. Khách giả bị choáng ngợp trước những gian bếp, bàn, dụng cụ nấu ăn... treo lơ lửng của hãng Swiss International (Thụy Sĩ), KUHN RIKON, Kyocera (Nhật) hay WUSTHOF (Đức). Bên cạnh đó, nhiều sản phẩm cũng gây chú ý như đồ vệ sinh, thảm, đồ nhà tắm của Leiftheit (Đức), Kleine



Khu vực Ánh sáng và Sắp đặt tạo được hiệu ứng thị giác thú vị.

Ở khu vực Ánh sáng, các sản phẩm pha lê “lên ngôi”. Nhằm tạo hiệu ứng thị giác thú vị, chúng được sắp đặt theo nhiều phương hướng, phản chiếu ánh sáng từ cùng công nghệ chiếu điểm quanh căn phòng.

Wolke, Interdesign, tinh dầu của Andrea (Tây Ban Nha), Millefiori (Italy), dụng cụ pha trà, rượu của Vin Bouquet, Bredemeijer hay bình giữ nhiệt Thermos.

Phòng Đường đại là tổng hoà của các loại hình nghệ thuật trước đó. Ban tổ chức đưa vào chương trình màn trình diễn múa bóng với nội dung câu chuyện về sự gắn kết, thăng hoa trong tình yêu. Ở đó, thông điệp nhân văn về sự khao khát một cuộc sống viên mãn, đầy cung bậc cảm xúc của con người được truyền tải trọn vẹn và tạo ra nhiều dư âm trong lòng người xem.

Modern Life là hệ thống cửa hàng tại Việt Nam phân phối đồ gia dụng cao cấp của các thương hiệu hàng đầu thế giới. Modern Life cung cấp giải pháp toàn diện về đồ gia dụng cho khách hàng từ các sản phẩm phục vụ nhu cầu bếp núc, vệ sinh, trang trí nhà cửa đến quà tặng, dụng cụ cá nhân... tất cả được nhập khẩu trực tiếp, áp dụng chính sách bảo hành, chăm sóc khách hàng chính hãng.



Không gian nghệ thuật Đường đại mang lại nhiều cảm xúc cho khách mời



DÁN RĂNG SỨ VENEER: “Tạo hình” cho nụ cười tỏa sáng



Ông Lee Ilwoo, chuyên gia chế tác răng thẩm mỹ của Hàn Quốc

VỚI CÔNG NGHỆ DÁN RĂNG SỨ VENEER, MỖI HÀM RĂNG LÀ MỘT TÁC PHẨM NGHỆ THUẬT ĐƯỢC TẠO NÊN BỞI 2 YẾU TỐ: SỰ TINH XẢO TRONG CHẾ TÁC LABO ĐỂ CHO RA NHỮNG MIẾNG DÁN SỨ VENEER SIÊU MỎNG, KÍCH THƯỚC CHUẨN MỰC, TRẮNG BÓNG TỰ NHIÊN; VÀ SỰ KHÉO LÉO CỦA NHA SĨ GIÀU KINH NGHIỆM - NHỮNG NGƯỜI ĐƯỢC COI LÀ CHUYÊN GIA “TẠO HÌNH” CHO NỤ CƯỜI CỦA BẠN TỎA SÁNG.

Dán răng sứ veneer là sử dụng một lớp sứ mỏng gắn trực tiếp lên bề mặt ngoài của răng, làm lá chắn bảo vệ, che lấp đi những khuyết điểm về màu sắc và hình khối của răng. Đây là công nghệ thẩm mỹ răng tiên tiến nhất trên thế giới, giải quyết các nhược điểm của răng và bảo vệ tối đa răng gốc. Kỹ thuật phục hình răng miệng này rất phổ biến ở những nước có ngành nha khoa phát triển như Mỹ, Đức, Hàn Quốc và châu Âu. Tại Việt Nam, những năm gần đây công nghệ dán Veneer đã trở nên phổ biến hơn, được các nha khoa hàng đầu sử dụng, dần thay thế cho các phương pháp bọc chụp sứ trước đây.

Theo ông Lee Ilwoo - Chuyên gia chế tác răng thẩm mỹ với 18 năm kinh nghiệm, hiện là chuyên gia của Labo răng Việt Hàn, thuộc Sol Denta, sở dĩ dán sứ veneer được coi là một cuộc cách mạng trong thẩm mỹ răng bởi phương pháp này có ưu điểm vượt trội so với các phương pháp trước đây:

- ◆ Cảm giác thật: lớp sứ veneer siêu mỏng chỉ từ 0,3mm (tương đương kính áp tròng) nên sứ veneer ôm khít sát với răng thật tạo thành 1 khối chắc chắn và cảm giác là hoàn toàn tự nhiên.
- ◆ Không xâm lấn răng: lớp sứ veneer chỉ kết dính với men răng, bởi vậy, tùy từng tỷ lệ cung hàm mà bác sĩ sẽ chỉ định bạn mài nhẹ lớp mỏng của men răng hoặc giữ nguyên nếu tỉ lệ cung hàm đã cân đối.
- ◆ Không ê buốt: vì răng được bảo toàn tối đa nên không hề đau, ê buốt trong quá trình làm và cả thời gian sau này. Cảm giác khi mài nhẹ lớp men răng chỉ như khi bạn lấy cao răng.
- ◆ Độ bền cao: Mặt dán sứ veneer bóng cứng và có khả năng chịu lực cao từ 900Mpa trở lên (của răng thật là 200Mpa), giống như một lớp bảo vệ răng từ bên ngoài, mỏng, nhưng chắc và láng bóng, không chuyển màu, có độ bền vĩnh viễn.
- ◆ Màu sắc tự nhiên: tone màu đa dạng, tạo độ trắng hài hòa với màu da hoặc sở thích; cấu trúc đa lớp siêu trong cho khả năng dẫn truyền ánh sáng tốt, màu men trong sáng, tự nhiên và tinh tế, màu sắc răng bền vĩnh viễn.
- ◆ Khắc phục hình thể răng: mặt dán veneer khắc phục được tình trạng răng không đều, sứt, mẻ, răng thưa, hô, móm hay nứt cổ chân răng.



Dán sứ veneer giúp khắc phục hoàn hảo màu sắc và hình thể răng



Sứ veneer chỉ mỏng từ 0,3mm với cấu trúc đa lớp siêu trong, dẫn truyền ánh sáng tốt, giúp răng luôn sáng bóng tự nhiên.

- ◆ Tiết kiệm thời gian: Phương pháp dán sứ veneer cực kỳ tiết kiệm thời gian, không ảnh hưởng đến công việc, sinh hoạt hàng ngày. Chỉ với 2 lần hẹn và rất nhanh chóng từ 1- 3 ngày là bạn đã hoàn thành bộ răng như ý.
- ◆ Tay nghề, sự tinh tế của bác sĩ và chuyên gia chế tác có tính chất quyết định quan trọng tới độ bền của răng dán sứ veneer. Từng miếng sứ bé xíu như nhưng hạt trang sức lắp lán được ghép, dán tạo thành một cung hàm răng đều tăm tắp, sáng bóng. Bởi vậy, bạn đừng quên lựa chọn bác sĩ giàu kinh nghiệm. Họ chính là những “nghệ nhân tài ba”, “tạo hình” và “thổi hồn” cho nụ cười của bạn!

THÔNG TIN CHO BẠN

Tại Hà Nội, Sol Dental là một trong nhiều phòng khám và điều trị răng miệng chất lượng 5 sao theo tiêu chuẩn quốc tế.

- Đội ngũ bác sĩ và chuyên gia giàu kinh nghiệm, làm việc tại các bệnh viện lớn đầu ngành trong và ngoài nước...
- Là phòng khám sở hữu Labo răng Việt Hàn chuyên chế tác mặt sứ dán veneer cao cấp với toàn bộ các chuyên gia đến từ Hàn Quốc giàu kinh nghiệm. Điều này giúp Sol Dental tiết kiệm chi phí, quản lý được chất lượng sản phẩm cao nhất và hoàn thành trong thời gian ngắn nhất.
- Sol Dental: 15 Yên Lãng - Đống Đa - HN
ĐT: 024 6293 3589; 0971 858 818

Nguyễn Tiến Dũng

Giám đốc chiến lược Red Design Group

“KHÔNG CÓ
BỮA ĂN NÀO LÀ
MIỄN PHÍ”

“**K**hi làm việc trong môi trường quốc tế, thì sẽ không có vòng tròn an toàn và không có bữa ăn nào miễn phí cả. Đó chính là động lực để mỗi cá nhân phải vươn lên và chinh phục các dấu mốc trên hành trình của mình” – Đó là chia sẻ của doanh nhân Nguyễn Tiến Dũng, Giám đốc chiến lược Red Design Group.

Chào anh, anh đang có một vị trí ổn định mà nhiều người mơ ước tại Saigon Co-op nhưng vì sao anh lại quyết định từ bỏ để tìm hướng đi riêng, liệu đây có phải là quyết định khá mạo hiểm?

Quyết định rời khỏi Saigon Co-op sau 15 năm gắn bó với nhiều công việc thú vị có lẽ là quyết định khó khăn nhất trong cuộc đời tôi. Quyết định này không đơn thuần liên quan đến công việc, mà quan trọng hơn là tôi muốn tìm con đường riêng để hiện thực hóa những hoài bão, kế hoạch mà tôi đã ấp ủ từ lâu.

Nếu xét về khía cạnh nghề nghiệp thì có thể xem đây là một quyết định mạo hiểm vì hai lý do quan trọng. Lý do thứ nhất, tôi là người được tin nhiệm cao, đã và đang đảm nhiệm công việc quan trọng của Saigon Co-op. Do đó, việc tôi rời khỏi Saigon Co-op cũng tác động ít nhiều đến công tác nhân sự cấp cao của tổ chức. Lý do thứ hai, hơn 15 năm là thời gian gắn bó xuyên suốt, Saigon Co-op lại là đơn vị duy nhất tôi làm việc kể từ khi ra trường, vì vậy quyết định này được xem là rời khỏi nơi an toàn của mình.

Những ti phú thế giới thường nói rằng, bạn chỉ thành công khi làm điều khác biệt và chỉ khi bước ra khỏi vùng an toàn đối mặt với thách thức bạn mới đo được khả năng của mình tới đâu. Với riêng anh thì thế nào sau khi bước ra khỏi vùng an toàn của mình?

Thật ra, quyết định rời khỏi Saigon Co-op tôi đã phải đấu tranh với bản thân rất nhiều. Tôi buộc phải làm điều khó nhất, đó chính là quyết tâm bước ra và lập kế hoạch để ngăn chặn mọi kế hoạch hoặc yêu cầu để khiến cho mình phải ở lại, bao gồm yếu tố tình cảm gắn bó với tổ chức và đồng nghiệp. Điều khó thứ hai, bản thân tôi nhận định là cần điều chỉnh lại bản thân trước khi bước vào một môi trường mới. Và đây chính là giai đoạn thử thách ý chí và niềm tin của cá nhân tôi nhiều nhất. Cảm xúc không phải lúc nào cũng tuyệt vời, thậm chí khoảng thời gian tĩnh lặng lại khiến cho bản thân không thấy được con đường tiếp theo. Tuy nhiên, thời gian chuyển đổi đó thật sự rất cần thiết để tôi chuẩn bị hành trang và tâm thế đi trên con đường mình đã chọn, đó là bước ra thế giới rộng lớn hơn.

Dù phải đối mặt với sự chông chênh, thậm chí mất hướng, nhưng sau tất cả, một thế giới rộng lớn đang chờ đón là thứ cảm giác thú vị chỉ những người dám dấn thân mới cảm nhận được. Bằng chứng là anh đã nhanh chóng bước vào “cuộc chơi” mới với Red Design Group – một doanh nghiệp đa quốc gia. Anh có thể chia sẻ một chút về công việc hiện tại của mình?

Hiện tại, tôi làm giám đốc chiến lược phụ trách thị trường châu Á Thái Bình Dương của Red Design Group, công ty chuyên tư vấn chiến lược, thiết kế mô hình cửa hàng bán lẻ, nhà hàng, khách sạn, casino và trung tâm thương mại. Chúng tôi tự hào vì đã phục vụ các khách hàng quốc tế và tầm cỡ như: Uniqlo, 7 Eleven, Crown Casino, Cole, Saigon Co-op,... So với trước đây, khi làm việc với nhà bán lẻ, đa phần công việc của tôi là điều hành, quản lý và tiếp xúc trực tiếp với khách hàng (B2C). Còn bây giờ công việc của tôi thiên về chiến lược, tầm nhìn rộng và bao quát hơn (B2B). Tuy nhiên, tôi cho rằng những hiểu biết sâu sắc bên trong ngành bán lẻ ở góc độ B2C chính là lợi thế hỗ trợ cho công việc liên quan đến B2B của tôi rất nhiều.

Thực hiện điều mà bản thân chưa từng trải qua là một trải nghiệm rất khác biệt. Bản thân tôi phải trải qua thời gian chuyển đổi tư duy, phong cách quản lý, làm việc và cả tầm nhìn về những thay đổi trong lĩnh vực mình tham gia, không ngừng học hỏi để nâng cao năng lực bản thân.

Gia nhập Red Design Group đồng nghĩa với việc anh sẽ trở thành người tiên phong khai phá những cái mới chưa ai từng làm tại Việt Nam, anh gặp phải những thuận lợi và thách thức như thế nào?

Thực hiện điều mà bản thân chưa từng trải qua là một trải nghiệm rất khác biệt. Bản thân tôi phải trải qua thời gian chuyển đổi tư duy, phong cách quản lý, làm việc và cả tầm nhìn về những thay đổi trong lĩnh vực mình tham gia, không ngừng học hỏi để nâng cao năng lực bản thân. Ngoài ra, tôi có thuận lợi vì am hiểu thị trường bán lẻ, có sự kết nối với nhiều chuyên gia thuộc các lĩnh vực liên quan như IT, Marketing, Banking, Supply chain,...



Bên cạnh đó, khó khăn cũng nhiều vì mình đã rời khỏi khu vực an toàn của bản thân, làm việc trong môi trường đa quốc gia, tiếp xúc với nhiều doanh nhân và doanh nghiệp tầm cỡ, làm việc tại nhiều quốc gia như Úc, New Zealand, Indonesia, Philippines. Do đó, tôi cũng cần chấp nhận và tự mình phải phấn đấu để đáp ứng yêu cầu công việc. Ngoài ra, khi làm việc trong môi trường quốc tế, thì sẽ không có vòng tròn an toàn và không có bữa ăn nào miễn phí cả. Đó chính là động lực để mỗi cá nhân phải vươn lên và chinh phục các dấu mốc trên hành trình của mình.

Là doanh nghiệp tiên phong sáng tạo nên các mô hình bán lẻ hiện đại, Red Design Group sẽ tận dụng cơ hội như thế nào trước một thị trường bán lẻ được đánh giá là thuộc top sôi động nhất thế giới như Việt Nam?

Cuối tháng 4/2018, khi đàm phán tham gia làm việc và góp vốn cổ đông với Red Design Group, ban lãnh đạo chúng tôi đều đồng ý rằng, thị trường châu Á Thái Bình Dương, trong đó hạt nhân là Đông Nam Á chính là thị trường mới nổi, tăng trưởng nhanh và hấp dẫn nhất thế giới. Vì vậy, chúng tôi đã đặt văn phòng trung tâm khu vực Đông Nam Á tại TP. Hồ Chí Minh.

Việt Nam là thị trường chiến lược của chúng tôi, không chỉ vì tốc độ tăng trưởng, quy mô dân số, tiềm năng phát triển mà còn là vị trí chiến lược trong kết nối toàn khu vực Đông Nam Á. Ngoài ra, Red Design

Group xây dựng đội ngũ chuyên viên làm việc là người Việt Nam nhưng với chất lượng gần với đồng nghiệp Úc và tương đương với khu vực. Đó cũng chính là niềm tự hào của đội ngũ nhân sự tại Red Design Group. Vì vậy, thời gian tới, chúng tôi tiếp tục xây dựng và phát triển đội ngũ nhân sự tại Việt Nam để tiến đến các thị trường khác trong khu vực. Đó chính là chiến lược quan trọng của Red Design Group trong 10 năm tới.

Là một chuyên gia trong ngành, theo anh, để các doanh nghiệp nội thắng thế trong cuộc đua trên thị trường bán lẻ thì họ cần phải làm những gì?

Theo tôi, cuộc đua về xây dựng và phát triển các mô hình kinh doanh bán lẻ của Việt Nam chỉ mới ở giai đoạn đầu tiên, tức là chuyển dịch từ bán lẻ truyền thống sang mô hình bán lẻ hiện đại và online. Tuy nhiên, Việt Nam đang hòa nhập nhanh với thế giới cũng như tận dụng được tiến bộ khoa học công nghệ, công nghệ thông tin, nên thị trường bán lẻ Việt Nam cũng đang tăng trưởng nhanh và không rập khuôn theo các thị trường đã tăng trưởng. Đó chính là điều hấp dẫn của thị trường.

Đổi mới tư duy và sáng tạo chính là điểm mấu chốt cho quá trình phát triển mô hình kinh doanh mới trong bán lẻ. Tuy nhiên, theo kinh nghiệm cá nhân tôi, đổi mới tư duy và sáng tạo phải gắn liền với đổi mới văn hóa doanh nghiệp và nguồn lực bổ sung. Vì nếu doanh nghiệp bán lẻ chỉ dùng triết lý cũ và nguồn lực cũ thì sẽ không thể phục vụ chính khách hàng cũ của họ (khách hàng đang thay đổi nhanh chóng) cũng như cạnh tranh với các mô hình bán lẻ mới tham gia.

Cửa hàng đa kênh hay cửa hàng kết hợp online và offline cũng sẽ là mô hình cửa hàng mới để giúp khách hàng tăng thêm trải nghiệm, mua sắm thuận tiện và nhanh chóng. Tuy nhiên, nhà bán lẻ nội cũng nên tập trung xây dựng mô hình phù hợp với khách hàng mục tiêu của họ chứ không nên rập khuôn áp dụng ý tưởng từ thị trường nước ngoài.

**Cảm ơn anh về cuộc trò chuyện thú vị!
Chúc anh ngày càng gặt hái thành công trên chặng đường sắp tới.**

Khi rời khỏi Saigon Co-op, tôi tự vẽ cho mình một vòng tròn thời gian và địa điểm đã trải qua trong suốt 15 năm gắn bó với bán lẻ. Còn kế hoạch cho 15 năm tiếp theo chính là chinh phục vòng tròn lớn hơn. Ra biển lớn để học hỏi, làm việc và chinh phục những dấu mốc trong sự nghiệp của mình.



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

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



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

(08) 3844 8358

sasco@sasco.com.vn

SASCO Vietnam

www.sasco.com.vn



**HẠNH PHÚC VÂY QUANH
GIÁNG SINH AN LÀNH**

VIETCOMBANK CHÚC QUÝ KHÁCH
MỘT MÙA GIÁNG SINH VÀ NĂM MỚI ẤM ÁP