

Người DÂN ĐẦU

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

Số 2/2019

DU
THUYỀN
*ĐỈNH CAO
CỦA XA XỈ*



HÀN TIỀN
KHÔNG
GIỚI HẠN



Thẻ Vietcombank Cashplus Platinum American Express®

Ưu đãi đặc quyền, xứng tầm đẳng cấp

- Hoàn **1,5%** không giới hạn số tiền hoàn
- Tặng thêm **10 lần** tỉ lệ tiền hoàn, đến 3 triệu đồng từ 18/12/2018 đến 30/06/2019
 - Hoàn **15%** khi thanh toán thẻ tại cửa hàng Zara vào thứ 6 hàng tuần

Thông tin chi tiết xin liên hệ:
Trung tâm Hỗ trợ Khách hàng **1900 54 54 13**,
Hoặc truy cập website **www.vietcombank.com.vn**

American Express là thương hiệu được đăng ký bản quyền bởi American Express.
Thẻ này là thẻ được phát hành theo nhượng quyền của American Express.



Ảnh bìa: Dmitrii D/shutterstock.com

Người DẪN ĐẦU

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

Chịu trách nhiệm nội dung và xuất bản

Tiến sỹ PHẠM MẠNH THẮNG

Phó Tổng Giám đốc Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam

Biên tập

PHAN KHÁNH NGỌC

NGUYỄN HỮU 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 Khuynh 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 2/2019



Tiêu điểm

- 08** Thị trường tài chính Việt Nam quý I/2019
Bức tranh sáng màu
- 12** Để phát triển kinh tế tư nhân ở Việt Nam
- 16** Chuyển thể từ sang thể chip nội địa: Xu thế
thị trường quốc tế tất yếu

Ngân hàng

- 20** Giảm lãi suất, ngân hàng đồng hành cùng
doanh nghiệp phát triển bền vững



Du thuyền - đỉnh cao của xa xỉ

- 26** Vì sao chúng ta nên mua một chiếc du thuyền?
- 30** Thị trường du thuyền Việt Nam bùng phát trong
tương lai gần
- 32** Chơi du thuyền vì sao là đỉnh cao của xa xỉ?
- 36** Top 6 du thuyền đắt nhất thế giới
- 42** Lagoon 46 tận hưởng cuộc sống ngọt ngào
- 48** Khám phá thế giới bằng du thuyền hạng sang sớm
trở thành xu hướng mới tại Việt Nam
- 52** Đăng cấp du thuyền của các ngôi sao thế giới



Chuyên mục Văn hoá

- 58** Sao không là cổ điển
- 64** Bora Bora - Thiên đường cuối khơi xa
- 68** Theo dấu cuộc thập tự chinh của
Indiana Jones
- 72** Legacy Yên Tử: Sự phản chiếu của di sản và
tâm linh
- 78** Mỹ Tâm - Nữ vương của làng giải trí Việt



Công nghệ

- 90** Camry hoàn toàn mới 2019 - “dẫn lối
đam mê”

Doanh nhân

- 94** Trần Xuân Hải - Nhà sáng lập Missionizer

Fed có thể hạ lãi suất vì lạm phát giảm sâu hơn

Ngày 22/5, Chủ tịch chi nhánh Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (Fed) tại St. Louis, James Bullard, nhận định tình trạng lạm phát giảm sâu hơn có thể thúc đẩy Fed hạ lãi suất, kể cả trong trường hợp nền kinh tế duy trì đà tăng trưởng.

Theo ông Bullard, nguy cơ Fed để lỡ mục tiêu lạm phát 2% và tình hình căng thẳng thương mại là hai thách thức chủ chốt đối với quá trình xây dựng chính sách của Ủy ban Thị trường Mở Liên bang Mỹ (FOMC).

Sau khi kết thúc cuộc họp trong hai ngày từ 30/4-1/5, Fed đã quyết định giữ nguyên lãi suất ở mức 2,25-2,5% và ngụ ý rằng cơ quan này có lẽ sẽ không thể tăng hay giảm lãi suất trong thời gian tới trước những tín hiệu về sự hồi phục “sức khỏe” của nền kinh tế lớn nhất thế giới này song tỷ lệ lạm phát trong nước lại thấp một cách bất thường.

Thông báo của Fed cho hay, tỷ lệ lạm phát trong nước vẫn chưa tăng lên được mức mục tiêu 2%. Tỷ lệ lạm phát hàng năm đang ở mức khoảng 1,5%. Thông báo này có thể làm đẩy lên những dự đoán về lần điều chỉnh lãi suất tiếp theo của Fed với khả năng sẽ là cắt giảm lãi suất, cho dù động thái này diễn ra vào bất kỳ thời điểm nào.



Xuất khẩu điện thoại thông minh của Huawei có thể giảm mạnh trong giai đoạn 2019-2020



Theo các nhà phân tích, công ty công nghệ viễn thông Huawei (Trung Quốc) có thể đối mặt nguy cơ doanh số bán điện thoại thông minh giảm gần 25% tại thị trường nước ngoài trong năm 2019 và sản phẩm này của Huawei sẽ có thể “biến mất” khỏi các thị trường trên thế giới do tác động của các biện pháp trừng phạt mà Chính phủ Mỹ áp dụng.

Trước sắc lệnh hành pháp của Tổng thống Mỹ Donald Trump về việc cấm các công ty công nghệ trong nước mua hoặc sử dụng thiết bị nước ngoài "có thể gây nguy hại an ninh quốc gia của Mỹ hoặc an ninh và an toàn của người Mỹ" (dường như nhằm vào Huawei), các công ty công nghệ, trong đó có Google và hãng chế tạo chip ARM thuộc SoftBank Group, cho biết sẽ ngừng cung cấp sản phẩm và các bản cập nhật phần mềm cho Huawei.

Chuyên gia của Strategy Analytics nhận định, Huawei có thể “vắng bóng” trên thị trường điện thoại thông minh Tây Âu trong năm 2019 nếu không thể tiếp cận các dịch vụ của Google. Strategy Analytics dự báo xuất khẩu điện thoại thông minh của Huawei sẽ giảm 23% trong năm 2020, song cho rằng tập đoàn này vẫn có thể “sống sót” nhờ quy mô lớn của thị trường điện thoại thông minh ở Trung Quốc.



Mỹ chưa sẵn sàng đàm phán về thuế quan với EU

Ủy viên phụ trách về thương mại của Liên minh châu Âu (EU) Cecilia Malmstrom hồi trung tuần tháng 5 cho hay, EU sẵn sàng khởi động các cuộc đàm phán thương mại với Mỹ, song Washington lại chưa sẵn sàng bắt đầu đàm phán về các loại thuế quan.

Bà Malmstrom không cho biết lí do đằng sau việc Washington không muốn đàm phán về vấn đề thuế quan, song nêu rõ nếu hai bên nhất trí xúc tiến thì vấn đề sẽ được đẩy nhanh trong vài tuần tới. Bà nhấn mạnh rằng lĩnh vực nông nghiệp sẽ không nằm trong nội dung đàm phán của EU.

Căng thẳng thương mại giữa Mỹ và EU đã gia tăng vào năm ngoái sau khi Tổng thống Mỹ Donald Trump áp đặt thuế thép và nhôm đối với một loạt các đối tác thương mại, trong đó có các nước châu Âu. EU sau đó đã tiến hành các biện pháp trả đũa, nhằm vào các sản phẩm của một số bang nhạy cảm về chính trị của Mỹ như xe máy Harley Davidson và rượu whisky ngô.

Facebook chốt lịch ra mắt tiền điện tử GlobalCoin

Theo BBC, đồng tiền điện tử Facebook dự kiến phát hành mang tên GlobalCoin từ quý I/2020. Hiện Facebook đã làm việc với giới chức Bộ Tài chính Mỹ và Ngân hàng Trung ương Anh cũng như các mạng thanh toán như Visa và Mastercard để lên kế hoạch thử nghiệm đồng tiền điện tử GlobalCoin ngay trong năm 2019.

Tiền điện tử GlobalCoin của Facebook được xây dựng trên nền tảng công nghệ blockchain - công nghệ lưu trữ và truyền tải thông tin bằng các khối được liên kết và mở rộng theo thời gian. Dự kiến sau khi ra mắt, GlobalCoin sẽ được triển khai ban đầu tại 10 nước và mở rộng sau đó.



Thư Ban Biên tập

Kính chào Quý độc giả!

Được xem là đỉnh cao của sự xa xỉ, du thuyền cá nhân hiện đang trở thành một thú chơi thu hút rất nhiều quan tâm và hứng thú của giới siêu giàu khắp nơi, trong đó có Việt Nam. Có nhiều lý do để sở hữu một chiếc du thuyền, như thỏa mãn niềm đam mê lênh đênh trên sóng nước, “đi trốn” khỏi những bộn bề thường nhật, thư giãn, nghỉ ngơi, cải thiện sức khỏe một cách hoàn toàn riêng tư, tăng sự gắn kết gia đình, những lúc không dùng đến có thể ủy quyền cho thuê, vô cùng linh hoạt. Cũng không quá lời khi nói rằng “mua một chiếc du thuyền là cú đầu tư sinh lời cho cả cuộc đời”.

Trong số chuyên đề về du thuyền này, Người Dẫn Đầu xin được giới thiệu đến Quý độc giả nhiều thông tin thú vị về những chiếc du thuyền cá nhân đắt nhất và nổi tiếng nhất thế giới, góc nhìn cập nhật về tiềm năng của thị trường du thuyền Việt Nam trong tương lai gần. Bên cạnh đó, Quý độc giả cũng sẽ có cơ hội tìm hiểu về chiếc catamaran Lagoon 46 ra mắt hồi tháng Một vừa qua, hay những lý do vì sao du thuyền được coi là thú chơi cầu kỳ, đắt đỏ và sành điệu nhất hiện nay.

Không chỉ vậy, du lịch quốc tế bằng du thuyền cũng đã có bước phát triển vô cùng mạnh mẽ, ngày càng nhiều người Việt hiện diện trên những “thành phố di động” 5 sao khổng lồ trên mặt nước, chu du tới các quốc gia ở châu Á, châu Âu, Bắc Mỹ trong những hải trình kéo dài nhiều ngày cho đến nhiều tháng. Hiện nay, việc tham gia vào các tour du thuyền hạng sang từ Việt Nam đã hết sức dễ dàng, mở ra một triển vọng tươi sáng cho loại hình du lịch độc đáo và mới mẻ này.

Bên cạnh đó, trong chuyên mục Văn hóa – Du lịch, chúng tôi mời Quý độc giả cùng khám phá hai danh thắng vào loại “tuyệt tác” trong mắt du khách toàn cầu, là “hòn ngọc giữa sa mạc” Petra ở Jordan và “thiên đường nghỉ dưỡng” Bora Bora ở Nam Thái Bình Dương. Những người đam mê thời trang hẳn cũng sẽ rất hài lòng khi được chiêm ngưỡng bộ sưu tập túi xách Guirlande và đồng hồ Baignoire mới nhất – đều của thương hiệu Cartier lừng danh. Quý độc giả cũng sẽ thấy được những cá tính ưu việt góp phần làm nên danh xưng “nữ vương làng giải trí Việt” cho ca sĩ Mỹ Tâm trong một bài viết gọn gàng và sắc sảo.

Quý độc giả thân mến, Quý I/2019, Vietcombank tiếp tục đồng hành cùng doanh nghiệp qua nhiều hành động thiết thực như giúp tiếp cận nguồn vốn dễ dàng, tăng cường quản trị rủi ro, cải thiện mạnh mẽ về quy trình, thủ tục và cơ cấu vận hành của hệ thống, đồng thời đưa ra nhiều chương trình cho vay với lãi suất ưu đãi và cạnh tranh. Trong bối cảnh thị trường tài chính có nhiều điểm sáng, Vietcombank càng nỗ lực hơn trong việc chủ động, tiên phong thực hiện các chính sách điều hành của Chính phủ, hết mình vì mục tiêu chung phát triển nền kinh tế.

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

Trân trọng,
Ban Biên Tập





Hiệp định RCEP: Vấn đề doanh nghiệp cần quan tâm

Vừa qua, Bộ Công Thương phối hợp với Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) tổ chức Hội thảo Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP): Tình hình đàm phán và những vấn đề doanh nghiệp cần quan tâm.

Theo chia sẻ từ các diễn giả, nhiều doanh nghiệp đang rất kỳ vọng vào RCEP bởi sẽ tạo ra một thị trường khổng lồ, với 50% dân số thế giới; chiếm 30% GDP toàn cầu, 28% tổng lượng thương mại của thế giới, nhu cầu đối với các sản phẩm mà Việt Nam có thể mạnh tương đối cao, đặc biệt là nông sản nhiệt đới, thực phẩm chế biến...

Tuy nhiên, hiện có nhiều doanh nghiệp vẫn quan ngại về hiệp định này. Cụ thể, trong các nước tham gia đàm phán ký kết, có nhiều đối tác có cơ cấu sản phẩm tương tự Việt Nam, có năng lực cạnh tranh mạnh hơn Việt Nam; các thị trường cũng có khác biệt lớn về yêu cầu chất lượng hàng hóa. Ngoài ra, nguy cơ xáo trộn, chuyển hướng thương mại, đặc biệt ở các thị trường mà các đối tác chưa có Hiệp định thương mại tự do (FTA) chéo...

Vốn FDI 5 tháng đầu năm 2019 tăng 69,1% so với cùng kỳ năm trước

Theo báo cáo của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, tính đến ngày 20/5/2019, tổng vốn đăng ký cấp mới, tăng thêm và góp vốn mua cổ phần của nhà đầu tư nước ngoài đạt 16,74 tỷ USD, tăng 69,1% so với cùng kỳ năm 2018.

Trong 5 tháng đầu 2019, ước tính các dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài đã giải ngân được 7,3 tỷ USD, tăng 7,8% so với cùng kỳ năm 2018. Có 505 lượt dự án đăng ký điều chỉnh vốn đầu tư với tổng vốn đăng ký tăng thêm 2,63 tỷ USD, tăng 5,5% so với cùng kỳ năm 2018.

Cũng trong 5 tháng đầu năm 2019, cả nước có 3.160 lượt góp vốn, mua cổ phần của nhà đầu tư nước ngoài với tổng giá trị vốn góp 7,65 tỷ USD, gấp 2,8 lần so với cùng kỳ 2018 và chiếm 45,7% tổng vốn đăng ký. Hà Nội là địa phương thu hút nhiều vốn đầu tư nước ngoài nhất sau 5 tháng đầu năm với tổng số vốn đăng ký hơn 4,79 tỷ USD, chiếm 28,6% tổng vốn đầu tư.

Honda Việt Nam sẽ ra mắt thị trường 18 mẫu xe máy và phiên bản mới

Trong năm tài chính 2020, Honda Việt Nam HVN sẽ giới thiệu ra thị trường 18 mẫu xe máy và phiên bản mới, đồng thời giới thiệu thêm nhiều mẫu xe ô tô mới cũng như phiên bản mới.

Đây là thông tin được tân Tổng Giám đốc Honda Việt Nam (HVN) Keisuke Tsuruzono chia sẻ tại lễ tổng kết hoạt động năm tài chính 2019 và kế hoạch phát triển năm tài chính 2020 diễn ra tối 23/5 ở Hà Nội. Chưa tiết lộ về những mẫu xe máy và ô tô mới sẽ ra thị trường, nhưng ông Keisuke Tsuruzono cho biết, trong năm tài chính 2019 (được tính từ tháng 4/2018 đến tháng 3/2019), tổng dung lượng thị trường xe máy Việt Nam đạt 3,37 triệu xe, tăng 2,7% so với kỳ trước. Trong đó, doanh số bán hàng của HVN đạt 2,56 triệu xe, tăng 7,6% so với năm tài chính 2018 và chiếm 76,8% thị phần cả nước.



Giá trị sản xuất công nghiệp khu vực phía Bắc chứng lại



Đó là nhận định của Thứ trưởng Bộ Công Thương Đặng Hoàng An tại hội nghị ngành công thương 28 tỉnh, thành phố khu vực phía Bắc diễn ra ngày 24/5 tại thành phố Hải Phòng.

Theo đó, ngành công thương khu vực đang có những dấu hiệu bất thường khi giá trị sản xuất công nghiệp có dấu hiệu chứng lại. Nếu như năm 2018, giá trị sản xuất công nghiệp của vùng đạt cao nhất so với các khu vực trên cả nước thì mức tăng của những tháng đầu năm 2019 lại thấp. Nếu ngành công thương không tìm ra giải pháp hữu hiệu và sớm triển khai thì việc hoàn thành kế hoạch sản xuất công nghiệp, thương mại của vùng trong năm 2019 sẽ khó khăn...

Năm 2018 và 4 tháng đầu năm 2019, tình hình sản xuất công nghiệp và hoạt động thương mại khu vực phía Bắc duy trì tốc độ tăng trưởng khá. Năm 2019, ngành công thương khu vực phía Bắc phần đầu đạt giá trị sản xuất công nghiệp hơn 4.571 nghìn tỷ đồng, tăng 13,3% so với năm 2018.

VinMart 4.0 - Siêu thị ảo đầu tiên tại Việt Nam

Siêu thị ảo VinMart 4.0 mô phỏng hơn 100 nhóm sản phẩm chọn lọc bằng hình ảnh trên những tấm áp phích khổ lớn. Các sản phẩm, thương hiệu được sắp xếp, bài trí màu sắc bắt mắt tương tự như quầy hàng thực tế trong siêu thị.

Siêu thị ảo sẽ được đặt tại các khu vực mật độ dân cư cao, đông người qua lại như khu tập thể, tòa nhà văn phòng, trường học, điểm chờ xe buýt... Trong thời gian đầu, VinMart lựa chọn 20 địa điểm tại Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh để triển khai siêu thị ảo và sẽ tiếp tục mở rộng tới các điểm khác trên cả nước. Khách mua hàng chỉ cần mở ứng dụng VinID, chọn tính năng Scan & Go sau đó quét mã QR các sản phẩm muốn mua tại VinMart 4.0 và thanh toán ngay bằng ứng dụng VinID, được giao hàng tận tay người mua chỉ sau 2 - 4 giờ.



Ngày 16/6 hằng năm sẽ là ngày không tiền mặt

Ngày không tiền mặt do báo Tuổi trẻ đề xuất - 16/6 - là ngày phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt được khuyến khích sử dụng khi mua sắm, giao dịch thanh toán và người tiêu dùng sẽ được hưởng chính sách ưu đãi từ các tổ chức tín dụng, trung gian thanh toán và các nhà bán lẻ, nhà cung cấp dịch vụ. Đây là thời điểm bắt đầu vào mùa du lịch, mua sắm giữa năm.

Ban tổ chức cho biết, với Ngày không tiền mặt đầu tiên vào 16/6/2019, đến thời điểm 20/5/2019, Ban tổ chức đã chính thức nhận được sự xác nhận tham gia hỗ trợ cho người tiêu dùng từ các đơn vị Napas, Vietcombank, Vinpro, Adayroi, Ví điện tử Moca|Grab, Momo, Shopee/Airpay, Lazada, Tiki, VPBank.



Thị trường tài chính Việt Nam quý I/2019 **BỨC TRANH SÁNG MÀU**

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

TRONG BỐI CẢNH KINH TẾ VÀ CHÍNH TRỊ TRÊN BÌNH DIỆN QUỐC TẾ ĐÃ VÀ ĐANG DIỄN BIẾN RẤT PHỨC TẠP, THỊ TRƯỜNG TÀI CHÍNH NÓI CHUNG VÀ THỊ TRƯỜNG TIỀN TỆ, TÍN DỤNG NÓI RIÊNG ĐÃ CÓ NHỮNG QUYẾT SÁCH VÀ BƯỚC ĐI RẤT PHÙ HỢP VỚI BỐI CẢNH HIỆN TẠI CỦA NỀN KINH TẾ.



Trong bối cảnh kinh tế và chính trị trên bình diện quốc tế đã và đang diễn biến rất phức tạp, đó là cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung, là sự đi hay ở của Anh quốc trong khối thị trường chung EU, là cuộc đàm phán thuận nghịch, đa phương về vũ khí hạt nhân của Triều Tiên, là những cuộc đụng độ nội chiến ở Afghanistan, ở vùng tranh chấp Dải Gaza..., nền kinh tế mở của Việt Nam không thể đứng ngoài môi trường phức hợp này. Tuy nhiên cuộc sống vẫn cần hàng và tiền. Thậm chí ngày càng cần hàng tốt, rẻ và tiền mạnh. Việt Nam đã có những quyết sách và chiến lược rất khả dĩ để đáp ứng những thứ cần, nơi cần và thoát khỏi những nơi, những mặt hàng bất lợi cả ở trong và ngoài nước để phát triển kinh tế. Trong đó, thị trường tài chính (TTTC) nói chung và thị trường tiền tệ, tín dụng nói riêng đã có những quyết sách và bước đi rất phù hợp với bối cảnh hiện tại của nền kinh tế.

Về thị trường tiền tệ, tín dụng

Ngày 1/4/2019, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đã tổ chức họp báo thông tin về tình hình điều hành chính sách tiền tệ và hoạt động ngân hàng quý I/2019. Dựa theo tinh thần chỉ đạo chiến lược là: "Ưu tiên chỉ tiêu tín dụng cao đối với các ngân hàng đã thực hiện trước thời hạn các quy định về phòng ngừa rủi ro (CAR) tại Thông tư 41/2016/TT-NHNN". Tại cuộc họp, NHNN cho biết tính đến ngày 25/3/2019, tổng phương tiện thanh toán tăng 2,67% so với cuối năm 2018, riêng tín dụng tăng khoảng 2,28%. Về cơ cấu tăng cũng phù hợp với mục tiêu điều hành chung, theo đó: tín dụng đối với ngành công nghiệp tăng 2,57% (chiếm tỷ trọng 19,99% tổng dư nợ nền kinh tế), trong đó ngành công nghiệp chế biến, chế tạo tăng 2,79%; tín dụng đối với ngành xây dựng tăng 1,08% (9,63%); tín dụng đối với ngành thương mại và dịch vụ tăng 1,97% (61,21%); tín dụng đối với ngành nông, lâm,

thủy sản tăng 1,01% (9,17%). Ngoài ra, tín dụng chảy vào các lĩnh vực ưu tiên cũng tăng khá, cụ thể, tín dụng đối với lĩnh vực công nghiệp hỗ trợ tăng 3,44%; lĩnh vực xuất khẩu tăng 5,4%; với doanh nghiệp ứng dụng công nghệ cao tăng 2,79%; với lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn tăng 2,23%... Mặt bằng lãi suất huy động và cho vay tiếp tục ổn định, lãi suất cho vay ngắn hạn tại thời điểm cuối quý I/2019 phổ biến thấp ở mức 6 - 9%/năm, 9 - 11%/năm đối với trung và dài hạn. NHNN đã xây dựng chỉ tiêu định hướng tăng trưởng tín dụng cả năm 2019 chỉ giữ ở mức 14%, có điều chỉnh phù hợp với diễn biến tình hình thực tế nhưng vẫn dựa trên cơ sở mục tiêu tăng trưởng kinh tế 6,8% và lạm phát bình quân dưới 4% mà Chính phủ đã chỉ đạo.

Với việc điều hành cơ cấu và tốc độ tăng thích ứng nói trên, NHNN đã chủ động mở rộng tín dụng sản xuất và tiêu dùng vào những lĩnh vực, ngành hàng cần và đủ cho nền kinh tế. Đó cũng là một trong những định hướng cho năm 2019 nhằm góp phần đẩy lùi nạn tín dụng đen đã từng gây méo mó cho cơ cấu cung - cầu trên TTTC thời gian qua. Như vậy, tư tưởng chỉ đạo của chính sách tiền tệ (CSTT) là kiểm soát các tỷ lệ an toàn, gồm cả tổng tỷ lệ tín dụng gia tăng nhưng vẫn đảm bảo hỗ trợ tăng trưởng kinh tế theo cơ cấu chiến lược.



Nếu thị trường Việt Nam được nâng từ hạng cận biên hiện nay lên mới nổi thì dòng vốn nước ngoài và cả trong nước sẽ đổ vào TTCK với quy mô lớn hơn rất nhiều.



Về thị trường chứng khoán

Ngày 26/1/2019, trong một cuộc trả lời phỏng vấn của giới truyền thông, ông Trần Văn Dũng - Chủ tịch Ủy ban chứng khoán cho biết: Đối với thị trường cổ phiếu, mặc dù có những biến động lớn trong năm 2018 nhưng cơ bản vẫn duy trì được đà tăng trưởng cả về quy mô và thanh khoản. Mức vốn hóa toàn thị trường đạt 3,96 triệu tỷ đồng, tăng 12,7% so với cuối năm 2017, tương đương 79% GDP năm 2017 và 72% GDP năm 2018, vượt chỉ tiêu từng đặt ra cho năm 2020. Thanh khoản thị trường cải thiện mạnh với tổng giá trị giao dịch bình quân cổ phiếu, chứng chỉ quỹ đạt 6.547 tỷ đồng/phiên, tăng 29% so với bình quân năm 2017.

Thị trường trái phiếu cũng đã có sự tăng trưởng mạnh mẽ trong năm 2018. Quy mô niêm yết đạt 1.122 nghìn tỷ đồng, tăng 10,4% so với cuối năm 2017 với 573 mã trái phiếu niêm yết. Trong đó, trái phiếu Chính phủ chiếm 98% và trái phiếu doanh nghiệp chiếm 2% giá trị niêm yết. Theo báo cáo cập nhật mới nhất của Bộ Tài chính tại buổi họp báo quý I/2019 về tình hình thực hiện nhiệm vụ tài chính - ngân sách chiều 5/4/2019, quy mô thị trường chứng khoán (TTCK) tính đến ngày 18/3 đạt trên 81% GDP, tăng 14% so với cuối năm 2018. Đến tuần chót tháng 4/2019, chỉ số VN-Index đang ở mức 974,14 điểm và chỉ số HNX-Index ở mức 106,87 điểm.

Một yếu tố có khả năng tạo đột biến tốt cho TTCK Việt Nam trong trung hạn là cơ hội nâng hạng nền kinh tế. Dự kiến tháng 6/2019 các tổ

chức xếp hạng thị trường quốc tế sẽ có đánh giá về nền kinh tế thị trường Việt Nam. Việc cải tiến chính sách vĩ mô và việc sửa đổi Luật chứng khoán trong năm nay sẽ là những yếu tố quan trọng để đẩy nhanh quá trình xét nâng hạng nền kinh tế thị trường nước ta. Nếu thị trường Việt Nam được nâng từ hạng cận biên hiện nay lên mới nổi thì dòng vốn nước ngoài và cả trong nước sẽ đổ vào TTCK với quy mô lớn hơn rất nhiều.

Về dự trữ và tỷ giá ngoại tệ

3 tháng đầu năm, tỷ giá và thị trường ngoại tệ luôn ổn định. Nhờ có những chính sách vĩ mô thích hợp nên thị trường ngoại tệ luôn được hỗ trợ từ nguồn cung ngoại tệ dồi dào, thanh khoản tốt, hệ thống TCTD luôn mua ròng ngoại tệ từ khách hàng, nhờ đó NHNN tiếp tục mua được ngoại tệ bổ sung dự trữ ngoại hối Nhà nước. Nhờ đó, tỷ giá sau khi vọt lên 23.350 đồng/USD vào tuần cuối tháng 4 thì những ngày đầu tháng 5/2019 giá USD tự do lại đang trên đà giảm mạnh. Giá USD tự do tại Hà Nội sáng 3/5 phổ biến ở mức 23.265 đồng/USD (mua vào) và 23.290 đồng (bán ra), giảm tương ứng 30 đồng và 25 đồng so với sáng hôm trước. Ngân hàng Vietcombank cũng giảm 20 đồng giá USD niêm yết, còn 23.210 đồng và 23.310 đồng, tương ứng giá mua và bán. Có được điều đó một phần cũng nhờ nguồn cung ngoại tệ trong nền kinh tế hiện đang rất dồi dào khi cán cân thương mại thặng dư hơn 620 triệu USD trong quý I/2019.

Cũng từ đầu năm 2019, lượng vốn FDI đã giải ngân lên tới 5,7 tỷ USD; lượng vốn vào thông qua hoạt động góp vốn, mua cổ phần cũng đạt 5,68 tỷ USD; nguồn kiều hối, thu từ hoạt động du lịch cũng tăng mạnh... Nguồn cung ngoại tệ dồi dào đã tạo cơ hội để NHNN tiếp tục mua vào được 8,35 tỷ USD bổ sung làm giàu cho quỹ dự trữ ngoại hối quốc gia, tạo thành một bộ đệm khá an toàn cho nền kinh tế chống đỡ lại các cú sốc từ bên ngoài. Trong khi đó, trên thị trường thế giới, đồng USD duy trì xu hướng tăng. Chỉ số Dollar Index đo sức mạnh đồng USD so với một rổ gồm 6 đồng tiền chủ chốt khác đã tăng qua ngưỡng 98,82 điểm trong phiên sáng 3/5 tại châu Á, từ mức 97,6 điểm trong phiên đêm trước tại Mỹ.

Việc các tổ chức xếp hạng tín nhiệm toàn cầu như Moodys, Fitch Ratings liên tục nâng xếp hạng tín nhiệm cho Việt Nam trong năm 2018 và gần đây nhất là S&P cũng đã nâng xếp hạng tín nhiệm cho Việt Nam sau 9 năm, chính là những dấu ấn cho thấy uy tín của thị trường Việt Nam đang ngày càng được nâng cao.



Đồng USD tăng giá gây sức ép giảm giá lên vàng, khiến giá kim loại quý này rơi xuống gần mức thấp nhất trong 4 tuần trước liền kề. Trong phiên giao dịch đêm 2/5 tại New York, giá vàng giao ngay giảm 5,9 USD/oz, chốt ở 1.271,4 USD/oz. Đây là mức giá đóng cửa thấp nhất của vàng giao ngay kể từ cuối tháng 12/2018. Lúc gần 11h trưa 3/5 theo giờ Việt Nam, giá vàng giao ngay trong phiên châu Á tăng 1,9 USD/oz so với đóng cửa phiên Mỹ, đứng ở 1.273,3 USD/oz. Mức giá này quy đổi theo giá USD tự do và chưa tính các chi phí liên quan tương đương khoảng 35,7 triệu đồng/lượng, thấp hơn giá vàng SJC bán lẻ khoảng 550.000 đồng/lượng. Giá vàng trong nước dù cũng giảm nhưng vẫn cao hơn giá vàng quốc tế. Tập đoàn Phú Quý niêm yết giá vàng SJC tại thị trường Hà Nội ở mức 36,16 triệu đồng/lượng (mua vào) và 36,26 triệu đồng/lượng (bán ra) vào sáng 3/5/2019. Tại thị trường Tp.HCM, Công ty SJC báo giá vàng miếng cùng thương hiệu, cùng thời gian ở mức 36,09 triệu đồng/lượng và 36,26 triệu đồng/lượng, tương ứng giá mua và bán. Biểu đồ giá vàng của các doanh nghiệp kim hoàn lớn cũng cho thấy giá vàng miếng đang ở vùng thấp nhất kể từ tháng 7/2017. Dự trữ ngoại hối tăng cao còn nâng cao uy tín, vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

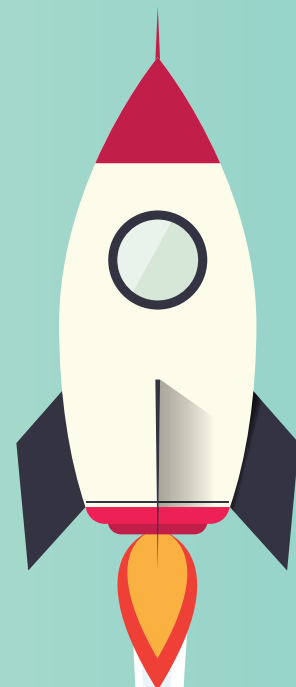
Việc các tổ chức xếp hạng tín nhiệm toàn cầu như Moodys, Fitch Ratings liên tục nâng xếp hạng tín nhiệm cho Việt Nam trong năm 2018 và gần đây nhất là S&P cũng đã nâng xếp hạng tín nhiệm cho Việt Nam sau 9 năm, chính là những dấu ấn cho thấy uy tín của thị trường Việt Nam đang ngày càng được nâng cao.

Tóm lại, đường hướng phát triển kinh tế nước ta năm 2019 vẫn là duy trì tăng trưởng bền vững và cải cách các chính sách hỗ trợ tăng trưởng hiệu quả. Đường hướng đó đã và đang tạo ra một bức tranh sáng màu của thị trường Việt Nam nói chung và thị trường tài chính nói riêng như những gì chúng ta đang chứng kiến trong thực tiễn mà bài viết này chỉ điểm lại những đường nét rất cơ bản của bức tranh sáng sửa đó trong bối cảnh phức tạp của thị trường thế giới hiện nay.

Để phát triển **KINH TẾ TƯ NHÂN** Ở VIỆT NAM

TS. NGUYỄN MINH PHONG

DOANH NGHIỆP LÀ TÀI SẢN QUỐC GIA. HƠN NỮA, TÀI SẢN NÀY QUÍ HƠN CÁC MỎ VÀNG MỎ BẠC. CÁC MỎ VÀNG MỎ BẠC SAU MỘT THỜI GIAN KHAI THÁC SẼ CẠN, CÒN MỎ DOANH NGHIỆP, CÀNG KHAI THÁC CÀNG TẠO NGUỒN LỢI CHO PHÁT TRIỂN ĐẤT NƯỚC. VÌ VẬY, CẦN TRÂN TRỌNG DOANH NGHIỆP, ĐẶC BIỆT LÀ DOANH NGHIỆP THUỘC KHU VỰC KINH TẾ TƯ NHÂN (KTTN).



Trong quá trình đổi mới và phát triển KTTT định hướng XHCN ở Việt Nam, khu vực KTTN có nhiều tiềm năng to lớn và ngày càng được đề cao như là động lực quan trọng cho phát triển KT-XH đất nước. KTTN có tốc độ phát triển nhanh, quy mô, cơ cấu và phạm vi kinh doanh ngày càng mở rộng, có đóng góp ngày càng tích cực vào thu hút vốn xã hội, nâng cao nội lực sản xuất và cải thiện nguồn thu NSNN.

Động lực phát triển kinh tế

Theo Ban Kinh tế TW, số lượng doanh nghiệp trong khu vực KTTN cả nước gia tăng mạnh từ 655.000 năm 2017 lên 730.000 vào năm 2018 và đạt 743.409 vào cuối quý I năm 2019. Trong đó, phong trào khởi nghiệp nở rộ, với khoảng 3.000 doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo vào năm 2018. Tổng vốn đăng ký mới tăng từ 1.295.911 tỷ đồng vào năm 2017 lên 1.478.100 tỷ đồng vào năm 2018. Mỗi năm (2017 và 2018), có hơn 1,1 triệu việc làm mới được tạo ra. Riêng quý I năm 2019, 375.500 tỷ đồng vốn đầu tư mới và gần 320.000 việc làm mới đã được bổ sung vào nền kinh tế.

Quy mô của nhiều doanh nghiệp ngày càng mở rộng, một số doanh nghiệp đạt tổng tài sản đến hàng trăm nghìn tỷ đồng và sử dụng hàng chục nghìn lao động. Khu vực kinh tế tư nhân đang chiếm khoảng 40% GDP cả nước; tốc độ tăng trưởng của doanh nghiệp tư nhân (không tính loại hình cá thể, hộ gia đình) đạt gần 12% vào năm 2017, cao hơn mức chung của nền kinh tế cùng năm (6,81%); khu vực kinh tế tư nhân và khu vực

kinh tế tập thể chiếm 26% giá trị xuất khẩu, 34% giá trị nhập khẩu, đóng góp 32,26% vào ngân sách nhà nước năm 2017 và 38,20% năm 2018, vượt đáng kể so với mức 29,43% của 2016, là năm chưa ban hành Nghị quyết.

Đội ngũ doanh nhân trong khu vực này ngày càng có bản lĩnh và kỹ năng kinh doanh thị trường. Nhiều doanh nghiệp tư nhân đang điều chỉnh chiến lược đầu tư và kinh doanh theo hướng bền vững hơn, gắn nhiều hơn với công nghệ và đổi mới sáng tạo thông qua việc thiết lập trường đại học, viện/trung tâm nghiên cứu và triển khai cũng như hoàn thành được những công trình lớn, phức tạp trong một thời gian tương đối ngắn.

Đối diện thách thức không nhỏ

Tuy nhiên, trên thực tế, dù số lượng doanh nghiệp tư nhân thành lập nhiều nhưng khả năng trụ vững và phát triển hiệu quả còn thấp: số doanh nghiệp ngừng hoạt động đã gia tăng từ 39.000 của năm 2017 lên 63.000 doanh nghiệp vào năm 2018. Do vậy, mục tiêu đến năm 2020 nước ta có một triệu doanh nghiệp khó hoàn thành nếu không có giải pháp đột phá về cải thiện môi trường kinh doanh. Sự gia tăng số lượng của doanh nghiệp tư nhân chưa gắn với sự đột phá về chất lượng phát triển. Trong vài năm gần đây, nhóm doanh nghiệp tư nhân có giá trị sản lượng chiếm khoảng 8% GDP cả nước, trong khi nhóm kinh tế hộ gia đình, cá thể chiếm khoảng 30%. Trong đó, nhóm hộ gia đình, cá thể có tốc độ tăng trưởng thấp hơn mức trung bình cả nước.



Khu vực kinh tế tư nhân đang bị phân cực, với 97% doanh nghiệp tư nhân là các doanh nghiệp nhỏ và vừa (khoảng 70% số doanh nghiệp đăng ký có quy mô dưới 10 lao động và vốn đăng ký dưới năm tỷ đồng). Các doanh nghiệp có quy mô trung bình còn ít gây khó cho tích lũy vốn và công nghệ, cải thiện chuyên môn hóa, nâng cao năng suất lao động và sức cạnh tranh; cũng như tạo chuỗi liên kết giá trị lan tỏa, đặc biệt trong lĩnh vực đổi mới sáng tạo và tăng trưởng. Khu vực này vẫn đang phải đối mặt với nhiều rào cản cả về nhận thức lẫn khung khổ pháp luật, cơ chế, chính sách và thực thi cơ chế, chính sách cũng như môi trường kinh doanh mặc dù đã được cải thiện nhưng vẫn còn chậm, nhiều bất cập; chưa đồng đều giữa các bộ, ngành, địa phương, chưa thực chất trên một số lĩnh vực cũng như năng lực nội tại chưa cao của chính khu vực này.

Đa số các doanh nghiệp đang đối diện với nhiều khó khăn và hạn chế về điều kiện đất đai và mặt bằng sản xuất kinh doanh, về nguồn vốn và tín dụng, về năng lực đổi mới và cơ hội tiếp thụ khoa học công nghệ, về thông tin và thị trường, về đăng ký thương hiệu, bản quyền và bảo đảm chất lượng hàng hóa, cũng như về áp lực tâm lý xã hội và thủ tục quản lý nhà nước. Sự liên kết giữa các loại hình và khu vực doanh nghiệp còn mờ nhạt.

Nhiều doanh nghiệp chưa thực hiện tốt những quy định pháp luật về lao động, thuế, chủ yếu làm gia công, lắp ráp, với thu nhập thấp, hiệu quả không cao, khả năng tái đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh bị hạn chế. Hiện tượng doanh nghiệp

bị phá sản, hàng hóa không tiêu thụ được, đình đốn đình trệ sản xuất, nợ đọng và nợ khó đòi cao. Hoạt động của nhiều tổ chức xã hội-ngề nghiệp, các hiệp hội ngành nghề và các tổ chức quần chúng khác (kể cả tổ chức công đoàn) còn chưa được quan tâm, xây dựng, phát triển và hoạt động có hiệu quả trong khu vực KTTN.

Phát triển nhanh chóng và hiệu quả khu vực KTTN là đòi hỏi cấp thiết từ cuộc sống và cũng là quyết tâm lớn của Đảng, Nhà nước; đồng thời, phải xuất phát từ thực tiễn đặc thù, các nguyên tắc của cơ chế kinh tế thị trường, cũng như các cam kết và thông lệ quốc tế trong xu hướng mở cửa, tăng cường, hội nhập quốc tế.

Cần có giải pháp đột phá, cụ thể

Điều quan trọng không phải là ban cho KTTN những đặc quyền, đặc lợi, mà là tạo môi trường bảo đảm khu vực doanh nghiệp tư nhân thực sự bình đẳng, công bằng với các khu vực doanh nghiệp khác, kể cả trong đấu thầu. Nhà nước cần có nhiều đột phá mới, táo bạo, tháo gỡ, giải quyết căn bản các vướng mắc, bất cập, bức xúc đang tồn tại hoặc sẽ phát sinh trong thực tiễn. Quản lý nhà nước đối với khu vực KTTN cần tạo điều kiện cho doanh nghiệp được tự do kinh doanh theo pháp luật, bình đẳng, cùng có lợi; coi trọng định hướng, hỗ trợ, kiểm tra, kiểm soát đối với KTTN bằng chính sách, thông tin thị trường và khuyến khích quá trình tái cơ cấu kinh tế.

Đặc biệt, cần thực sự đẩy mạnh cải cách nền hành chính quốc gia, sàng lọc, kiểm soát và trừng trị những kẻ những nhiều, vô trách nhiệm, sợ trách nhiệm đối với KTTN; kiện toàn tổ chức, nâng cao vai trò, năng lực, trách nhiệm của các hiệp hội ngành hàng, hiệp hội doanh nghiệp trong bảo vệ lợi ích chính đáng của doanh nghiệp và người lao động, tạo sự đồng thuận, hợp tác và cạnh tranh lành mạnh trong kinh doanh trên cơ sở pháp luật và truyền thống dân tộc; giáo dục lòng yêu nước, tự hào dân tộc và trách nhiệm xã hội, bản lĩnh kinh doanh cho doanh nhân và người lao động; xây dựng một số thương hiệu chủ lực quốc gia và địa phương.

Trước mắt, cần tập trung giải quyết các khó khăn của khu vực KTTN về nợ đọng, nợ xấu, mặt bằng sản xuất kinh doanh, nguồn vốn, năng lực khoa học – công nghệ và về thị trường...; tổ chức các đường dây nóng, các cuộc gặp gỡ, tiếp xúc định kỳ và không định kỳ giữa các cơ quan quản lý nhà nước với các doanh nhân, doanh nghiệp; mở rộng, phát triển đồng bộ và nâng cao chất lượng các dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp, nhất là cung cấp thông tin



Một nền kinh tế thị trường mạnh là nền kinh tế có khu vực kinh tế tư nhân mạnh.

thị trường (chất lượng, giá cả và cung- cầu cũng như triển vọng sản phẩm); thông tin đối tác, cơ hội và kinh nghiệm kinh doanh; thông tin về môi trường đầu tư (các quy định pháp lý, thủ tục xuất-nhập khẩu; các yêu cầu và giấy chứng nhận về vệ sinh an toàn, chất lượng sản phẩm; các đặc điểm văn hoá, thị hiếu tiêu dùng; hệ thống phân phối hàng,...) và các dịch vụ xúc tiến thương mại (hội chợ, triển lãm, quảng cáo và tham quan thị trường, môi giới và tiếp xúc với các đối tác tiềm năng...); khuyến khích phát triển các dịch vụ hỗ trợ tư pháp, nhất là về đăng ký và xử lý tranh chấp thương hiệu, tư vấn kế toán, thuế, thủ tục xuất- nhập khẩu; các dịch vụ tài chính- ngân hàng, nổi bật là dịch vụ thanh toán, chuyển tiền, bảo hiểm và bảo lãnh tín dụng (kể cả bảo lãnh tín dụng quốc tế, thế chấp bằng tài sản ở trong nước của các doanh nhân và doanh nghiệp Việt Nam); xây dựng và triển khai hiệu quả những chương trình giáo dục, đào tạo riêng, thích hợp nhằm bồi dưỡng kiến thức của các giám đốc doanh nghiệp cũng như người lao động trong khu vực KTTN...

Về phía doanh nghiệp cũng cần có sự chủ động tự điều chỉnh, bám sát và đáp ứng tốt hơn nhu cầu thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh thị trường và quản trị rủi ro; vừa tuân thủ luật pháp, vừa chủ động phản biện, nêu rõ các khó khăn các vướng mắc và cụ thể hóa yêu cầu, kiến nghị, góp phần hoàn thiện luật pháp kinh doanh, tìm kiếm các biện pháp để tháo gỡ khó khăn cho KTTN, đưa đất nước phát triển theo đúng tinh thần kinh tế thị trường định hướng XHCN.

Một nền kinh tế thị trường mạnh là nền kinh tế có khu vực KTTN mạnh. Công cuộc đổi mới toàn diện và những đột phá táo bạo, đúng đắn về thể chế kinh tế thị trường sẽ là một bảo đảm cho triển vọng phát triển của khu vực KTTN Việt Nam.

Miễn phí thường niên năm đầu thẻ tín dụng Vietcombank năm 2019

Từ 24/01/2019 đến hết 31/12/2019, Vietcombank miễn phí thường niên năm đầu tiên đối với khách hàng phát hành mới thẻ tín dụng của Vietcombank trong thời gian triển khai chương trình và có tổng giá trị các giao dịch chi tiêu đạt tối thiểu 1.000.000 VNĐ trong vòng 2 tháng kể từ thời điểm phát hành thẻ.

Đối tượng áp dụng: Khách hàng mới (CIF mới) phát hành mới thẻ tín dụng của Vietcombank trong thời gian triển khai chương trình.

Quý khách liên hệ Vietcombank gần nhất hoặc gọi 1900.54.54.13 để được hỗ trợ.

Ưu đãi cho khách hàng phát hành mới thẻ Vietcombank Cashplus Platinum American Express

Từ 20/05/2019 đến hết 31/08/2019, khách hàng phát hành mới thẻ Vietcombank Cashplus Platinum American Express được ưu đãi: Hoàn tiền 15%, lên đến 03 triệu đồng, khi thanh toán bằng thẻ tín dụng Vietcombank Cashplus Platinum American Express. Đặc biệt, hoàn thêm đến 30% khi thanh toán bằng thẻ tại cửa hàng Zara Việt Nam.

Quý khách liên hệ Vietcombank gần nhất hoặc gọi 1900.54.54.13 để được hỗ trợ.

Ưu đãi vượt trội dành cho chủ thẻ Vietcombank Visa Signature

Thẻ tín dụng quốc tế Vietcombank Visa Signature là sản phẩm thẻ dành riêng cho khách hàng Priority của Vietcombank với những tính năng, ưu đãi vượt trội và các chính sách đặc biệt áp dụng riêng cho phân khúc khách hàng cao cấp.

Sử dụng thẻ Vietcombank Visa Signature, chủ thẻ nhận được những ưu đãi hấp dẫn như:

Ưu đãi bảo hiểm: Bảo hiểm tai nạn (cho những chuyến đi) lên đến 10.5 tỷ VNĐ/người; bảo hiểm cho các sự cố phát sinh.

Ưu đãi ẩm thực: Theo chương trình của TCTQT Visa và ưu đãi dành riêng cho chủ thẻ Vietcombank Visa Signature.

Ưu đãi phòng chờ VIP tại các sân bay: Miễn phí sử dụng hơn 1.000 phòng chờ tại các sân bay trên toàn cầu và không giới hạn số lượt sử dụng hàng năm cho chủ thẻ...

Ưu đãi Golf: Miễn 100% phí ra sân, đặt một (01) lượt chơi ưu đãi trong một tháng dương lịch...

Dịch vụ hỗ trợ khách hàng: Ngoài dịch vụ hỗ trợ thông thường, còn có đường dây nóng miễn phí dành riêng cho khách hàng cao cấp: +84.1800.1565; Dịch vụ concierge service theo platform của Visa...

Ưu đãi dịch vụ thẻ, ưu đãi theo chính sách dành cho KH Priority và nhiều ưu đãi khác.





Chuyển thẻ từ sang thẻ **THẺ CHIP NỘI ĐỊA** XU THỂ THỊ TRƯỜNG QUỐC TẾ TẤT YẾU

THẺ CHIP NỘI ĐỊA ĐÁP ỨNG ĐẦY ĐỦ CÁC YẾU TỐ KỸ THUẬT VỀ AN TOÀN, BẢO MẬT THEO TIÊU CHUẨN QUỐC TẾ EMV, HẠN CHẾ CÁC RỦI RO VỀ GIAN LẬN GIẢ MẠO TRONG THANH TOÁN THẺ, ĐẢM BẢO AN NINH AN TOÀN THANH TOÁN CHO KHÁCH HÀNG.



Đại diện Ban Lãnh đạo Vietcombank: ông Đào Minh Tuấn – Chủ tịch Hội thẻ Ngân hàng Việt Nam, Phó Tổng Giám đốc (thứ 6 từ trái sang) và ông Thomas William Tobin – Giám đốc Khối Bán lẻ (thứ 2 từ trái sang) chụp ảnh cùng các đại biểu tại sự kiện

Ngày 28/05/2019 tại Hà Nội, dưới sự chỉ đạo của Ngân hàng nhà nước (NHNN), Công ty Cổ phần Thanh toán quốc gia Việt Nam (Napas) đã tổ chức Lễ ra mắt thẻ chip nội địa của các ngân hàng Việt Nam. Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam (Vietcombank) là một trong bảy ngân hàng đầu tiên tại thị trường hoàn thành việc triển khai chuẩn chip không tiếp xúc cho cả mảng phát hành và thanh toán thẻ nội địa Vietcombank - Vietcombank Connect 24.

Bắt kịp xu thế hội nhập

Thẻ chip nội địa đáp ứng đầy đủ các yếu tố kỹ thuật về an toàn, bảo mật theo tiêu chuẩn quốc tế EMV, hạn chế các rủi ro về gian lận giả mạo trong thanh toán thẻ, đảm bảo an ninh an toàn thanh toán cho khách hàng; làm nền tảng quan trọng để tích hợp, ứng dụng cho các dịch vụ cũng như phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt cho các dịch vụ như y tế, giáo dục, giao thông, bảo hiểm và các dịch vụ công.

Phát biểu tại sự kiện, Phó Thống đốc NHNN Việt Nam Nguyễn Kim Anh nhấn mạnh, việc chuyển đổi thẻ chip nội địa là xu thế tất yếu của các nước trong khu vực và quốc tế trước tình trạng tội phạm công nghệ cao ngày càng gia tăng và tập trung vào các thị trường chưa thực hiện chuyển đổi công nghệ chip. “Do vậy, Hội thẻ ngân hàng Việt Nam, các ngân hàng, Napas và đơn vị có liên quan cần

Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam (Vietcombank) là một trong bảy ngân hàng đầu tiên tại thị trường hoàn thành việc triển khai chuẩn chip không tiếp xúc cho cả mảng phát hành và thanh toán thẻ nội địa Vietcombank - Vietcombank Connect 24.

phối hợp chặt chẽ, tích cực hơn nữa để đẩy nhanh quá trình chuyển đổi thẻ chip nội địa theo đúng lộ trình NHNN đã ban hành. Công tác chuyển đổi phải đảm bảo hoạt động thẻ vẫn diễn ra liên tục, ổn định và an toàn; đồng thời, cần đảm bảo quyền lợi hợp pháp của khách hàng chủ thẻ trong quá trình thực hiện chuyển đổi” - ông Nguyễn Kim Anh chỉ đạo.

Hiện Việt Nam có 48 ngân hàng phát hành thẻ nội địa với số lượng khoảng 76 triệu thẻ, hơn 261.000 máy POS và 18.600 máy ATM; trong đó phần lớn POS đã tuân theo tiêu chuẩn EMV nên việc triển khai thẻ chip nội địa trên các thiết bị chấp nhận thẻ sẽ không quá phức tạp. Theo kế hoạch đặt ra, đến 31/12/2019, các ngân hàng thương mại thực hiện chuyển đổi ít nhất 30% số lượng thẻ từ nội địa, 35% số lượng ATM và 50% số lượng POS hiện có sang công nghệ chip tiếp



Ông Nguyễn Kim Anh - Phó Tổng đốc NHNN phát biểu chỉ đạo

xúc và không tiếp xúc. Toàn bộ máy ATM và POS trên thị trường đảm bảo tuân thủ tiêu chuẩn VCCS vào 31/12/2020. Chậm nhất vào 31/12/2021, toàn bộ thẻ từ nội địa đang lưu hành của tổ chức phát hành thẻ tuân thủ TCCS về thẻ chip nội địa.

Với việc chuyển đổi thẻ từ sang thẻ chip, lần đầu tiên thị trường thanh toán Việt Nam triển khai áp dụng một tiêu chuẩn kỹ thuật thống nhất tương thích với tiêu chuẩn quốc tế EMV, khẳng định tính tự chủ và ứng dụng kịp thời những thành tựu tiên bộ của CMCN 4.0 trong hoạt động thanh toán của ngành ngân hàng; giúp cho các giao dịch thanh toán an toàn, bảo mật hơn, tạo điều kiện thuận lợi cho các ngân hàng phát triển tính năng thanh toán mới, hiện đại cho sản phẩm thẻ nội địa; mở ra cơ hội để thẻ nội địa tham gia hội nhập quốc tế.

Đánh giá về việc thực hiện các mục tiêu trước mắt, bà Nguyễn Tú Anh, Chủ tịch Hội đồng quản trị Napas cho biết, Napas đã sẵn sàng nguồn lực về nhân sự và công nghệ để hỗ trợ các ngân hàng còn lại thực hiện việc nâng cấp hệ thống phát hành, thanh toán thẻ chip nội địa. Napas đang nghiên cứu việc hợp tác với các tổ chức thẻ quốc tế để cùng với các ngân hàng Việt Nam phát hành ra thị trường thẻ đồng thương hiệu (co-badge) giữa thẻ chip nội địa và thẻ chip quốc tế, cho phép khách hàng sở hữu chiếc thẻ này sử dụng thuận tiện cả trong nước và nước ngoài.

“Bên cạnh đó, nhằm hỗ trợ các ngân hàng trong công tác chuyển đổi, hướng tới mục tiêu chuyển đổi thẻ chip nội địa

theo lộ trình của NHNN, Napas đã triển khai chính sách giảm phí dịch vụ chuyển mạch lên đến 80% (tùy theo loại giao dịch) cho các ngân hàng hoàn thành các điều kiện kỹ thuật để chuyển đổi thẻ từ sang theo tiêu chuẩn thẻ chip nội địa từ 1/5/2019” - bà Tú Anh khẳng định.

Tại sự kiện, trao đổi về việc nâng cấp, phát triển mạng lưới chấp nhận thẻ chip và thẻ không tiếp xúc (POS) của Vietcombank trong thời gian tới, ông Đào Minh Tuấn - Phó Tổng Giám đốc Vietcombank cho biết: “Với việc tham gia ngay từ đầu, lộ trình triển khai rõ ràng cùng cơ sở hạ tầng và kinh nghiệm hơn 15 năm triển khai, đối với các loại thẻ nội địa và thẻ quốc tế Visa, Master, trong năm 2019, Vietcombank đặt ra mục tiêu chuyển đổi 30% số lượng thẻ chip nội địa, 30% ATM và 50% đơn vị chấp nhận thẻ POS”. Hiện nay, Vietcombank có khoảng 14 triệu thẻ ghi nợ nội địa đang lưu hành trên thị trường. Thực hiện chủ trương của Ngân hàng Nhà nước về lộ trình chuyển đổi thẻ chip nội địa, với mục tiêu gia tăng sự an toàn bảo mật, gia tăng tiện ích cho khách hàng trong thanh toán, Vietcombank cam kết sẽ tuân thủ quy định của NHNN về việc hoàn thành chuyển đổi 100% thẻ nội địa của Vietcombank sang thẻ chip vào 31/12/2021.

Chính sách ưu đãi phí chuyển đổi

Trao đổi tại sự kiện, đại diện Hội thẻ ngân hàng Việt Nam và lãnh đạo của 7 ngân hàng đầu tiên triển khai phát hành và thanh toán thẻ chip nội địa cam kết tiếp tục nỗ lực hoàn thành công tác chuyển đổi thẻ chip nội địa theo lộ trình đặt ra của NHNN. Việc chuyển đổi thẻ từ sang thẻ chip nội địa sẽ không ảnh hưởng tới giao dịch của khách hàng.

Tuy nhiên, phát sinh chi phí chuyển đổi cũng là một vấn đề với các ngân hàng, đặc biệt đối với các



Lãnh đạo NHNN trải nghiệm tính năng thanh toán không tiếp xúc của thẻ chip nội địa



Ông Đào Minh Tuấn - Chủ tịch Hội thẻ Việt Nam - Phó Tổng Giám đốc Vietcombank (thứ 3 từ trái sang) đưa ra lộ trình về việc nâng cấp, phát triển mạng lưới chấp nhận thẻ chip và thẻ không tiếp xúc (POS) của Vietcombank

ngân hàng có số lượng thẻ lớn nhưng các ngân hàng về cơ bản sẽ áp dụng các chính sách ưu đãi phí chuyển đổi đặc biệt cho các chủ thẻ hiện tại, xem xét việc thu phí phát hành thẻ mới theo từng giai đoạn.

Về vấn đề này, bên lề sự kiện, bà Nguyễn Hồng Vân - Giám đốc Trung tâm Thẻ Ngân Vietcombank, chia sẻ với Người Dẫn Đầu: Một trong số các hạng mục chính mà ngân hàng phải đầu tư để chuyển đổi từ thẻ từ sang thẻ chip là hệ thống máy chủ cho thanh toán và phát hành thẻ, hệ thống cá thể hóa thẻ, các điểm chấp nhận thẻ ATM/ POS để đảm bảo cho quá trình phát hành và xử lý thẻ chip.

“Tất cả các hệ thống kỹ thuật trên, Vietcombank sẽ phải đảm bảo tuân thủ và đạt chuẩn theo Bộ tiêu chuẩn VCCS. Một số hệ thống/thiết bị Vietcombank phải thay mới, mua sắm bổ sung hoặc nâng cấp để có thể mang đến cho khách hàng sản phẩm thanh toán sử dụng công nghệ cao” - bà Nguyễn Hồng Vân nhấn mạnh.

Như vậy, theo bà Vân, chi phí đầu tư cho các hạng mục này là rất lớn. “Tuy nhiên, với mong muốn đem đến cho khách hàng sản phẩm, dịch vụ và phương tiện thanh toán tiên tiến, nhanh chóng tiện lợi, an toàn bảo mật, trải nghiệm dịch vụ thanh toán với chiếc thẻ thông minh đa năng, Vietcombank không ngừng nỗ lực trong đầu tư để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng về thanh toán tiện lợi và an toàn trong thời đại phát triển mạnh mẽ của công nghệ và số hóa như hiện nay” - Giám đốc Trung tâm Thẻ Vietcombank khẳng định.

Cũng theo bà Nguyễn Hồng Vân, việc hoàn thành chuyển đổi thẻ chip của Vietcombank sẽ góp phần đẩy nhanh tiến trình chip hóa của toàn ngành ngân hàng và là một bước đi theo đúng xu hướng chung của thế

giới, loại trừ các vấn đề về gian lận, giả mạo đang tồn đọng.

Hiện tại, Vietcombank đang triển khai thí điểm phát hành và thanh toán thẻ ghi nợ nội địa chip không tiếp xúc Vietcombank Connect 24. Vietcombank sẽ thông báo kế hoạch phát hành thẻ chip nội địa cho tất cả các khách hàng mới và kế hoạch chuyển đổi cho các khách hàng hiện hữu sang thẻ chip trong thời gian sớm nhất.



Quầy đăng ký chuyển đổi thẻ từ sang thẻ chip của Vietcombank

Tính năng vượt trội của thẻ chip nội địa

An toàn và bảo mật

Sử dụng vi mạch chip để lưu giữ thông tin thẻ thay vì lưu trên dải từ, giảm thiểu các giao dịch giả mạo, gian lận do chỉ có ngân hàng phát hành mới đọc được dữ liệu trong thẻ. Mỗi giao dịch sẽ có một mã xác thực riêng, đảm bảo không lấy cắp dữ liệu để giả mạo được giao dịch thẻ.

Tối ưu hóa trải nghiệm cho người dùng

Thanh toán không tiếp xúc, “tap & go” - “chạm và đi” cùng với việc cho phép thanh toán không xác thực người dùng với giao dịch giá trị nhỏ của thẻ chip không tiếp xúc sẽ giúp đẩy nhanh tốc độ xử lý giao dịch thanh toán, tiện lợi hơn thanh toán bằng tiền mặt.

Đa tiện ích, đa ứng dụng trong thanh toán không dùng tiền mặt

Thẻ chip nội địa có thể tích hợp các ứng dụng các dịch vụ, phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt với các ngành khác như giao thông, bảo hiểm, y tế, giáo dục và dịch vụ công. Đặc biệt, thẻ chip nội địa thiết kế tối ưu để ứng dụng thanh toán trong giao thông với tốc độ hoàn thành giao dịch thông thường 150-200mns, đáp ứng tiêu chuẩn thanh toán trong giao thông công cộng (dưới 300mns).

Giảm lãi suất, ngân hàng đồng hành cùng doanh nghiệp PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

NGAY TỪ NHỮNG NGÀY ĐẦU TIÊN CỦA NĂM MỚI 2019, BỐN NHTM LỚN NHẤT ĐÃ CÙNG TUYÊN BỐ GIẢM LÃI SUẤT CHO VAY Ở CÁC LĨNH VỰC ƯU TIÊN, ĐỒNG HÀNH CÙNG DOANH NGHIỆP PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG, TRONG ĐÓ, VIETCOMBANK LÀ NGÂN HÀNG TIÊN PHONG. ĐỘNG THÁI NÀY ĐƯỢC KỲ VỌNG SẼ KÍCH THÍCH LÀN SÓNG HẠ LÃI VAY, HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT KINH DOANH, MANG LẠI HIỆU QUẢ, GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG KINH TẾ XÃ HỘI ĐẤT NƯỚC.



Đồng hành cùng doanh nghiệp

Hưởng ứng chủ trương của Chính phủ nêu tại Nghị quyết số 01/NQ-CP ngày 01/01/2019 và định hướng của NHNN, trong đó tăng trưởng tín dụng đi đôi với cơ cấu lại và nâng cao chất lượng tín dụng, tập trung tín dụng cho các lĩnh vực sản xuất, nhất là các lĩnh vực ưu tiên, ngay từ những ngày đầu năm 2019, Vietcombank đã thực hiện giảm mạnh lãi suất để hỗ trợ các doanh nghiệp vay vốn VNĐ thuộc lĩnh vực ưu tiên theo quy định của NHNN, lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao và doanh nghiệp khởi nghiệp trong năm 2019, cụ thể: i) Áp dụng lãi suất cho vay ngắn hạn bằng đồng Việt Nam ở mức tối đa là 6%/năm, tương đương giảm 0,5% so với mức trần quy định của NHNN, áp dụng cho tất cả các khoản cho vay đang còn dư nợ và các khoản cho vay mới phát sinh trong năm 2019; ii) Giảm đồng loạt 0,5%/năm trong năm 2019 đối với các khoản vay trung dài hạn VNĐ hiện tại của doanh nghiệp.

Chính sách ưu đãi lãi suất nêu trên áp dụng đối với các lĩnh vực: i) Phát triển nông nghiệp, nông thôn theo quy định của Chính phủ về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn; ii) Thực hiện phương án kinh doanh hàng xuất khẩu theo quy định tại Luật thương mại và các văn bản hướng dẫn Luật thương mại; iii) Phục vụ kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa theo quy định của Chính phủ về trợ giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa; iv) Phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ theo quy định của Chính phủ về phát triển công nghiệp hỗ trợ; v) Phục vụ kinh doanh của doanh nghiệp ứng dụng công nghệ cao theo quy định tại Luật công nghệ cao và các văn bản hướng dẫn Luật công nghệ cao; vi) Lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao; vii) Cho vay doanh nghiệp khởi nghiệp.

Ông Nghiêm Xuân Thành - Chủ tịch HĐQT Vietcombank cho biết: Thời gian qua, trên cơ sở triển khai đồng bộ các giải pháp về tiết giảm chi phí hoạt động, nâng cao hiệu quả kinh doanh, tăng



Vietcombank đã và đang nỗ lực đi đầu trong việc thực hiện các biện pháp hỗ trợ, chia sẻ, tháo gỡ khó khăn cùng doanh nghiệp.

cường quản trị rủi ro, Vietcombank đã và đang nỗ lực đi đầu trong việc thực hiện các biện pháp hỗ trợ, chia sẻ, tháo gỡ khó khăn cùng doanh nghiệp. Thực hiện chủ trương của Chính phủ và định hướng chỉ đạo của NHNN về hỗ trợ doanh nghiệp phát triển, ngay từ đầu năm 2019, Vietcombank đã thực hiện giảm mạnh lãi suất cho vay để hỗ trợ các doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực ưu tiên của Chính phủ. Việc giảm lãi suất lần này được áp dụng trên phạm vi rộng, đối với cả danh mục cho vay ngắn hạn và cho vay trung dài hạn bằng VNĐ, hiện chiếm tỷ trọng ~ 30% tổng dư nợ cho vay VNĐ hiện hữu của ngân hàng. Chúng tôi tin rằng đây sẽ là những hành động thiết thực, thể hiện cam kết mạnh mẽ của Vietcombank trong việc chủ động, tiên phong thực hiện các chủ trương của Chính phủ và chỉ đạo điều hành của NHNN, nỗ lực vì mục tiêu chung cho công cuộc phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Hành động thiết thực

Việc các NH giảm lãi suất cho vay doanh nghiệp với lĩnh vực ưu tiên được nhiều doanh nghiệp đánh giá là tín hiệu tích cực, nhất là trong bối cảnh lãi suất huy động liên tục nhích lên gần đây. Lãnh đạo các NH cũng khẳng định việc giảm lãi vay không ảnh hưởng đến lãi suất đầu vào. Với chiến lược đúng đắn trong chuyển dịch cơ cấu nguồn



vốn, nhiều ngân hàng lớn có lợi thế với nguồn vốn có lãi suất đầu vào tương đối thấp so với thị trường, đó là điều kiện quan trọng để giảm lãi suất, hỗ trợ doanh nghiệp, chia sẻ với những khó khăn của nền kinh tế và cộng đồng doanh nghiệp. Cùng với đó là việc thực hiện tiết giảm chi phí quản lý, các ngân hàng xác định vẫn đảm bảo mục tiêu lợi nhuận đã đặt ra.

Ông Nguyễn Quốc Hùng, Vụ trưởng Vụ Tín dụng các ngành kinh tế - Ngân hàng Nhà nước khẳng định động thái giảm lãi vay 0,5%/năm đối với các lĩnh vực ưu tiên là việc ý nghĩa của các NH nhằm hỗ trợ thị trường, tạo đà cho doanh nghiệp trong năm 2019. Với sức ép từ lãi suất huy động tăng thời gian gần đây, NHNN cũng đang quan tâm và sẽ có giải pháp nhằm ổn định mặt bằng lãi suất.

Để đồng hành cùng doanh nghiệp, đưa các doanh nghiệp tiếp cận vốn dễ dàng hơn, các NH nhìn nhận sẽ phải tiếp tục cải thiện mạnh mẽ về quy trình thủ tục, điều kiện tiếp cận tín dụng, quá trình vận hành của hệ thống nhằm tiết giảm chi phí vận hành, giúp NH có được mức lãi vay tốt nhất cho khách hàng.

Khẳng định mục tiêu giảm lãi suất cho vay theo hướng bền vững, Ông Nghiêm Xuân Thành, Chủ tịch HĐQT Vietcombank cho biết: “Vietcombank sẽ tiếp tục giảm lãi suất cho vay đối với các doanh nghiệp theo hướng mở rộng ở các đối tượng doanh nghiệp đang sử dụng tổng thể các sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng, thay vì chỉ trong phạm vi 5 lĩnh vực ưu tiên”.

CHƯƠNG TRÌNH ƯU ĐÃI LÃI SUẤT NGẮN HẠN VND NĂM 2019 CỦA VIETCOMBANK

Từ ngày 01/04/2019 đến 31/03/2020, khách hàng là doanh nghiệp vừa và nhỏ có thể vay vốn tại Vietcombank với lãi suất cực kỳ ưu đãi theo “Chương trình Ưu đãi lãi suất ngắn hạn VND năm 2019”.

Theo đó, trong thời gian nói trên, khách hàng rút vốn vay lưu động bằng VND phục vụ nhu cầu sản xuất kinh doanh từ 12 tháng trở xuống, đáp ứng các điều kiện ưu đãi sẽ được hưởng mức lãi suất hấp dẫn chỉ từ 6,5%/năm.

CHƯƠNG TRÌNH LÃI SUẤT CẠNH TRANH VÀ AN TÂM LÃI SUẤT NĂM 2019

Từ ngày 01/04/2019 đến 31/03/2020, khách hàng là cá nhân hoặc doanh nghiệp siêu nhỏ có thể vay vốn với lãi suất ưu đãi theo “Chương trình Lãi suất cạnh tranh năm 2019” của Vietcombank.

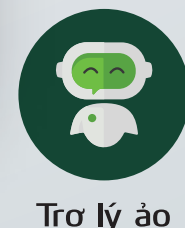
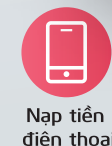
Theo đó, trong thời gian diễn ra chương trình, các khách hàng cá nhân vay mua ô tô, vay mua/xây sửa nhà, vay kinh doanh, vay tiêu dùng có tài sản bảo đảm và khách hàng doanh nghiệp siêu nhỏ vay kinh doanh trung hạn, vay mua ô tô đáp ứng các điều kiện ưu đãi sẽ được hưởng mức lãi suất hấp dẫn chỉ từ 7,5%/năm cố định trong 6 tháng hoặc 12 tháng tùy thuộc thời gian vay vốn của khách hàng.

Bên cạnh đó, với chương trình “An tâm lãi suất” của Vietcombank, các khách hàng cá nhân, doanh nghiệp vừa và nhỏ vay vốn trung dài hạn sẽ được hưởng mức lãi suất ưu đãi cố định trong 02 năm, 03 năm hoặc 05 năm tính từ thời điểm rút vốn, áp dụng cho các hợp đồng vay ký kết và giải ngân trong thời gian diễn ra chương trình.

ƯU ĐÃI MUA SẴM TRẢ GÓP LÃI SUẤT 0% TẠI CÁC ĐỐI TÁC LIÊN KẾT CỦA VIETCOMBANK

Chủ thẻ Vietcombank có thể tận hưởng ưu đãi mua sắm ngay và trả dần trong vòng tối đa 12 tháng tại các Đối tác liên kết với Vietcombank. Lợi ích của chương trình: 0% lãi suất áp dụng trong toàn thời gian trả góp; Mua trước trả dần mỗi tháng trong vòng 3,6,9 hoặc 12 tháng; Không cần nộp thêm bất kỳ giấy tờ chứng minh nào; Được tham gia các chương trình tích điểm hoàn tiền, các chương trình ưu đãi sử dụng thẻ khác của Vietcombank.

Để biết thêm thông tin chi tiết về các chương trình khuyến mãi của Vietcombank, vui lòng xem tại website: www.vietcombank.com.vn, liên hệ các chi nhánh Vietcombank trên toàn quốc hoặc Trung tâm hỗ trợ khách hàng 24/7 theo số máy 1900 54 54 13.



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



DU
THUYỀN
ĐỈNH CAO
CỦA XA XỈ

Balmain

Vì sao chúng ta NÊN MUA một chiếc du thuyền?

HOÀI DIỆP

TÍNH TỪ 2014 ĐẾN NAY, MỖI NĂM GIỚI NHÀ GIÀU TOÀN CẦU LẠI TIÊU TỐN ÍT NHẤT 22 TỶ USD ĐỂ SẮM SỬA DU THUYỀN VÀ THEO KHẢO SÁT MỚI NHẤT CỦA CÔNG TY TECH NAVIO, THỊ TRƯỜNG NÀY SẼ TIẾP TỤC TĂNG TRƯỞNG KHOẢNG 12% VÀO NĂM 2020. TẠP CHÍ BUSINESS INSIDER TỪNG ĐƯA RA KẾT LUẬN, DU THUYỀN LÀ ĐỈNH CAO CỦA SỰ XA HOA VÀ KHÔNG AI PHẢN ĐỐI Ý KIẾN NÀY.

Bởi tác giả Akin Oyedele hoàn toàn chính xác với nhận định của mình: “những đồ dùng và dịch vụ xa xỉ dường như là một phần không thể tách rời, thậm chí là lối sống thường nhật của hầu hết các triệu phú, tỉ phú, chính vì thế, chúng không nhất thiết được coi là ‘xa xỉ’. Rất nhiều người sở hữu máy bay cá nhân, nhưng nó không chỉ được dùng để giải trí mà còn để phục vụ chuyện làm ăn. Nhưng du thuyền – đặc biệt là những chiếc siêu du thuyền – thường không cần thiết. Nhưng họ vẫn mua để có thể trải nghiệm một kỳ nghỉ, một chuyến đi chơi gia đình hoàn toàn riêng tư, đây mới là điều đáng nói”.

Du thuyền cũng được chia ra làm nhiều phân khúc, từ những chiếc siêu đắt, siêu hiếm chỉ dành cho các tỉ phú giàu nhất thế giới cho tới hàng “bình dân” giá vài trăm ngàn USD, thậm chí trên dưới một trăm ngàn USD cũng có. Người ta cũng đưa ra nhiều lý do để sở hữu một chiếc du thuyền, trong đó, đơn giản nhất là bông bình trên sóng nước hoặc “sống một cuộc đời trôi nổi”. Ở các quốc gia phát triển, thậm chí nhiều người còn không có nhà mặt đất và cư ngụ luôn trên chiếc du thuyền của mình – được neo đậu trong những

bến đỗ khổng lồ với bạt ngàn du thuyền lớn nhỏ đủ loại. Những bến đỗ này có thể dễ dàng tìm được ở các thành phố biển của Mỹ và châu Âu, đặc biệt là các nước quanh Địa Trung Hải như Pháp, Italia hay Tây Ban Nha.

“Sở hữu một chiếc du thuyền là cú đầu tư sinh lời cho cả cuộc đời”, hiển nhiên đây không phải lời nói vô căn cứ. Những giá trị một chiếc du thuyền mang lại đôi khi không đo đếm được nhưng rõ ràng, càng bỏ ra nhiều thời gian lênh đênh trên mặt nước, hòa mình vào thiên nhiên, tâm trí con người sẽ càng thanh thoi, thư giãn hơn, tình trạng cơ thể cũng sẽ được cải thiện. Trên thực tế, đi thuyền là một trong vài hoạt động đã được khoa học chứng minh có khả năng kéo dài tuổi thọ tự nhiên theo một công thức tính bằng các đơn vị thời gian, chiều dài và chiều rộng của con thuyền.



Bên cạnh đó, những kỳ nghỉ trên du thuyền cũng giúp thu hẹp khoảng cách giữa các thành viên trong gia đình, nhất là với các trường hợp cha mẹ quá đam mê công việc. Trên một không gian hẹp như du thuyền, bọn trẻ sẽ học cách hòa đồng với nhau dễ dàng hơn, cách phối hợp công việc nhịp nhàng và ăn ý. Chưa kể đến việc các nhà khoa học cũng đồng thuận về việc du thuyền là phương tiện giao thông sử dụng nguyên liệu ít gây hại cho môi trường nhất (ví dụ du thuyền buồm thường di chuyển nhờ sức gió).

Những người giàu càng có thêm nhiều lý do để mua du thuyền, nhất là du thuyền cao cấp hay siêu du thuyền. Ở đẳng cấp này, khách hàng đã có thể yêu cầu các hãng tàu thay đổi thiết kế theo ý thích, tùy chỉnh nội thất, ngoại thất và công năng sử dụng, thêm vào các chi tiết làm nổi bật cá tính và phong cách riêng. Tuy nhiên, trong bất cứ trường hợp nào, tham vấn ý kiến của chuyên gia là việc làm hết sức cần thiết để có thể đưa ra những quyết định chính xác. Rất nhiều người mua du thuyền với ý định ban đầu là để cho thuê nhưng rồi sau đó, niềm đam mê đã thực sự nảy sinh. Bởi du thuyền mang đến cảm giác khoáng đạt và thư giãn không loại phương tiện nào có thể so bì, du thuyền cũng

dễ dàng cải thiện chất lượng cuộc sống theo những phương thức tích cực nhất.

Vậy các triệu phú, tỉ phú muốn có những gì trên du thuyền của mình? Đầu tiên, họ muốn được yên tĩnh tới mức tối đa, tức là máy phải chạy thật êm, vào trong cabin rồi là không được nghe thấy tiếng sóng vỗ ì oạp ở hai bên mạn tàu nữa. Tiếp theo, họ muốn sự khác biệt hoàn hảo. Nhà thiết kế Jim Dixon của Winch Design tiết lộ với CNN, mỗi chiếc du thuyền phải là độc nhất vô nhị, phải vượt trội so với kỳ vọng của khách hàng. Mọi thứ có thể nhìn thấy, sờ thấy từ ngoại thất tới nội thất nên là “hàng thừa”, được sản xuất riêng theo yêu cầu của chủ nhân.

Mặc dù đại đa số khách hàng là giới doanh nhân nhưng không ai trong số đó nói về phòng làm việc trên du thuyền. Và ngày càng nhiều người muốn có những thứ mà cả gia đình có thể giải trí bên nhau. “Một chiếc du thuyền không phải đồ chơi, mà phải là nơi chốn đặc biệt để có thể đến đó và bỏ lại mọi thứ phía sau”, Andreas Iseli trưởng nhóm thiết kế ngoại thất của Winch Design nói như vậy. “Chúng tôi có những khách hàng mỗi năm bỏ ra hai tuần lễ trên du thuyền, ngắt mọi liên lạc với đất liền. Như một dạng ở ẩn”.

Theo Jim Dixon, xu hướng yêu cầu sử dụng kính, rất nhiều kính ngày càng gia tăng. “Không ai muốn ngồi trong một cái hố đen ngòm với ô cửa sổ bé tí hon. Người ta muốn những khung cửa sổ thông thoáng, boong rộng, những cabin đầy ánh sáng, nhiều không gian chức năng khác biệt nhưng lại liên thông với nhau. Như chiếc du thuyền dài 70 mét Galatica Super Nova chẳng hạn, nó có bể bơi vô cực, thác nước và sàn nhà bằng kính. Và nó chạy cũng rất nhanh, khoảng 30 hải lý/giờ, không đối thủ cùng kích thước nào có thể đạt đến vận tốc này. Tốc độ cũng là thứ được những người mua du thuyền quan tâm. Càng nhanh càng tốt. Và điều quan trọng nhất, Jim Dixon nói, “là khiến khách hàng cảm thấy quen thuộc như ở nhà. Có người ở lý trên du thuyền đến vài tháng”. Các nhà thiết kế phải tìm cảm hứng ở khắp mọi nơi, từ mọi khía cạnh cuộc sống. Nắm bắt được phong cách sống của khách hàng là một yếu tố quan trọng dẫn đến thành công.



Dĩ nhiên, sở hữu du thuyền là điều tuyệt vời nhưng đi kèm theo nó là điều kiện quan trọng nhất: người mua phải đủ điều kiện tài chính để không chỉ mua được nó mà còn phải “nuôi” được nó – nghĩa là sẽ phải chi trả thêm cho rất nhiều khoản khác như tiền bến bãi, tiền vận hành, tiền sửa chữa và một số loại phí dịch vụ khác. Cho nên, không ngạc nhiên khi nhiều ông chủ sẵn sàng ủy quyền cho thuê chiếc siêu du thuyền của mình vào những thời điểm họ không sử dụng đến, kể cả đó là một chiếc super yacht – siêu du thuyền, giá trị đến vài trăm triệu USD. Ví dụ rõ ràng nhất là chiếc Serene của tỷ phú Nga Yuri Shefler từng được người giàu thứ nhì thế giới là Bill Gates thuê một tuần cho hải trình rong ruổi ở Địa Trung Hải với giá 5 triệu USD – quá đủ để mua một du thuyền cỡ nhỏ sang trọng.

Stewart Campbell, biên tập viên tạp chí Boat International cho biết, “đây là thời điểm có nhiều siêu du thuyền chuẩn bị ra mắt nhất, hơn hẳn bất cứ lúc nào trong quá khứ”. Ví dụ như chiếc REV của một tỉ phú Na Uy – sẽ trở thành du thuyền cá nhân lớn nhất thế giới khi hạ thủy vào năm 2020, hay hãng xe hơi Anh quốc Aston Martin chuẩn bị tung ra tuyệt phẩm du thuyền kiêm tàu ngầm Triton với giá niêm yết cực kỳ dễ chịu, chỉ khoảng 4 triệu USD. Cùng hạ thủy trong năm 2020 còn có chiếc Kilkea – hiện đang được rao bán ở mức giá 70 triệu USD, một chiếc du thuyền có mũi phá băng, dành cho tới đa 36 hành khách và chạy liên tục trong 30 ngày mà không phải bổ sung nhiên liệu, thực phẩm hay nước sạch.

“Vấn đề nằm hoàn toàn ở nhu cầu thám hiểm”, Stewart Campbell nói. “Giới thượng lưu ngày càng khát khao được đi tới những nơi càng xa lạ càng tốt, thậm chí chưa được khai phá bởi con người lại càng đúng ý họ. Kèm theo đó là những trải nghiệm độc đáo bậc nhất”. Paul Allen, đồng sáng lập hãng Microsoft được xem là người khởi xướng trào lưu này với chiếc Octopus ông đang sở hữu – tiêu tốn đến 384.000 USD cho một tuần hoạt động. Năm 2015, ông đã dùng Octopus để tìm kiếm những tàn tích của một trận hải chiến thời Thế chiến II ở ngoài khơi Philippines. Ngoài trừ Địa Trung Hải, những vùng biển có nhiều du thuyền qua lại như Caribbean, Bahamas, Ấn Độ Dương, Nam Thái Bình Dương hay trong nội địa nước Mỹ và Australia đều còn khá nhiều khu vực hoang sơ, hẻo lánh.

Theo tờ The Guardian, trong vài năm trở lại đây, số người sở hữu du thuyền có xu hướng tăng mạnh, đặc biệt là nhóm dưới 40 tuổi. Điều này báo hiệu một cú bùng nổ lớn ở phân khúc cao cấp nhất của thế giới xa xỉ, khi mà kim cương, siêu xe hay mọi món đồ sưu tập đã trở nên quá đỗi bình thường. Du thuyền mới là thời thượng!



Thị trường du thuyền Việt Nam BÙNG PHÁT TRONG TƯƠNG LAI GẦN

📌 BÀI: MINH ANH

KHÔNG NẪM NGOÀI XU THẾ CHUNG CỦA THẾ GIỚI, SỐ LƯỢNG NGƯỜI VIỆT BỎ HÀNG TRĂM NGÀN, THẬM CHỈ HÀNG TRIỆU USD ĐỂ SẴM DU THUYỀN ĐANG TĂNG DẦN TRONG VÀI NĂM TRỞ LẠI ĐÂY. BÊN CẠNH ĐÓ, CÁC CÔNG TY CHUYÊN KINH DOANH VÀ CHO THUÊ DU THUYỀN CÁ NHÂN CŨNG TẬP NẬP “CẬP CẢNG” VIỆT NAM, CHO THẤY ĐÂY ĐÚNG LÀ MỘT THỊ TRƯỜNG GIÀU TIỀM NĂNG VÀ ĐÃ SẴN SÀNG ĐỂ BÙNG PHÁT Ở MỘT TƯƠNG LAI RẤT GẦN.

Theo đánh giá chung của các chuyên gia, lợi thế lớn nhất của Việt Nam chính là đường bờ biển dài, khí hậu ôn hòa, sóng không quá lớn, nhiều hòn đảo, vịnh tự nhiên đẹp và nổi tiếng, hệ thống sông ngòi cũng khá rộng, lưu thông dễ dàng. Nắm bắt được nhu cầu “chuyển đổi” đam mê của nhóm khách hàng thượng lưu, nhiều dự án bất động sản cao cấp ở các khu vực bờ biển, bờ sông bắt đầu quy hoạch bến du thuyền, cho thấy sự đón nhận khá tích cực của thị trường với thú chơi mới mẻ này. Gần đây nhất, một dự án ở Đà Nẵng còn chơi sang khi

quyết định tặng mỗi người mua biệt thự một chiếc du thuyền hiệu Yamaha – có thể nói đây là mức khuyến mãi “khủng nhất” tại Việt Nam cho đến thời điểm hiện tại.

Bà Carla Demaria, Chủ tịch kiêm nhà sáng lập Monte Carlo Yachts nhận định, Việt Nam còn thiếu cơ sở hạ tầng như bến thuyền, xưởng dịch vụ cũng như đội ngũ thủy thủ và thợ lành nghề nhưng việc khắc phục chỉ là chuyện sớm muộn. Những cửa sông đổ ra biển giúp việc ra vào, vui chơi và neo đậu của du thuyền trong nước và quốc tế trở nên dễ dàng hơn – mà ví dụ điển hình là việc siêu du thuyền Aviva trị giá 150 triệu USD của Chủ tịch CLB bóng đá Tottenham Hotspur ghé thăm Đà Nẵng, Phú Quốc và vịnh Hạ Long hồi tháng Năm vừa qua.

Ở TP.HCM, cơn sốt “thuyền bè” đã rộ lên từ khoảng năm 2015, giới trung lưu thì chơi cano, jetski (mô-tô nước) còn các đại gia thì không ngại vùng tiền sắm du thuyền đủ các cỡ để thỏa thú vui được bông bênh trên sóng. Dĩ nhiên, không

Những người mua đều ý thức được mua du thuyền là mua trải nghiệm, mua phong cách, mua cảm giác tự do.



ít người trong số đó mạnh tay “xuống tiền” vì đã nhìn thấy cơ hội kinh doanh trước mắt. Như ông Hồ Tôn Đức, chồng nữ diễn viên Diễm My, sở hữu chiếc Sunseeker giá 2 triệu USD vừa dùng làm phương tiện du lịch cho gia đình vừa mang cho thuê bởi Công ty TNHH Saigon Marina – cũng do ông Đức làm chủ. Tập đoàn FLC cũng đã đầu tư mua khoảng 10 du thuyền – trong đó có mẫu Galeon 660 Fly trị giá 3,5 triệu USD để cho thuê ở các vùng biển có sự hiện diện của hệ thống FLC resort, chủ yếu nhắm vào phân khúc khách hàng trung và cao cấp. Hiện ở Việt Nam đã có khá nhiều công ty bán và cho thuê du thuyền có tiếng như VietYacht, Tamson Yachting, Azimut Yachts, Việt Nam Yachts, Vimarine... và con số chắc chắn không dừng lại ở đó.

Bà Carla Demaria cho rằng văn hóa chơi du thuyền sẽ sớm phổ biến tại Việt Nam, khi điều kiện về cơ sở

hạ tầng trở nên hoàn chỉnh. Những người mua đều ý thức được mua du thuyền là mua trải nghiệm, mua phong cách, mua cảm giác tự do. Không có giới hạn nào về số tiền phải bỏ ra, tuy nhiên, nên khởi điểm ở khoảng 100.000 USD (khoảng 2,3 tỷ đồng) để có được một chiếc du thuyền ưng ý về mọi mặt, cộng thêm 10% thuế nhập khẩu và 30% thuế tiêu thụ đặc biệt. Hiện tại, chiếc Azimut 70 của gia đình nhà chồng diễn viên Tăng Thanh Hà vẫn được xem là đắt nhất Việt Nam với trị giá khoảng 92 tỷ đồng. Tiếp theo là chiếc Ferretti 630 của nữ diễn viên Lý Nhã Kỳ, được các chuyên gia định giá khoảng 50 tỷ đồng. Chiếc Sunseeker của ông Hồ Tôn Đức và Princess 58 của ông Tăng Thành Trung đều được mua với giá 2 triệu USD.

Theo ông Kirill Kumatov, Tổng Giám đốc Azimut Yachts, từ năm 2016 cho đến nay, khách hàng Việt Nam đã có sự “nâng cấp” đáng kể. Lúc trước, mọi người chỉ tập trung tìm hiểu các loại du thuyền trong khoảng 50.000 – 100.000 USD thì nay đã có nhiều khách hàng trực tiếp đặt vấn đề về những mẫu có giá đến 500.000 USD, thậm chí 1 triệu USD hoặc cao hơn thế. Nếu người chơi xe hơi thích thay đổi thương hiệu, mẫu mã thì chơi du thuyền lại chỉ muốn “lên đời” những chiếc lớn hơn, tiện nghi hơn. Và dĩ nhiên, giá cả cũng đắt đỏ hơn hẳn. Đã có những thông tin úp mở về một chiếc du thuyền giá khoảng 8 – 10 triệu USD sắp cập cảng Việt Nam, tuy nhiên thương hiệu, model và chủ sở hữu vẫn hoàn toàn nằm trong vòng bí mật. Đúng như vậy, lên du thuyền, bông bênh theo sóng nước là một cách xa lánh thế sự, chính vì thế, càng kín đáo bao nhiêu càng tốt bấy nhiêu.

Trong khi đó, kinh doanh cho thuê du thuyền cũng đang trên đà phát đạt, đây cũng là lý do để nhiều đại gia mạnh tay sắm sửa phương tiện vận chuyển “xa xỉ” này. Giá phải trả cho một giờ vi vu trên sông Sài Gòn dao động trong khoảng 300 – 700 USD với các loại du thuyền bình dân, càng cao cấp thì càng phải chi nhiều tiền hơn. Người dân ở TP.HCM đã quá quen với hình ảnh những con tàu trắng lớn nhỏ đủ kích cỡ neo đậu san sát dọc hai bên bờ sông. Vũng Tàu, Nha Trang, Đà Nẵng, Hạ Long đều đã có bến du thuyền quy mô lớn và vẫn tiếp tục mở thêm. So với siêu xe, du thuyền có lợi thế hơn hẳn khi tốc độ mất giá cực thấp, tốc độ hao mòn cũng cực thấp và lại có thể giúp chủ sở hữu “gỡ vốn”.

Giờ đây, độ đẳng cấp bằng siêu xe hay bất động sản đã không còn là điều mới mẻ, du thuyền mới là thứ để các đại gia Việt Nam thể hiện mức độ sành sỏi và chịu chơi của mình.



Như một bài báo đăng trên tờ Forbes đã viết, “chơi du thuyền chính là cách tốt nhất để tận hưởng sự giàu có của mình”. Du thuyền càng dài thì giá càng cao nhưng vấn đề nằm ở chỗ, nó không tăng theo cấp số cộng mà theo tỉ lệ cực kỳ khó đoán định.

CHƠI DU THUYỀN, VÌ SAO LÀ ĐỈNH CAO CỦA XA XỈ?

📌 BÀI: PHI TUYẾT

MẶC DÙ CÁC CHUYÊN GIA VẪN NHẬN ĐỊNH DU THUYỀN CÁ NHÂN SẼ ĐƯỢC BÌNH DÂN HÓA... TRONG TƯƠNG LAI ĐỂ MỞ RỘNG KHẢ NĂNG TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG NHƯNG Ở THỜI ĐIỂM HIỆN TẠI, NÓ VẪN CỨ LÀ THÚ CHƠI CỦA GIỚI NHÀ GIÀU VÀ ĐƯỢC XEM LÀ ĐỈNH CAO CỦA SỰ XA XỈ. VÌ SAO DU THUYỀN CÁ NHÂN VÀ CHƠI DU THUYỀN LẠI ĐẮT ĐỎ NHƯ VẬY? MỜI QUÝ ĐỘC GIẢ CÙNG TÌM HIỂU TRONG BÀI VIẾT DƯỚI ĐÂY.

Có một điều chắc chắn, du thuyền cá nhân không phải thứ ai cũng có thể sở hữu. Khi đã dám “xuống tiền”, yêu cầu của khách hàng thường là rất khắt khe, rất chi tiết. Thời gian chế tác một chiếc du thuyền hạng trung trở lên thường mất khoảng hai đến ba năm cho mọi công đoạn – kể từ lúc đặt bút ký hợp đồng, qua khâu thiết kế, tới xưởng đóng rồi lên đồ nội - ngoại thất, trang trí, chạy thử, chưa kể đến các vấn đề phát sinh. Kể cả du thuyền cỡ nhỏ thì ngoài số ít hàng mẫu để triển lãm và trưng bày, còn lại thì đặt hàng đến đâu mới làm tới đó, thời gian chờ đợi cũng không ít hơn một năm. Nếu khâu thiết kế, trang trí được thực hiện bởi các công ty độc lập nổi tiếng thì chi phí chắc chắn là phải tăng lên đáng kể.

Vì du thuyền là phương tiện hoạt động trong môi trường có tính ăn mòn cao (không chỉ nước biển, gió biển cũng có hàm lượng muối khá cao) nên các vật liệu cơ bản đều phải là hàng có chất

lượng cực cao, bền bỉ, dẻo dai, chịu được cả sự tàn phá của thời tiết, như thép không gỉ, đồng pha silicon, aluminium, titan, sợi thủy tinh, sợi carbon, gỗ siêu nhẹ. Đồ dùng nội thất thì thường được làm từ thủy tinh cao cấp, da cao cấp, kim loại và gỗ quý. Nhiều mẫu siêu du thuyền của các tỷ phú hay hoàng gia thậm chí còn được trang bị cả tàu ngầm, kính chống đạn, hệ thống phát hiện và cảnh báo nguy hiểm. Bên cạnh đó, toàn bộ quá trình làm ra một chiếc du thuyền đòi hỏi rất nhiều kỹ thuật “khó và hiếm”, đây cũng là một yếu tố làm tăng giá trị (và giá thành) của chúng.

Như một bài báo đăng trên tờ Forbes đã viết, “chơi du thuyền chính là cách tốt nhất để tận hưởng sự giàu có của mình”. Du thuyền càng dài thì giá càng cao nhưng vấn đề nằm ở chỗ, nó không tăng theo cấp số cộng mà theo tỉ lệ cực kỳ khó đoán định. Tờ Business Insider tạm ước tính, với một du thuyền cá nhân dài 30 mét, giá một mét sẽ



là 1 triệu USD nhưng nếu nó dài 100 mét, giá mỗi mét có thể gấp năm, gấp mười hoặc cao hơn nữa. Nhưng đó mới chỉ là phần mở đầu của câu chuyện. Chi phí bến bãi, bảo trì, cho thuyền trưởng, thủy thủ đoàn và người phục vụ mới là điều đáng nói.

Vẫn theo Business Insider, mỗi năm chủ sở hữu phải bỏ ra từ 7 – 10% chi phí mua du thuyền để vận hành và bảo dưỡng “con cưng” của mình, 30 – 40% để sơn lại toàn bộ sau khoảng 5 – 6 năm. Và du thuyền càng lớn thì lương cho nhân sự càng cao. 32.500 USD là số tiền trả riêng cho thủy thủ đoàn hàng tháng, người chạy việc trên boong khoảng 3.000 – 3.500 USD tùy diện tích. Riêng lương cho thuyền trưởng, theo Forbes, rơi vào khoảng 110.000 USD mỗi năm cho tàu dài 30 mét, 220.000 USD cho tàu dài 60 mét trở lên và với các siêu du thuyền. Bộ phận kỹ thuật cũng ngốn của chủ nhân từ 90.000 – 130.000 USD hàng năm vì đặc thù chuyên môn cao. Bếp trưởng trên tàu cũng nhận mức lương khoảng 70.000 USD/năm.

Chi phí nhiên liệu và bến bãi thì sao? Một hải trình kéo dài hai tháng của chiếc du thuyền hạng sang dài 60 mét tiêu tốn khoảng 100.000 USD cho hai khoản bắt buộc này. Còn chi phí hàng năm



Riêng lương cho thuyền trưởng, theo Forbes, rơi vào khoảng 110.000 USD mỗi năm cho tàu dài 30 mét, 220.000 USD cho tàu dài 60 mét trở lên và với các siêu du thuyền.

là 400.000 USD cho nhiên liệu, 350.000 USD cho bến bãi. Du thuyền dài cỡ 24 mét phải trả tối thiểu 1.200 USD hàng tháng để có chỗ neo đậu cố định, cỡ 30 - 40 mét số tiền đã lên đến 6.000 USD, dĩ nhiên chưa bao gồm các chi phí an ninh hay vị trí đặc biệt.

Ngoài ra, Business Insider còn liệt kê ra nhiều khoản tiền khác như bảo hiểm (khoản này khá lớn, mức tối thiểu cho một chiếc du thuyền dài 60 mét là 250.000 USD/năm), tiền cho nhân viên thời vụ, bảo trì các hạng mục nhỏ lẻ sau mỗi chuyến đi, thực phẩm và đồ uống, internet và truyền hình vệ tinh. Trung bình, du thuyền cá nhân dài 60 mét mỗi năm tốn khoảng 3,5 triệu USD cho mọi khoản chi. Kích thước càng lớn thì càng tốn kém, có thể lên đến 425.000 USD mỗi tuần. Những con số này chắc chắn làm nhiều triệu phú, tỷ phú muốn sở hữu du thuyền hoặc siêu du thuyền cũng phải cân nhắc trước khi ra quyết định cuối cùng. Dĩ nhiên, đây cũng là nguyên nhân quan trọng để nhiều người trong số họ quyết định cho thuê chiếc du thuyền của mình những khi không dùng đến – một cách “gỡ gạc” chi phí hiệu quả.



Top 6 du thuyền đắt nhất thế giới

♥ BÀI: HOÀI DIỆP

MỘT CHIẾC DU THUYỀN SANG TRỌNG KHÔNG CHỈ LÀ PHƯƠNG TIỆN VẬN CHUYỂN MÀ CÒN LÀ BIỂU TƯỢNG CỦA SỰ GIÀU CÓ, QUYỀN LỰC VÀ ĐỊA VỊ. SỐ LƯỢNG CÁC TỶ PHÚ SỞ HỮU DU THUYỀN CÁ NHÂN ĐANG TĂNG DẦN QUA TỪNG NĂM. TINH THỂ, THANH LỊCH, XA HOA - ĐÂY LÀ MỘT VÀI TÍNH TỪ MÔ TẢ NHỮNG CHIẾC DU THUYỀN ĐẮT NHẤT THẾ GIỚI, NƠI CHỦ NHÂN CỦA CHÚNG CÓ THỂ TẬN HƯỞNG NHỮNG KỲ NGHỈ DÀI NGÀY TRÊN BIỂN CẢ VỚI MỌI TIỆN NGHI NHƯ TRONG ĐẤT LIỀN...

History Supreme - 4,5 tỷ USD

Đắt nhất thế giới, chiếc du thuyền này chỉ dài hơn 30 mét nhưng cũng phải tốn tới 3 năm từ khâu thiết kế tới hoàn thiện bởi một đội ngũ gồm toàn cá nhân xuất chúng do công trình sư hàng đầu Anh quốc Stuart Hughes dẫn dắt. Mười tấn vàng nguyên khối và bạch kim đã được sử dụng trên mọi thành phần của History Supreme - chúng được dát trên tường, trên mặt bàn, trên cầu thang, trên đường ray trượt và trên cả mỏ neo. Điểm nhấn trong phòng khách là khu thủy cung toàn cảnh thu nhỏ Aquavista được trang trí bằng 68 kg vàng, bức tượng khủng long Tyrannosaurus Rex được làm từ chính xương loài động vật đã tuyệt chủng này và chai rượu nạm một viên kim cương cực hiếm 18,5

carat giá 54 triệu USD. Còn toàn bộ tường phòng ngủ chính được khảm đá lấy từ thiên thạch, chiếc iPhone trong đó đính 500 viên kim cương riêng ở nút Home (loại thay được), một viên hồng ngọc 7,4 carat. Mọi thứ trên History Supreme đều có thể đi vào lịch sử như những sản phẩm độc nhất vô nhị. Biểu tượng của sự xa hoa đến cùng cực này đã được bán cho một tỷ phú giấu tên người Malaysia và nó thuộc loại khó chụp ảnh nhất thế giới bởi rất hiếm khi xuất hiện trước thiên hạ, chỉ được sử dụng trong những vùng biển thuộc sở hữu tư nhân. Cũng vì thế, mọi chi tiết nội ngoại thất của History Supreme đều được giữ kín, tuy nhiên, nó luôn đứng đầu danh sách những du thuyền cá nhân đắt giá nhất, xa xỉ nhất bất kể lượng thông tin vô cùng ít ỏi.



Eclipse - 1,9 tỷ USD

Eclipse cũng đồng thời là du thuyền cá nhân lớn thứ hai thế giới, sau chiếc Azzam. Nó được đóng bởi hãng tàu Bloom + Voss, toàn bộ nội và ngoại thất được thiết kế bởi designer khét tiếng người Anh Terence Disdale. Eclipse dài 162,5 mét, có hai điểm đỗ trực thăng, cabin dành cho 24 khách, hai bể bơi, vài phòng tắm hơi, một vũ trường. Trên chiếc du thuyền này còn có ba xưởng máy và một tàu ngầm có thể lặn sâu đến 50 mét. Đội ngũ thủy thủ và nhân viên phục vụ thường xuyên trên du thuyền lên đến 70 người. Đây cũng là một trong những du thuyền cá nhân an toàn nhất với hệ thống phát hiện và cảnh báo tên lửa, tường phòng ngủ chính bọc giáp và cửa sổ chống đạn, chức năng quét laser chống các tay săn ảnh. Năm 2010, Eclipse đã được chuyển giao cho tỷ phú Nga Roman Abramovich, khi đó, giá của nó rơi vào khoảng 500 triệu USD. Tuy nhiên, đến thời điểm hiện tại, nó được định giá khoảng 1,9 tỷ USD - theo Business Insider. Chủ nhân của Eclipse chỉ sử dụng nó vài tháng trong năm, quãng thời gian còn lại nó được quản lý và cho thuê bởi Công ty SuperYachtMonaco với hải trình chủ yếu quanh vùng biển Caribbean.





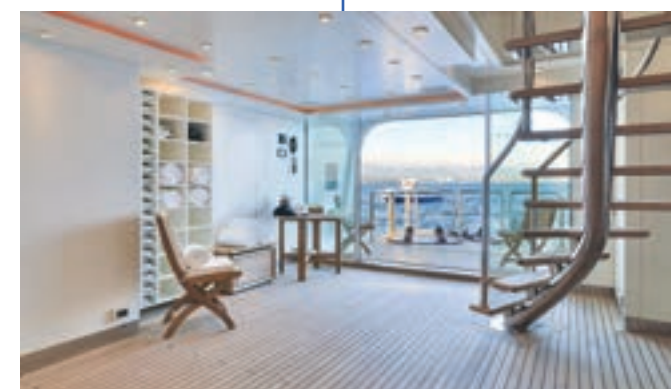
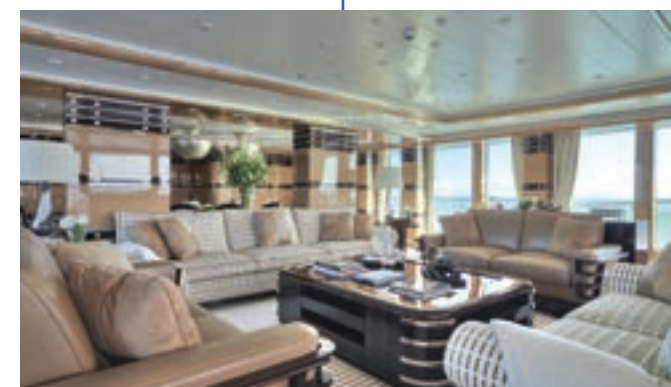
Azzam – 650 triệu USD

Với chiều dài 180 mét, chỗ rộng nhất tính theo chiều ngang lên đến 20 mét, Azzam hiện đang là du thuyền cá nhân lớn nhất thế giới. Hãng tàu Đức Lurssen Yachts đóng và lắp ráp Azzam trong bốn năm, hạ thủy nó ngày 5/4/2013. Chủ nhân của Azzam là Hoàng tộc Abu Dhabi, nếu nói cụ thể hơn thì đó là Khalifa bin Zayed Al Nahyan, Tổng thống đương nhiệm Các tiểu vương quốc Ả-rập thống nhất (UAE). Nội thất cầu kỳ và vô cùng sang trọng của nó được dựng lên bởi họa sĩ trang trí người Pháp Christophe Leoni còn phần ngoại thất do hãng Nauta Yacht thiết kế. Đây là “chiếc du thuyền phức tạp và nhiều thách thức nhất từng được sản xuất”, đại diện Lurssen Yachts chia sẻ. Đúng vậy, Azzam là một trong rất ít du thuyền cá nhân có thể chạy ở tốc độ cao (xấp xỉ 30 hải lý/giờ) ở các khu vực nước ấm và nước cạn, sở hữu cả hệ thống phòng thủ tên lửa, tàu ngầm, phòng khách chính rộng khoảng 400 mét vuông mà không có bất kỳ cây cột chống nào. Nó cũng là du thuyền cá nhân duy nhất dài đến 180 mét có thể đạt tốc độ tối đa 37 hải lý/giờ, nhanh nhất ở thời điểm hiện tại. Giá xuất xưởng của Azzam là 600 triệu USD và không tăng lên theo thời gian, tuy nhiên, kỷ lục lớn nhất của nó sắp sửa bị vượt qua do một tỷ phú người Na uy đang chuẩn bị sở hữu du thuyền mang tên REV dài 182 mét, sẽ hạ thủy năm 2020.



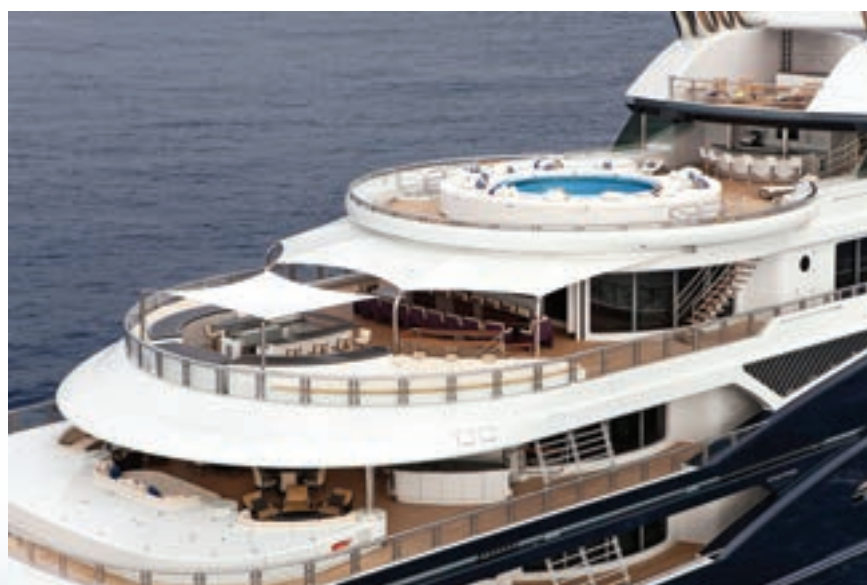
Dilbar – 600 triệu USD

Trên thực tế, đây đã là chiếc Dilbar thứ ba hãng đóng tàu Lurssen của Đức thực hiện theo đơn đặt hàng của tỷ phú Nga Alisher Usmanov, đóng trong bốn năm, hạ thủy vào cuối năm 2015. Hiện Dilbar cũng đang được coi là du thuyền lớn nhất thế giới nếu tính theo diện tích mặt sàn của từng tầng. Chiều dài của nó là 156 mét – chỉ xếp sau Azzam và Eclipse – chỗ rộng nhất tính theo chiều ngang là 23 mét. Phần thân của Dilbar làm hoàn toàn bằng thép, các tầng trên sử dụng aluminium (nhôm dùng trong ngành hàng không) làm khung. Nội thất của Dilbar do Winch Design thiết kế, tất cả các chi tiết đều được giữ kín, người ta chỉ biết nó có 18 cabin cho tối đa 36 khách, thủy thủ đoàn và nhân viên phục vụ có 96 người. Chiếc du thuyền này có 2 điểm đỗ trực thăng, một bể bơi lớn nằm ở boong chính, phòng Jacuzzi toàn bộ vách kính nằm trên boong tắm nắng, quầy bar siêu lớn với dàn piano và phòng chiếu phim, phòng gym và spa, phòng hội nghị với trần và mặt sàn bằng kính nhìn xuống nước. Hải trình chủ yếu của Dilbar nằm ở Địa Trung Hải và nó không được ủy quyền cho thuê như nhiều du thuyền cá nhân khác. Dilbar là tên mẹ của tỷ phú Alisher Usmanov, người đang nắm giữ khối tài sản trị giá 16 tỷ USD, đồng sở hữu câu lạc bộ bóng đá Arsenal (Anh quốc), rất nổi tiếng với nhiều thương vụ đầu tư vào Facebook, Alibaba hay Mail.ru.



Serene – 330 triệu USD

Serene được hãng Fincatieri (Italia) đóng theo đặt hàng của nhà tài phiệt người Nga Yuri Shefler, toàn bộ phần nội thất được thiết kế bởi Raymond Langton Design, hạ thủy năm 2011. Giá tiền của nó khi đó là 330 triệu USD. Nó là một trong những du thuyền cá nhân lớn nhất thế giới với độ dài 133 mét, chỗ rộng nhất tính theo chiều ngang là 18,5 mét. Serene có hai điểm đỗ và một kho chứa trực thăng, một bể bơi nước mặn trong nhà và bể sục ngay trên boong tàu. Bên cạnh đó là phòng tắm hơi và spa, phòng gym, phòng tập leo núi, phòng chiếu phim, 15 ca-bin cho tối đa 24 khách, thủy thủ đoàn 52 người. Đặc biệt, trên Serene còn có chiếc tàu ngầm chạy điện VAS 525 có thể chở 5 người lặn sâu 160 mét trong 8 giờ liên tục. Ngoài thời gian sử dụng của chủ sở hữu, Serene cũng được ủy quyền cho thuê và vị khách nổi tiếng nhất là tỷ phú Bill Gates – mùa Hè năm 2014, nhà sáng lập Microsoft đã thuê Serene du ngoạn Địa Trung Hải một tuần với giá 5 triệu USD. Một năm sau đó, Hoàng tử A-rập Saudi là Mohamed bin Salman đã mua lại Serene với giá 500 triệu Euro. Vị hoàng tử này cũng đang sở hữu một chiếc du thuyền rất nổi tiếng khác là Pegasus VIII.



Motor Yacht A – 300 triệu USD

Nó còn được gọi là Superyacht A, đặt tên theo chữ cái đầu trong tên của vợ chồng doanh nhân Nga Andrey và Aleksandra Melnichenko. Nó được thiết kế bởi designer tài hoa người Pháp Philippe Starck, hãng tàu Đức Blohm+Voss đảm nhận phần thi công trong bốn năm ròng rã, hạ thủy năm 2008. Dài 119 mét, nặng gần 6.000 tấn, Motor Yacht A trông giống một con tàu không gian, được khen là “chiếc du thuyền độc nhất vô nhị, chưa từng xuất hiện trước đây”. Tờ Forbes cũng gọi đây là “thiết kế vị lai và mở ra một hướng đi mới trong lĩnh vực sản xuất siêu du thuyền”. Motor Yacht A có thể chạy quãng đường 12.000 km trong khoảng 6 ngày sau một lần đổ đầy nhiên liệu.

Rộng rãi là vậy nhưng Motor Yacht A chỉ dành chỗ cho 14 khách trong 7 cabin, thủy thủ đoàn tối đa có 35 người. Trong khi đó, phòng ngủ chính và phòng khiêu vũ đều rộng mênh mông với diện tích hơn 200 mét vuông. Motor Yacht A có 3 bể bơi, trong đó bể lớn nhất với phần đáy bằng kính nằm ngay phía trên phòng khiêu vũ. Toàn bộ đồ thủy tinh trên tàu – bao gồm gương, kính, ly, cốc, các vật dụng trang trí đều được làm từ thủy tinh Baccarat thượng hạng của Pháp. Đây cũng là một trong những chiếc du thuyền có độ an toàn cao nhất hiện nay khi được trang bị cửa sổ gắn kính chống đạn hạng nặng dày 44 mm, hơn 40 camera quan sát, cảm biến chuyển động, máy quét vân tay ở các khu vực quan trọng, ca-nô cứu sinh tốc độ cao, điểm đỗ và kho chứa trực thăng. Năm 2016, tỷ phú Andrey Melnichenko đã rao bán Motor Yacht A để lên đời một chiếc du thuyền khác trị giá 450 triệu USD nhưng cho đến giờ vẫn chưa tìm được người mua. Mức giá niêm yết 300 triệu USD là quá hời cho một siêu phẩm như chiếc du thuyền này.

LAGOON

LAGOON 46

*Tận hưởng cuộc sống
ngọt ngào*

NỔI TIẾNG VỚI TRIẾT LÝ THANH LỊCH – THÂN THIỆN – AN TOÀN, TỪ TRONG HƠN 30 NĂM QUA, HÃNG ĐÓNG TÀU PHÁP LAGOON ĐÃ XUẤT XƯỞNG HÀNG CHỤC MẪU DU THUYỀN CÁ NHÂN CỖ VỪA VÀ NHỎ, KHÔNG CHỈ ĐẸP XUẤT SẮC VỀ KIỂU DÁNG MÀ CÒN VÔ CÙNG TIỆN NGHI VÀ MANG ĐẾN CẢM GIÁC THOẢI MÁI TỐI ĐA CHO NGƯỜI DÙNG. NĂM NAY, HÃNG CHÍNH THỨC GIỚI THIỆU MẪU DU THUYỀN HAI THÂN LAGOON 46 – KHIẾN NHỮNG CHUYẾN KHÁM PHÁ ĐẠI DƯƠNG DƯỚI CÁNH BUỒM NO GIÓ TRỞ NÊN DỄ DÀNG VÀ THÚ VỊ HƠN BAO GIỜ HẾT...





C hịu nhiều ảnh hưởng từ sản phẩm “đàn anh” Lagoon 50, mẫu du thuyền buồm hai thân (sailing yacht) thay thế cho chiếc Lagoon 450 huyền thoại có thời gian lên ý tưởng và thiết kế kéo dài đến 3 năm. Nó vẫn tuân thủ nghiêm ngặt công thức đã mang lại nhiều thành công cho hãng tàu Pháp, đó là tự do, phóng khoáng kết hợp với cách tân theo xu hướng táo bạo. Lagoon 46 mang trên mình chủ đề tận hưởng cuộc sống ngọt ngào – điều này được thể hiện rõ qua những không gian liên thông rộng rãi, màu sắc tươi sáng, trẻ trung và bắt mắt, đường nét đơn giản nhưng gợi mở. Một chiếc du thuyền có đủ độ riêng tư cần thiết nhưng vẫn vô cùng gần gũi với thiên nhiên – về mọi hướng.

Lagoon 46 có kích thước khá vừa vặn cho một gia đình – và có thể mở rộng thêm vài người bạn thân thiết. Chiều dài của nó là 13,99 mét, chỗ rộng nhất tính theo chiều ngang là 7,96 mét. Cả nội và ngoại thất của Lagoon 46 đều dùng màu trắng làm chủ đạo, sự lãng mạn của nó nằm ở cột buồm cao vút, gợi nhớ đến những con thuyền cổ điển trong các bản trường ca Hy Lạp.

Toàn bộ ngoại thất của Lagoon 46 do hãng VPLP thực hiện, đây là một ví dụ tiêu biểu về việc đảm bảo sự cân bằng hoàn hảo giữa các không gian chức năng khác nhau. Module phía trước và buồng lái sau của chiếc du thuyền này có sự liên thông



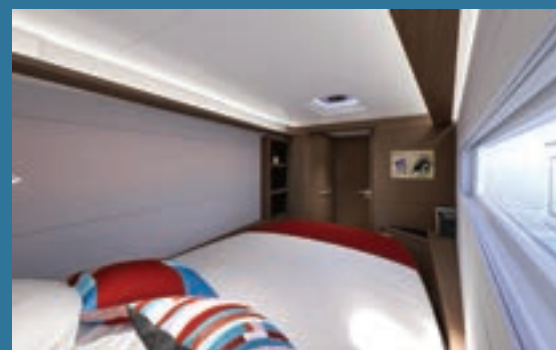
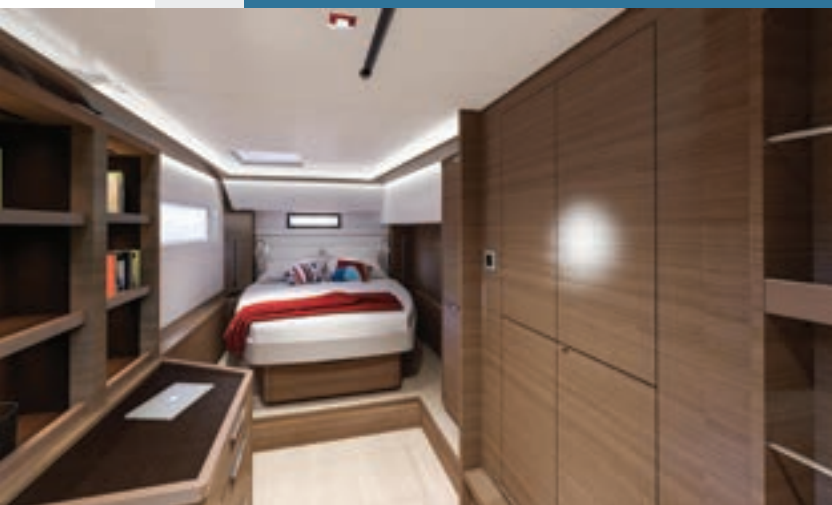
Toàn bộ ngoại thất của Lagoon 46 do hãng VPLP thực hiện, đây là một ví dụ tiêu biểu về việc đảm bảo sự cân bằng hoàn hảo giữa các không gian chức năng khác nhau.



rất tốt, toàn bộ khu vực bếp nấu được đặt sát về phía đuôi tàu, qua đó giúp Nautica Design có nhiều diện tích hơn để mang đến thêm nhiều cá tính cho phần nội thất. Đặc biệt, tầng fly (hoặc tầng mái) có hai lối lên từ buồng lái và boong dưới, được dung hòa khéo léo giữa việc điều khiển và thư giãn. Nếu không muốn “tắm” quá nhiều ánh mặt trời, người dùng có thể yêu cầu lắp mui che nắng cố định hoặc dạng gập.

Trên những chiếc du thuyền hai thân có kích thước như Lagoon 46, hệ thống pa-lăng là một tùy chọn quá đơn giản. Có thể chọn loại cần trục nâng thông thường bằng thép hoặc sàn nâng, trong đó, sàn nâng giúp tạo ra thêm không gian sinh hoạt ở đuôi tàu, đồng thời giúp việc tiếp xúc với mặt nước trở nên dễ dàng và thuận tiện hơn nhiều.

Là một cái tên hết sức quen thuộc trong lĩnh vực kiến trúc hàng hải, Nautica Design luôn thấu hiểu nhu cầu và mong muốn của những người đủ năng lực tài chính và đủ đam mê để sở hữu một chiếc du thuyền. Cho nên không ngạc nhiên khi nội thất của Lagoon 46 ngoài cá tính, sang trọng ra thì tính tiện dụng được đặt lên hàng đầu. Đầu tiên phải kể đến cabin VIP của chủ nhân với chiếc giường đôi kiểu Island vô cùng rộng rãi, mang đến sự thoải mái tối đa. Căn phòng này - cũng như mọi cabin



khác trên Lagoon 46 – đều được tận dụng ánh sáng trời tối đa qua khung cửa sổ lớn và rất nhiều ô cửa nhỏ khác. Tất cả các chi tiết đều được hoàn thiện với độ tỉ mỉ cực cao.

Trong khi đó, buồng lái phía trước và phòng khách được ngăn cách ước lệ bằng kính và có thể xếp lại khi cần, mang đến cảm giác về không gian vô biên. Từ buồng lái phụ phía sau cũng có thể lên trực tiếp phòng khách bằng một lối đi riêng. Lagoon 46 hiện đang có các phiên bản ba cabin và bốn cabin với phòng tắm riêng biệt. Vincent Lauriot-Prévost, một tên tuổi hàng đầu trong lĩnh vực kiến trúc hàng hải, người đứng sau thành công của rất nhiều mẫu du thuyền Lagoon cho biết, ưu điểm lớn nhất của mẫu 46 là cabin phía trước cũng rộng rãi, sáng sủa, tiện nghi và dễ chịu như cabin sau. Điều này có được nhờ việc giảm tỉ lệ giữa chiều dài của cả con tàu và chiều dài lớp vỏ bọc động cơ, không chỉ giúp Lagoon 46 nhẹ hơn mà còn tối ưu hóa được khoảng không gian ở phía trước.

Không chỉ vậy, Lagoon 46 cũng được đánh giá là một trong những mẫu thuyền buồm đi biển có hiệu suất tốt nhất hiện nay, nhờ việc thay đổi diện tích mặt buồm, cải tiến vị trí đặt cột buồm và một số chi tiết khác. Điều này không chỉ giúp Lagoon 46

tăng tốc độ trong điều kiện lặng gió mà còn giúp cả người dùng thao tác thuận tiện hơn khi giương buồm hay cuốn buồm. Lagoon 46 được trang bị một cặp động cơ 45 HP hoặc 47 HP tùy phiên bản, lướt nước êm ái và gần như không có tiếng máy lọt vào không gian nội thất.

Còn designer Massimo Gino của Nauta Design thì nói, nhóm thiết kế của ông muốn phần nội thất phải tạo ra cảm giác thư giãn hơn nhưng vẫn kế thừa được những “giá trị Lagoon”, bao gồm phong cách, công năng và sự tin cậy. Cũng vì thế, ông đã mang tinh thần “ấm áp theo kiểu tối giản” lên Lagoon 46, sử dụng cùng vật liệu và kiểu dáng đã rất thành công trên mẫu Lagoon 50, nơi vẻ đẹp giản dị cùng tiện nghi hòa vào không gian và ánh sáng để làm nên sự sang trọng. Màu chocolate của gỗ óc chó và màu kem của gỗ thông tương phản với nhau theo kiểu mềm mại, ấm áp. Và việc sử dụng ánh sáng gián tiếp một cách cân một cách khéo léo khiến mọi không gian đều vô cùng dễ chịu.

Những khung cửa sổ lớn và cả vách ngăn bằng kính kiểu xóa nhòa đi sự ngăn cách giữa bên trong và bên ngoài, giữa phòng khách lớn và bếp ở boong dưới, qua đó giúp người trên thuyền nhận ra mối liên kết “chuẩn chỉnh” giữa ngoại thất và nội thất. Sofa hiện diện ở mọi nơi để bất kỳ chỗ nào cũng có thể trở thành chiếu nghỉ để ngồi đọc sách, làm việc hay cho mọi người quây quần. Từ buồng lái sau, chỉ mất ba bước là đã chạm mặt nước nhưng vẫn đảm bảo an toàn tối đa nhờ sàn nâng thủy lực. Như lời của Massimo Gino thì Lagoon 46 đúng là chiếc du thuyền vừa hấp dẫn vừa giàu cảm xúc, lại có tính đột phá cao trong thiết kế, mang đến niềm vui đích thực trong những lần lênh đênh trên sóng nước.



Lagoon 46 chính thức ra mắt tại Triển lãm tàu thuyền và thể thao dưới nước Dusseldorf (boot Dusseldorf 2019) diễn ra hồi tháng Một vừa qua và đã nhận được rất nhiều lời ca ngợi từ giới chuyên môn. Tại Việt Nam, Lagoon 46 đang được phân phối chính thức bởi Tam Son Yachting với mức giá khoảng 830.000 Euro (tương đương 21,5 tỷ đồng), đã bao gồm thuế nhập khẩu.

Thành lập năm 1984 với tiêu chí tôn vinh những điều kỳ diệu của cuộc sống và sự huy hoàng của tự do, hãng đóng tàu Pháp Lagoon nhanh chóng gây được tiếng vang nhờ những mẫu catamaran - du thuyền hai thân đi biển vừa đẹp mắt, vừa tiện nghi lại vừa được ứng dụng nhiều đột phá trong thiết kế và ứng dụng công nghệ hiện đại. Cho tới nay, hãng đã xuất xưởng hơn 4.300 chiếc catamaran và là thương hiệu dẫn đầu trong phân khúc này. Sản phẩm của Lagoon được yêu thích dựa trên thiết kế, tỷ lệ và bố trí hợp lý, tận dụng tối đa không gian sử dụng, đảm bảo chất lượng sản xuất tối ưu và luôn đáp ứng đúng nhu cầu của khách hàng.

Năm 2010, mẫu Lagoon 450 đánh dấu sự hợp tác với Nauta Design đã trở thành huyền thoại, năm 2012 mẫu Lagoon 52 khởi đầu một cuộc cách mạng trong lĩnh vực thiết kế du thuyền hai thân. Lagoon 46 chính là sản phẩm mới nhất, tích hợp mọi ưu điểm của Lagoon 52 và được hãng dùng để thay thế cho “lá cờ đầu” Lagoon 450. Ngoài nhiều mẫu du thuyền buồm hai thân, Lagoon còn có hai mẫu du thuyền máy (motor yacht) được phân phối tại Việt Nam là 630MY và Seventy 8.

Khám phá thế giới bằng du thuyền hạng sang

Sớm trở thành xu thế mới tại Việt Nam

📍 BÀI: LÔI PHONG

DU LỊCH BẰNG DU THUYỀN HẠNG SANG VỐN ĐÃ PHỔ BIẾN TRÊN THẾ GIỚI TỪ RẤT LÂU NHƯNG MỚI CHỈ NỞ RỘ Ở VIỆT NAM TRONG VÀI NĂM TRỞ LẠI ĐÂY, TUY NHIÊN, MỨC TĂNG TRƯỞNG LẠI CỰC KỲ MẠNH MẼ. CHỈ TÍNH RIÊNG TRONG NĂM 2018, VIỆT NAM ĐÃ ĐÓN GẦN 500 LƯỢT RA VÀO CỦA CÁC HẢI TRÌNH LỚN NHỎ, TRỞ THÀNH QUỐC GIA CÓ LƯỢNG DU THUYỀN CẬP BẾN NHIỀU THỨ TƯ Ở KHU VỰC CHÂU Á.

Báo cáo của Ngân hàng Thế giới (World Bank) cho biết, tính đến năm 2020, tầng lớp trung lưu và giàu có ở Việt Nam dự đoán sẽ tăng gấp đôi so với năm 2017, lên 33 triệu người và chiếm khoảng một phần ba dân số. Kéo theo đó, nhu cầu du lịch nghỉ dưỡng tại nước ngoài cũng sẽ tăng lên, trong đó có các chọn lựa hành trình du lịch bằng đường biển đến các điểm đến ở châu Á, châu Âu, thậm chí cả khu vực Trung Mỹ. Hiệp hội các hãng du lịch tàu biển quốc tế đã đưa ra những con số thống kê khá chính xác, cho thấy tiềm năng của xu hướng mới mẻ này là cực kỳ phong phú.

Du khách Việt du lịch bằng du thuyền có độ tuổi trung bình là 42 tuổi. Trong khi đó, độ tuổi trung bình của du khách Ấn Độ là trẻ nhất 37 tuổi và độ



Khám phá thế giới bằng du thuyền hạng sang thực sự khác biệt và có nhiều lợi ích so với các loại hình du lịch khác.

tuổi trung bình của du khách Nhật Bản là cao nhất 57 tuổi. Thế hệ millennials (thế hệ Y, sinh ra trong khoảng 1980 - 1999) lựa chọn du lịch bằng du thuyền tăng đáng kể với số lượng du khách từ 20 - 39 tuổi chiếm 32%, du khách từ 40 - 59 tuổi chiếm 38% và du khách dưới 19 tuổi chiếm 13%. Số liệu cũng cho thấy các chuyến du lịch đa thế hệ đang dần trở nên phổ biến hơn khi cả gia đình từ ông bà đến con cháu có cơ hội du lịch bằng du thuyền cùng nhau.

64% du khách Việt chọn các hải trình kéo dài 4 - 6 ngày, 26% lựa chọn hải trình trong 3 ngày và 8% lựa chọn kéo dài 7 - 13 ngày. Gần 80% du khách Việt lựa chọn điểm đến ở khu vực châu Á. Trong số các chuyến hải trình dài, Caribbean (Trung Mỹ) là điểm đến phổ biến nhất của du khách Việt, tiếp đến là Alaska (Bắc Mỹ) và Địa Trung Hải (châu Âu). Điều này chứng tỏ du khách ngày càng hứng thú với chuyến đi tới nhiều điểm đến cùng một lúc. "Du khách Việt ngày càng ưa chuộng hình thức du lịch bằng du thuyền. Bên cạnh đó, họ vẫn cảm thấy thoải mái khi thực hiện hành trình bay đến nơi tập kết du thuyền, sau đó thực hiện chuyến hải trình trên biển để nhanh chóng đặt chân lên điểm đến. Điều này sẽ giúp họ có nhiều thời gian để vui chơi và thư giãn trước và sau chuyến đi dài ngày trên biển", ông Trần Chánh Cường, Giám đốc Golden Star Travel chia sẻ.

Khám phá thế giới bằng du thuyền hạng sang thực sự khác biệt và có nhiều lợi ích so với các loại hình du lịch khác. Di chuyển bằng những

(thành phố giải trí 5 sao) trên mặt nước giúp hạn chế được chi phí di chuyển bằng máy bay khi tham gia các kì nghỉ đa quốc gia, không tốn thời gian chờ đợi để nhận và trả phòng khách sạn, cũng không phải đắn đo suy nghĩ nên đi chơi hay đi mua sắm sau giờ tham quan vì thời gian có hạn. Thời điểm các tour du thuyền với hải trình ngắn ngày bắt đầu mở bán rơi vào khoảng tháng Một đến tháng Ba hàng năm kèm theo nhiều chương trình khuyến mãi, nếu để đến đầu hè mới bắt đầu tính chuyện mua vé thì chưa chắc đã có, nếu còn thì giá cũng cao hơn rất nhiều. Còn những tour lớn kiểu xuyên lục địa thì vé được bán trước đến cả năm trời, thậm chí hai năm.

Lấy ví dụ tour nổi tiếng nhất hiện nay là vòng quanh thế giới bằng du thuyền 5 sao Viking Sun đã bán hết vé hạng nhất giá 260.000 USD chỉ sau hơn một tuần và chưa đầy sáu tháng sau đã không còn một chỗ trống dù giá khởi điểm của nó không hề rẻ: 92.000 USD. Du thuyền Viking Sun sẽ khởi hành ngày 31/8/2019 tại London với hải trình vòng quanh thế giới dài nhất trong lịch sử: kéo dài 245 ngày (8 tháng liên tục), chu du qua 59 quốc gia và 113 hải cảng ở khắp mọi châu lục (trừ Nam Cực),





kết hợp giữa các trải nghiệm độc đáo trên biển với hoạt động tham quan, văn cảnh, khám phá văn hóa, kiến trúc, ẩm thực, các danh thắng ở mọi thành phố mà nó ghé thăm.

Đầu tiên, Viking Sun sẽ đi về hướng Tây qua Quần đảo Anh và Bắc Cực để đến Canada, sau đó xuống Bờ biển phía Đông nước Mỹ trước khi đi đến vùng biển Caribbean. Từ đó, du thuyền sẽ đi dọc theo bờ biển phía Đông và mũi phía Nam của Nam Mỹ, cuối cùng sẽ dừng tại Los Angeles đánh dấu nửa hành trình. Chặng đường thứ hai sẽ đến các cảng ở Nam Thái Bình Dương để khám phá New Zealand và Úc, rồi du lịch ven biển Đông Nam Á trước khi cập bến Ấn Độ và Ai Cập. Cuối hành trình, tàu sẽ đi qua biển Địa Trung Hải và một vài điểm dừng ở ven biển châu Âu. Theo lịch trình, Viking Sun sẽ ghé thăm một hải cảng của Việt Nam nhưng chưa có cái tên cụ thể nào được đưa ra.

Viking Sun có sức chứa 930 hành khách trong 465 cabin, tất cả đều có ban công riêng với tầm nhìn ra đại dương, kể cả hạng tiêu chuẩn cũng



được trang bị giường King size, tủ quần áo lớn, phòng tắm rộng rãi. Cabin hạng cao hơn còn tách biệt phòng ngủ với các không gian chức năng khác. Trên Viking Sun có hai bể bơi, một bể chính ở giữa tàu và một bể vô cực đáy kính nằm ở đuôi tàu. Ngoài ra là phòng chiếu phim, phòng hòa nhạc, quán bar, phòng spa theo kiểu Scandinavi, sân golf mini, tám nhà hàng với mọi phong cách ẩm thực đặc trưng nhất của thế giới. Tất cả những tiện nghi này – kèm theo vé máy bay quốc tế hạng thương gia, dịch vụ đưa đón và cả wi-fi đều miễn phí.

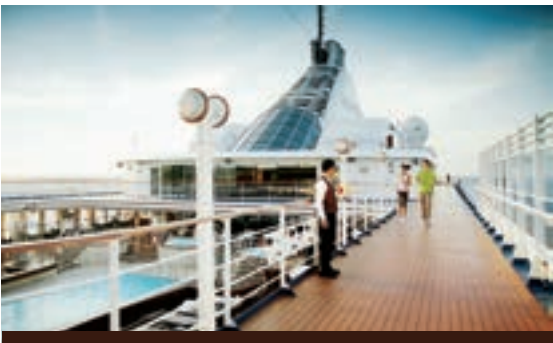


Khám phá thế giới bằng du thuyền hạng sang thực sự khác biệt và có nhiều lợi ích so với các loại hình du lịch khác.

Hiện Viking Sun cũng chỉ là một trong nhiều du thuyền 5 sao đang cung cấp tour vòng quanh thế giới mà thôi. Những đối thủ cạnh tranh nổi bật của nó là Viking Sky, Crystal Serenity, Silver Whisper, Queen Elizabeth, Oceania Insignia, Seven Sea Navigator, Seven Sea Explorer, Sojourn và nhất là Symphony Of The Sea – được mệnh danh là du thuyền 5 sao lớn nhất và đắt giá nhất từng được hạ thủy.

Cho đến cuối năm 2018, toàn châu Á mới có hơn 4 triệu du khách tham gia vào các chuyến du lịch bằng du thuyền hạng sang, trong đó Việt Nam đóng góp khoảng 6.000 người, chiếm gần 0,2%, một con số còn khá khiêm tốn. Tuy nhiên, với việc cơ sở hạ tầng đường thủy của Việt Nam đang được cải thiện nhanh chóng để đón các du thuyền có kích thước lớn hơn, số lượng du thuyền cập cảng Việt Nam sẽ tiếp tục gia tăng trong các năm tới, qua đó sẽ góp phần làm gia tăng số người muốn trải nghiệm hành trình độc đáo này.

Ở thời điểm hiện tại, du khách Việt đã có thể lựa chọn khá nhiều tour ngắn ngày khám phá các quốc gia châu Á bằng du thuyền 5 sao với mức giá hợp lý chỉ vài chục triệu đồng/người, được cung cấp bởi hầu hết các hãng lữ hành lớn như Vietravel, Fiditour, Saigon Tourist, Vietmap Travel, Star Travel. Tất cả cũng sẵn sàng hỗ trợ khách hàng đặt tour đi châu Mỹ, châu Âu hay vòng quanh thế giới trên các du thuyền xa xỉ. Số lượng các hãng làm tour du thuyền lớn đặt chân đến Việt Nam ngày càng nhiều, như Princess Cruises hay Genting Cruise Lines cho thấy thị trường tiềm năng này đang chuẩn bị bùng nổ trong thời gian sắp tới.



Một số lưu ý khi du lịch bằng du thuyền:

Việc chọn du thuyền và các điểm đến trên tuyến đường hàng hải mà nó sẽ đi qua rất quan trọng bởi khi đã bước lên thuyền là không thể dễ dàng xuống giữa chừng như đi xe buýt trên đường được.

Mỗi chiếc du thuyền sẽ có kiểu phòng, trang thiết bị, phong cách phục vụ... khác nhau. Nếu là người quen ở khách sạn hạng sang, mua vé trên những chiếc du thuyền giá rẻ sẽ là một sai lầm. Nếu đi cùng trẻ nhỏ, nên chọn những hãng như Disney Cruise Line, nơi các em có không gian thu hút hơn để vui chơi.

Cabin có nhiều loại với nhiều mức giá, trang thiết bị cũng khác nhau, từ không cửa sổ cho tới có góc nhìn ra biển hay phòng suite với ban công riêng. Các du thuyền như Regent Seven Seas thường có nhân viên phục vụ khi khách đặt phòng Suite. Nếu là người lần đầu đi du thuyền và bị say sóng, nên đặt các cabin ở tầng thấp nhằm giảm thiểu tình trạng rung lắc.

Du thuyền quốc tế sẽ dừng lại tại rất nhiều nước. Với hộ chiếu của công dân Việt Nam, các quốc gia châu Mỹ và châu Âu đều cần visa để có thể lên bờ vui chơi. Vài du thuyền cũng có thể hỗ trợ đảm bảo cho du khách nhận được một “tấm visa” (thực chất là một loại giấy rời cho phép nhập cảnh trong thời gian ngắn). Nên đọc kỹ mọi quy định và để nghị giải đáp mọi thắc mắc trước khi trả tiền.

Nhiều du khách lần đầu tiên đi du thuyền không tìm hiểu thông tin về cảng mà họ sẽ dừng lại dẫn đến việc bị động khi xuống đất liền, ví dụ như không được phép nhập cảnh vì vấn đề visa hay thiếu thời gian di chuyển đến các điểm tham quan nổi tiếng. Hãy bỏ thời gian nghiên cứu về các điểm dừng trên hải trình, điều này sẽ giúp chuyến đi trở nên thú vị hơn. Nếu không, tối thiểu cũng nên lắng nghe các buổi thuyết trình của nhân viên và chuyên gia tư vấn trước khi cập bến.

Cuối cùng, đừng ngại ngần trò chuyện với thủy thủ đoàn. Họ sẽ sẵn sàng chia sẻ nhiều thông tin hữu ích, những câu chuyện thú vị. Đây cũng là một cách tích lũy kinh nghiệm cực kỳ hiệu quả.

ĐẲNG CẤP du thuyền của các NGÔI SAO thế giới

BÀI: VŨ VŨ

MÙA HÈ, MÙA CỦA NGHỈ DƯỠNG VÀ KHÁM PHÁ VỚI NHỮNG CUNG ĐƯỜNG BIỂN NGẬP TRÀN NẮNG GIÓ. DU THUYỀN TỪ LÂU ĐÃ TRỞ THÀNH MỘT PHƯƠNG TIỆN THỜI THƯỢNG THỂ HIỆN ĐẲNG CẤP CỦA CHỦ NHÂN KHI MANG ĐẾN TRẢI NGHIỆM TOÀN DIỆN NHẤT CỦA MÙA HOLIDAY MIỀN MAN TRONG NĂM. MỘT CHIẾC DU THUYỀN ĐƯỢC THIẾT KẾ KỸ CÀNG, SANG TRỌNG VÀ TIỆN ÍCH CÓ THỂ ĐƯA CHỦ NHÂN ĐI TỚI NHỮNG VÙNG BIỂN ĐẸP NHẤT TRONG CHUYẾN ĐI LÝ TƯỞNG CÙNG GIA ĐÌNH VÀ BẠN BÈ. VỚI CHUYÊN ĐỀ ĐẶC BIỆT NÀY, NGƯỜI DẪN ĐẦU GỬI TẶNG QUÝ VỊ ĐỘC GIẢ CƠ HỘI KHÁM PHÁ NHỮNG DU THUYỀN ĐỘC ĐÁO CỦA NHỮNG NGÔI SAO NỔI TIẾNG NHẤT THẾ GIỚI ĐỂ MỖI CHÚNG TA SẼ LỰA CHỌN CHO MÌNH MỘT PHONG CÁCH NGHỈ DƯỠNG YÊU THÍCH NHẤT.



Beyonce và Jay Z

Thời gian trước đây, cặp đôi vàng của làng nhạc R&B thường nghỉ ngơi gia đình trên chiếc du thuyền trị giá 40 triệu USD do hãng Benetti của Ý thiết kế. Không mua đứt nhưng là khách thuê thường xuyên của dịch vụ du thuyền trọn gói xa xỉ này, gia đình quyền lực của làng giải trí thường chi ra 370.000 USD cho một tuần xả hơi trọn vẹn riêng tư. Altitude được trang bị phòng tắm đá cẩm thạch trắng, đài quan sát, boong tắm nắng có bể spa khổng lồ với quầy bar, phòng tập thể dục trang bị đầy đủ dụng cụ.

Năm 2015, cả hai người bỏ tiền mua du thuyền Galactica Star với giá 73 triệu USD. Galactica Star có một phòng master cực rộng, một cabin VIP và 4 cabin khác. Nó còn có bãi đáp trực thăng và quầy bar, bồn sục Jacuzzi. Đây là chiếc du thuyền được thiết kế để phục vụ tốt nhất cho 12 người khách. Không gian rộng rãi và thiết kế thân thiện của du thuyền cũng phù hợp với gia đình có trẻ nhỏ ưa vận động của ông hoàng và bà hoàng làng nhạc nước Mỹ.

Bono

Thủ lĩnh của nhóm nhạc U2 đình đám là chủ nhân của du thuyền mang tên Cyan dài 49m. Với danh tiếng và độ chịu chơi của mình, không ngạc nhiên khi chiếc du thuyền này được thiết kế theo yêu cầu riêng tại hãng đóng tàu danh tiếng Codecasa. Với 6 cabin được trang bị tiện nghi, du thuyền đón được tối đa 12 khách. Được thiết kế với những đường cong uốn lượn phóng khoáng, chiếc du thuyền mang phong cách xa hoa và cũng đảm bảo tiện nghi với một bể bơi riêng và spa tại khoang sau cùng rất nhiều đồ chơi cho hoạt động biển và tiệc BBQ trên boong.



Calvin Klein

Giới thời trang và làng giải trí nói chung cứ đến hè là lại náo nức đến Cannes, Liên hoan phim quốc tế danh giá và cũng là điểm đến của các ngôi sao nổi tiếng thế giới. Nơi đó, chiếc du thuyền của ông hoàng tiệc tùng Calvin Klein là tâm điểm. Siêu du thuyền của nhà thiết kế thời trang nổi tiếng thường được trông thấy ở bãi biển Cannes nước Pháp vào mỗi mùa liên hoan phim. Calvin luôn chủ trì những bữa tiệc xa hoa, mời các ngôi sao nổi tiếng tham dự trong suốt sự kiện kéo dài hơn một tuần ở Cannes.

Du thuyền của nhà thiết kế danh tiếng do hãng Palmer Johnson, công ty nổi tiếng về sản xuất các trang thiết

bị thể thao nhận đặt hàng. Thiết kế du thuyền do Nuvolari & Lenard, một studio chuyên về du thuyền và thiết kế nội thất danh tiếng của Venice thực hiện.

Có 6 phòng trên du thuyền, nội thất đều được bọc da màu kem và nâu, hoa văn dập và thêu gỗ do các công ty sản xuất vật liệu công nghệ cao như Aura, Nicotrend và Rubelli đảm trách. Mỗi phòng có nhà tắm theo phong cách riêng. Vách ngăn giữa các phòng làm từ gỗ teak và gỗ Zebrano có độ nhẹ và mịn, là vật liệu truyền thống kết hợp vật liệu cao cấp. Du thuyền có phần sân rộng trên nóc được bố trí đèn trời, ghế ngồi thư giãn và bếp nướng, thích hợp cho những chuyến rong ruổi dài ngày.

Nicole Kidman

Thiên nga nước Úc mạnh tay mua chiếc du thuyền Sunseeker Manhattan 74 có giá 4,5 triệu USD (102 tỷ đồng). Cô đặt tên con thuyền giống biệt danh của mình là Hokulani. Nội thất trong du thuyền được thiết kế sang trọng, tiện nghi với gam màu chủ đạo trắng nâu. Chiếc du thuyền của Nicole Kidman đủ chỗ cho 7 hành khách đi chơi dài ngày trên biển.

Chiếc du thuyền này gắn bó với nhiều kỷ niệm của nữ diễn viên và người chồng Keith Urban. Trong giai đoạn mối quan hệ của hai người xuất hiện căng thẳng do Keith có dấu hiệu tái nghiện rượu, Nicole Kidman đã tổ chức các chuyến du lịch nghỉ dưỡng trên chiếc du thuyền này, mời bạn bè người thân đi cùng. Những hoạt động vui vẻ tích cực cùng gia đình đã giúp chồng cô lấy lại được sự lạc quan, củng cố hơn nữa mối quan hệ hôn nhân bền vững.



Eric Clapton

Ngoài thú chơi xe ô tô, sưu tầm một đàn xe Ferrari cổ điển, tận hưởng tốc độ và các chuyến roadtrip, nghệ sĩ guitar huyền thoại người Anh Eric Clapton sở hữu chiếc du thuyền Va Bene từ năm 2005. Kín tiếng hơn những hậu bối của mình nhưng “ông già gân” của làng nhạc đều đặn sử dụng chiếc du thuyền sang trọng cổ điển của mình trong các kỳ nghỉ hàng năm tại vùng Nam Âu nắng gió. Chiếc du thuyền này “nhỏ mà có võ”, màu trắng, mũi dài, lướt trên sóng với tốc độ và sự gọn gàng uyển chuyển, giúp người nghệ sỹ đa tài có thể ẩn mình với gió nước cùng sự tiện nghi, ấm cúng.



Diddy

Rapper Diddy sở hữu một trong những chiếc du thuyền đắt đỏ nhất thế giới. Nó có giá lên tới 72 triệu USD (1.636 tỷ đồng). Du thuyền có chiều dài gần 50m, bằng nửa sân bóng đá. Nội thất của du thuyền cũng được đầu tư hoành tráng như kích thước của nó để xứng tầm ông hoàng tiệc tùng Hollywood. Diddy từng mở rất nhiều bữa tiệc xa hoa trên du thuyền của anh và

mời đông đảo ngôi sao tới tham dự như Kim Kardashian, Paris Hilton... Chiếc du thuyền còn nổi tiếng với các tiện nghi xa xỉ như màn chiếu, sân khấu, sân tiệc và quầy bar với những chai rượu được bảo quản đúng kiểu. Chiếc du thuyền phù hợp cho 10 người cùng tận hưởng chuyến du lịch trong mơ.

Simon Cowell

Ngôi sao truyền hình – giám khảo quyền lực nổi tiếng chỉ đậm tay cho sở thích của mình: thuê du thuyền Slipstream với giá 975.000 USD/tuần để được phục vụ toàn diện, không phải lo lắng về vấn đề bảo dưỡng. Cái giá đó cũng xứng đáng với những trang bị như đài quan sát, Jacuzzi, phòng tập thể dục, tầng thượng có mái che cùng đoàn thủy thủ 14 người bao gồm một đầu bếp riêng. Chính trên chiếc du thuyền này, ông bầu giàu có và lắm chiêu đã quyến rũ Lauren Silverman, người bạn tâm giao và cũng là cựu phụ nhân của bạn thân mình! Tuy nhiên, mối quan hệ sóng gió này sau đó vẫn được ủng hộ khi chứng minh cho công chúng thấy được đây

là một tình yêu đích thực và có đóng góp cho cộng đồng. Một lần khi đi chơi trên du thuyền cùng bạn gái, ông đã cứu sống 9 hành khách trên một chiếc tàu sắp chìm ở vùng biển ngoài khơi nước Pháp. Trước đó, Cowell cũng giúp một người đàn ông bị nạn có thể nhìn thấy đứa con đầu lòng của mình kịp lúc. Nói về chuyện này, Simon đơn giản cho rằng đây là việc con người nên làm. Giờ đây, sau nửa thế kỷ chơi bời quây tung showbiz Anh Mỹ, tay chơi sành điệu, vốn không thích trẻ con đã trở thành một ông bố đáng tin cậy. Ông hiện giờ sau những ngày bận rộn ghi hình, thường cùng bạn gái Lauren Silverman và con trai nhỏ quần quít vui đùa đón nắng gió trên du thuyền sang chảnh.



J.K. Rowling

Nữ nhà văn sáng tạo ra chú bé phù thủy Harry Potter đã mua lại chiếc du thuyền của một ngôi sao nổi tiếng khác là Johnny Depp. Chiếc du thuyền này được đặt tên là Vajoliroja, tập hợp cái tên của những người thân thiết của diễn viên “cướp biển” ban đầu. Khi nữ nhà văn mua lại, bà đổi tên thành Amphitrite cho gần gũi hơn với mình. Amphitrite là một chiếc du thuyền có vẻ ngoài cổ điển, không quá hiện đại hay nhiều tiện nghi đắt tiền nhưng thiết kế theo kiểu chuyên cho những chuyến đi biển an dưỡng. Du thuyền có không gian ấm cúng, nơi ghế ngồi đều được bọc nhung, có bàn làm việc và phòng xem phim, bàn tiệc trà, là nơi lý tưởng mà nữ nhà văn có thể sáng tạo thêm các nhân vật mới. Bà cũng thường xuyên cho du thuyền ghé lại những vùng biển sôi động, không ngại chào hỏi và giao lưu với mọi người.

Tham khảo:
<https://moneyinc.com/top-20-celebrity-yachts-world/>

Chuyên mục
VĂN HOÁ

SAO KHÔNG LÀ cổ điển?

♥ BÀI: NGỌC ANH

MỚI KHOẢNG 30 - 40 NĂM VỀ TRƯỚC THỜI, NGAY CẢ CÁC BUỔI DIỄN CỦA NHỮNG DÀN NHẠC HẠNG TRUNG Ở CHÂU ÂU CŨNG CHẬT KÍN THÍNH GIẢ, NGƯỜI TA KHÔNG NGẠI NGẦN XẾP HÀNG CẢ ĐÊM TỚI SÁNG ĐỂ MUA ĐƯỢC TẤM VÉ VÀO NGHE BỘ BA TENOR PAVAROTTI - DOMINGO - CARECAS CÙNG HÒA GIỌNG. SỨC HÚT CỦA NHẠC CỔ ĐIỂN KHI ĐÓ KHÔNG THUA GÌ CÁC THỂ LOẠI ÂM NHẠC ĐẠI CHÚNG NHƯ POP, ROCK... GIỜ ĐÂY THÌ SAO?



Thông tin về nhạc cổ điển ngày càng ít xuất hiện trên các phương tiện truyền thông, các chương trình biểu diễn lớn ở tầm cỡ thế giới gần như vắng bóng, các dàn nhạc lớn liên tục kêu lỗ và cắt giảm quy mô vì hoạt động kém hiệu quả. Đại đa số người nghe nhạc tuổi dưới 40 giữ thái độ "kính nhi viễn chi" với thể loại âm nhạc "bác học" này. Trong vòng hơn 3 thập kỷ qua, cũng không có một tác phẩm vĩ đại nào khá dĩ sánh được với các kiệt tác của tiền bối ra đời. Nhiều người cho rằng, đã đến thời khắc suy tàn của nhạc cổ điển...

Có quá nhiều lý do để người ta từ chối nghe nhạc cổ điển. Hay được viện dẫn nhiều nhất là hai chữ "bác học" - tức thể loại âm nhạc chỉ dành cho những người hiểu biết, trí thức cao và người làm chuyên môn âm nhạc. Dài, phức tạp cũng là một lý do, không có lời cũng là một lý do, và trừu tượng cũng là một lý do khác. Để cảm nhận, người nghe thay vì nhún nhảy hát theo, lại phải giữ im lặng hoàn toàn, tập trung vào màn trình diễn chỉ hấp dẫn ở âm thanh chứ không nổi bật về hình thức.

Một vấn đề nữa là môi trường. Đa số chúng ta đều có tâm lý chạy theo đám đông, hướng hồ, những pop, rock, hip-hop, R&B... dễ thẩm thấu, dễ phân biệt hay dở hơn. Tới jazz, blues đã thấy khó rồi, hướng hồ là cổ điển. Tâm lý ngại khó cũng là một rào cản lớn. Rồi đi xem nhạc cổ điển cũng đòi hỏi rất nhiều nhiều khê, đó là chưa kể hàng năm chả có mấy chương trình biểu diễn, nếu có thì giá vé đắt như trên trời. Thế là, có một bức tường vô hình ngăn cách giữa âm nhạc cổ điển với công



Cả một gia tài âm nhạc khổng lồ đang bị bỏ qua. Đây là thiệt thòi lớn, bởi họ có quyền (và hoàn toàn có khả năng) thụ hưởng những giá trị rất cao về mặt tinh thần, có thể nâng nền tảng văn hóa lên một tầm cao mới.

chúng mọc lên, và ngày càng cao mãi. Tự nhiên, người ta cứ xa dần, xa dần...

Tất cả các lý do trên xét cho cùng cũng chỉ là lý do. Vấn đề nằm ở sự kiên nhẫn và tấm lòng khát khao tìm tòi, hướng tới cái đẹp. Không phải tất cả những người mê cổ điển đều có may mắn tiếp xúc với thể loại âm nhạc này từ lúc còn nhỏ, cũng chẳng phải tất cả đều làm trong ngành âm nhạc hay thuộc tầng lớp trí thức cao. Trong mỗi con người hình như có một tiểu vũ trụ. Ở đó có rất nhiều thứ mà chúng ta chưa thể khám phá hết - những khoảng sáng vô tận cũng như hố đen sâu hun hút. Khả năng cảm thụ, nhận thức, say mê triết học, toán học, âm nhạc, hội họa có thể là một số thứ đang còn ngủ yên. Chỉ cần được khơi thông, chúng sẽ trở thành những suối nguồn tuôn chảy.

Trong những giai điệu mà chúng ta nghe hàng

ngày, có rất nhiều trích dẫn từ các tác phẩm cổ điển, nhưng có mấy người để ý, có mấy người thắc mắc và có mấy người mầy mò tìm nghe lại cho bằng được? Cả một gia tài âm nhạc khổng lồ đang bị bỏ qua. Đây là thiệt thòi lớn, bởi họ có quyền (và hoàn toàn có khả năng) thụ hưởng những giá trị rất cao về mặt tinh thần, có thể nâng nền tảng văn hóa lên một tầm cao mới. Hồi 2006, ca sĩ Mỹ Linh, nhạc sĩ Dương Thụ cùng ê-kíp của mình đã thực hiện album Chat với Mozart - trong đó, các trích đoạn từ nhiều tác phẩm lớn của Tchaicovsky, Sain-Saen, Schumann, Vivaldi... được phổ lời Việt, hòa âm phối khí theo kiểu hiện đại, nhằm hướng sự quan tâm của giới trẻ tới nhạc cổ điển nhiều hơn nữa.

Tiếc là album này lại bị chính những người hay nghe nhạc cổ điển khi đó từ chối với lý do "bôi bác, làm hỏng dòng nhạc vĩ đại nhất của nhân loại". Nhưng chính những người phản đối không biết rằng trên thế giới đã có nhiều album tương tự Chat với Mozart, ví dụ như Greatest Love Classic của Andy Williams (một tượng đài của làng nhạc Mỹ) hay Romance With Beethoven, Bach And... của Salena Jones với các ca khúc đều là trích đoạn giao hưởng của Beethoven, Bach, Debussy, Dvorak,



Rachmaninoff. Đó là chưa kể đến Coolio từng đọc rap rất điệu nghệ trên nền bản Canon in D của Pachebel trong ca khúc C U When U Get There hay nhóm Tran-Siberian Orchestra “rock hóa” nhiều đoạn nhạc quen thuộc của Beethoven trong album kinh điển Beethoven’s Last Night.

Con đường đến với nhạc cổ điển tuy gian truân nhưng không phải không thể vượt qua. Đừng vội. Hãy cứ thông thả đặt từng bước chân lên những bậc thang dẫn đến ngôi đền thiêng. Một số nhạc sĩ và các chuyên gia khuyên người nghe bắt đầu bằng những khúc nhạc ngắn như etude, prelude, nocturne... Nét nhạc gọn gàng, chỉ như một nét vẽ phác, gợi dòng cảm xúc thoáng qua. Đôi khi, chỉ là niềm cảm hứng của nhạc sĩ trên nền các vũ khúc dân gian. Song âm nhạc vẫn đủ chiều sâu, mở các chiều suy nghĩ khác. Nó thấm vào mỗi người theo từng lối riêng và rồi đọng lại. Chỉ thế thôi, không cần suy ngẫm nhiều làm gì.

Để đi tiếp, người nghe sẽ làm quen với sonata - bản nhạc viết cho một (đôi khi là hai) nhạc cụ: piano, violin, flute, clarinet, cello. Rồi đến các tam tấu, tứ tấu viết cho ba, bốn nhạc cụ. Lên bậc cao hơn là các concerto, gồm hai, ba chương, viết cho nhạc cụ độc tấu với dàn nhạc đệm. Kế đó là symphony - thể loại mang chủ đề lớn, kết cấu thường có ba đến bốn chương. Nếu còn có thể đi thêm, cái đích cuối cùng sẽ là opera - nhạc kịch. Đây là hội tụ đồ sộ nhất giữa âm nhạc, múa, thanh nhạc. Lộng lẫy, hoành tráng.

Cũng có một cách khác để tiếp cận với nhạc cổ điển. Đó là bắt đầu bằng các bản nhạc, trích đoạn nổi tiếng - rất dễ tìm thấy trong các bộ đĩa tuyển chọn được bán rất nhiều ở khắp nơi. Sẽ rất dễ dàng nhận thấy rằng nhạc cổ điển không phải quá bác học như thiên hạ vẫn hình dung. Sau đó rồi làm quen dần với các tác phẩm khác - độ phức tạp tăng dần lên. Song song với việc nghe là việc tích lũy kiến thức về những thứ mình nghe. Nên tìm hiểu để biết mình đang nghe thể loại gì, tác giả là ai, nội dung, chủ đề ra sao, nằm ở giai đoạn nào. Nên nắm vững thế nào là overture, là bacarolle, là concerto, sonata... Hãy nhớ rằng, kiên nhẫn là điểm mấu chốt. Nghe và tìm hiểu, tìm hiểu và nghe - hai công việc đó bổ trợ cho nhau và nuôi hứng thú, không để nó lụi tàn.



Nhiều người từng ví von, nghe nhạc cổ điển giống như người ta bóc vỏ hành vậy. Sau mỗi lớp vỏ lại là một lớp vỏ khác. Nhạc cổ điển, đặc biệt là các giao hưởng lớn cần nghe đi nghe lại nhiều lần mới thấm thấu được hết cái hay, cái đẹp của nó. Dàn nhạc giao hưởng Vienna, ngày đầu năm nào cũng có một buổi New Year Concert, chỉ chơi một số tác phẩm nhất định, khác mỗi nhạc trưởng (toàn là những cái tên danh giá, đến từ khắp nơi trên thế giới). Mỗi người một phong cách, một cá tính và khán thính giả năm nào cũng nghe những tác phẩm đó nhưng không cảm thấy nhàm chán. Nhiều tác phẩm cổ điển là những câu chuyện có cấu trúc lớn và nghệ thuật ẩn dụ. Nhưng cũng không ít tác phẩm không có nội dung rõ ràng, chỉ đơn thuần nói lên vẻ đẹp của âm nhạc, dùng âm nhạc mô tả vẻ đẹp của cuộc sống. Chỉ cần kiên nhẫn, cánh cửa vào "ngôi đền thiêng" của âm nhạc sẽ mở rộng trước mắt bạn...

Không phải ai cũng biết dàn nhạc nổi tiếng Paul Mauriat có bộ ba album kinh điển Classics In The Air - chơi lại các trích đoạn cổ điển nổi tiếng nhất theo một tinh thần mới, dễ nghe hơn, tung bừng hơn với kiểu phối khí giản dị và thêm vào nhịp trống theo điệu disco rất độc đáo. Các dàn nhạc semi-classic khác như Mantovani, James Last, Raymond Lefevre, thậm chí các dàn nhạc giao hưởng danh giá như Chicago Symphony, London Philharmonic, Prague Philharmonic, London Symphony... cũng xuất bản nhiều album biến tấu nhạc cổ điển, được đón nhận nhiệt tình ở châu Âu và đặc biệt là Nhật Bản. Tất cả đều ra đời dựa trên tinh thần phổ cập nhạc cổ điển đến với số đông. Việc giấu mình trong tháp ngà, nhìn xung quanh với cặp mắt trịch thượng rõ ràng không phải là thái độ cần thiết để quảng bá dòng nhạc này.



Salvatore Ferragamo ra mắt BOXYZ - niềm tự hào của mùa Pre-Fall 2019

Vừa qua, thương hiệu thời trang lừng danh đến từ Ý, Salvatore Ferragamo đã cho ra mắt bộ sưu tập túi xách BOXYZ mùa Fre-Fall 2019, hội tụ giữa ngôn ngữ thiết kế truyền thống và đường nét tối giản hiện đại, phù hợp với hơi thở cuộc sống đương thời.

Được thai nghén từ đội ngũ thiết kế tài hoa của nhà mốt hơn 90 năm tuổi, BOXYZ là dòng túi xách phù hợp với cuộc sống của người phụ nữ hiện đại, bận rộn và năng động. Không chỉ khẳng định một sự riêng tư, một thương hiệu lâu đời, thể hiện phong cách cá nhân, mỗi chiếc túi BOXYZ còn thể hiện sự linh hoạt cho mọi hoạt động, thuận tiện, thoải mái và bền đẹp với thời gian.

Giám đốc sáng tạo Paul Andrew của nhà Salvatore Ferragamo cho biết: “Để hiểu về nhu cầu hàng ngày của khách hàng, tôi đã bắt đầu việc sáng tạo nên BOXYZ bằng cách hỏi những người phụ nữ quanh tôi. Và tôi đã nhận được rất nhiều phản hồi quý giá. Điều họ cần, chính là sự riêng tư, thuận tiện, bền, đẹp và quan trọng là phải khác biệt và táo bạo. Để đáp lại sự kỳ vọng đó, BOXYZ ra đời”.

BOXYZ có mặt tại cửa hàng Salvatore Ferragamo từ tháng 6/2019.

ĐỊA CHỈ CÁC CỬA HÀNG SALVATORE FERRAGAMO:

TẠI TP.HCM:

- TTTM Diamond, 34 Lê Duẩn, Q1. ĐT: 028 3823 1204

- Khu mua sắm cao cấp Rex Arcade, 4-6 Lê Lợi, Q.1. ĐT: 028 3823 2004

TẠI HÀ NỘI:

TTTM Tràng Tiền, 24 Hai Bà Trưng, Q.Hoàn Kiếm. ĐT: 024 39367129.

Khu nghỉ dưỡng The Anam ra mắt biệt thự spa đẳng cấp

Khu nghỉ dưỡng biển The Anam rộng 12 hecta nằm trên bán đảo Cam Ranh vừa ra mắt hai biệt thự spa hai phòng ngủ đẳng cấp được trang bị giường mát-xa với không gian riêng tư, hồ bơi riêng với tầm nhìn hướng biển.

Hai biệt thự spa rộng 267m², tọa lạc trên đồi với tầm nhìn tuyệt đẹp xuống Bãi Dài, hướng tắm mắt ra xa tới những hòn đảo thuộc vịnh Cam Ranh. Bên cạnh tiện nghi chăm sóc spa trong khuôn viên, các biệt thự còn có hai phòng ngủ lớn với phòng tắm riêng, nhà bếp, phòng khách, hồ bơi riêng với khu vực sân, bếp nướng BBQ và ghế tắm nắng.

Đánh dấu sự kiện ra mắt biệt thự spa hai phòng ngủ, The Anam ưu đãi cho mỗi khách lưu trú ở những biệt thự này gói chăm sóc spa một lần một ngày ngay tại biệt thự, cùng với bữa sáng và đưa đón sân bay miễn phí. Giá mỗi đêm cho Biệt thự Spa hai phòng ngủ và hồ bơi riêng: 17.065.000++, đã bao gồm gói chăm sóc spa mỗi ngày, ăn sáng và đưa đón sân bay.

Để biết thêm thông tin chi tiết hoặc đặt phòng, vui lòng truy cập **website www.theanam.com, gọi 0258.3989 499 hoặc email info@theanam.com.**



Hà Nội hợp tác với CNN quảng bá du lịch giai đoạn 2019 - 2024

Các chương trình quảng bá trong 5 năm tới sẽ giới thiệu Hà Nội là điểm đến mới của thể thao, cửa ngõ du lịch của Việt Nam.

Theo đó, mỗi năm chương trình quảng bá có chủ đề riêng: 2019 - "Hà Nội mở ra với bạn"; 2020 - "Hà Nội: Sẵn sàng xuất phát"; 2021 - "Hà Nội: Hơn là một điểm đến du lịch"; 2022 - "Hà Nội: Trung tâm sáng tạo"; 2023 đến 2024 - "Hà Nội: Một tư duy dẫn đầu". Kinh phí quảng bá từ 2019 đến 2023 là 800.000 USD mỗi năm, riêng năm 2024 là 200.000 USD.

Sản phẩm do CNN sản xuất trong 5 năm tới sẽ bao gồm các phim quảng cáo 30 - 60 giây, trong đó có phim quảng bá giải đua xe F1 tại Hà Nội và giới thiệu SEA Games 2021. Ngoài ra, kênh truyền hình Mỹ cũng sản xuất các chương trình dài 30 phút như: Những người gìn giữ, Biểu tượng Hà Nội, SEA Games, Hà Nội - Thành phố công nghệ, Hà Nội - Thành phố tương lai... Các nội dung trên sẽ được phát trên nhiều nền tảng kỹ thuật số, truyền hình và mạng xã hội của CNN. Khu vực phát sóng gồm châu Á Thái Bình Dương, châu Âu và Trung Đông, Bắc Mỹ và Nam Á.



Khách sạn đàn guitar đầu tiên trên thế giới sẽ khai trương vào mùa Thu tới



Khách sạn Hard Rock với thiết kế hình cây đàn guitar đầu tiên trên thế giới có tổng trị giá 1,5 tỷ USD, sẽ khai trương ở Hollywood, Florida, Mỹ vào mùa Thu này.

Khách sạn sở hữu chiều cao 400 feet và được thiết kế theo hình một cây đàn guitar. Đây là công trình khách sạn đàn guitar độc đáo đầu tiên trên thế giới nằm trong dự án Florida Hard Rock Hotels & Casinos (mở rộng các cơ sở khách

sạn và sòng bài của tập đoàn Hard Rock ở Florida) trị giá hơn 2,2 tỷ USD. Yếu tố âm nhạc là một phần rất lớn trong những điều đang góp phần định hình danh tiếng cho các khách sạn, nhà hàng và cơ sở giải trí của Hard Rock trên toàn thế giới.

Phim Yesterday - Nếu chỉ có bạn nhớ về The Beatles

Tên phát hành tại Việt Nam: Ngày hôm qua

Ngày khởi chiếu: 28/06/2019

Đạo diễn: Danny Boyle

Diễn viên: Himesh Patel, Lily James, Ed Sheeran, Kate McKinnon

Thể loại: Hài, Âm nhạc

Bộ phim kể về Jack Malik (Himesh Patel) là ca sĩ, nhạc sĩ đang sống chật vật với giấc mơ nổi tiếng dần phai mờ, bất chấp sự tận tụy và ủng hộ của người bạn thân từ thời thơ ấu Ellie (Lily James). Sau một tai nạn xe buýt kỳ quặc gây ra bởi sự cố mất điện toàn cầu, Jack tỉnh dậy và phát hiện ra rằng nhóm nhạc huyền thoại The Beatles chưa bao giờ tồn tại. Nhân cơ hội đó, anh biểu diễn lại các bài hát của ban nhạc "tưởng" là vĩ đại nhất trong lịch sử. Khi hào quang của sự nổi tiếng kéo đến, anh lại đứng trước nguy cơ đánh mất những giá trị vốn có của bản thân và cả Ellie. Jack sẽ phải làm gì để quay lại nơi mình từng thuộc về và giữ lại những điều quý giá nhất trong cuộc sống của mình?



Đạo diễn đoạt giải Oscar Danny Boyle (Slumdog Millionaire) sẽ mang đến một tác phẩm hài về âm nhạc, những giấc mơ, tình bạn, và một chặng đường dài nhưng cũng đầy chông gai dẫn tới tình yêu của cuộc đời mỗi người.

15 - 19/6/2019

CÔNG VIÊN BIỂN ĐÔNG VÀ CÁC BÃI BIỂN DU LỊCH ĐÀ NẴNG

Đà Nẵng - Điểm hẹn mùa Hè 2019

Sự kiện du lịch được tổ chức hằng năm và đang từng bước tạo nên thương hiệu du lịch biển Đà Nẵng với nhiều hoạt động đặc sắc hứa hẹn sẽ đem đến cho du khách những trải nghiệm mới mẻ và thú vị trong mùa Hè năm nay.

TẠI TP.HCM:

Tết Trung Thu (trung tuần tháng 9/2019).

Trung tâm thương mại Aeon Tân Phú.

TẠI HÀ NỘI:

Dự kiến 20/10/2019

Vườn hoa Lý Thái Tổ và phố đi bộ quanh hồ Hoàn Kiếm.

Chương trình Mottainai 2019

Chương trình Mottainai "Trao yêu thương - Nhận hạnh phúc" 2019 nhằm giảm nhẹ nỗi đau của những trẻ em bị ảnh hưởng bởi tai nạn giao thông.

20/10/2019

HOÀN KIẾM, HÀ NỘI

Giải chạy Marathon quốc tế đi sản Hà Nội 2019

Cự ly: 42km, 21km, 10km và 5km.

Độ tuổi: Tối thiểu 18 tuổi cho Full Marathon (42km) và Half Marathon (21km); 16 tuổi cho 10km; 10 tuổi cho 5km.

Thời gian chạy tối đa: Full Marathon (6 giờ), Half Marathon (4 giờ).

Bora Bora

Thiên đường cuối khơi xa

📌 BÀI: MINH PHONG

NĂM 2016, SAU KHI WALT DISNEY CÔNG CHIẾU BỘ PHIM HOẠT HÌNH MOANA, NHỮNG NGƯỜI MÊ DU LỊCH ĐÃ NGHĨ NGAY ĐẾN VIỆC KHÁM PHÁ QUẦN ĐẢO POLINESIA XINH ĐẸP Ở VÙNG NAM THÁI BÌNH DƯƠNG, MÀ NỔI BẬT TRONG SỐ ĐÓ CHÍNH LÀ BORA BORA, MỘT THIÊN ĐƯỜNG NGHỈ DƯỠNG ĐÚNG NGHĨA...

Trong Moana, các nhà làm phim mới chỉ thể hiện được một phần rất nhỏ vẻ đẹp lộng lẫy của thiên nhiên còn nguyên vẻ hoang sơ, lộng lẫy đến mê người của đất trời xứ này. Nằm trong quần đảo Leeward, Bora Bora, được bao quanh bởi một đầm phá và rừng san hô dài, có tên gốc là Pora Pora, theo tiếng Tahiti nghĩa là “sinh ra đầu tiên”. Diện tích của hòn đảo chỉ khoảng 29,3km², dân số gần 9.000 người và chủ yếu sống dựa vào du lịch. Du khách phải bay tới thủ phủ của đảo Tahiti là Papeete với Air France hoặc Air New Zealand, sau đó đổi máy

bay tới Bora Bora. Vì là xứ thuộc Pháp nên có thể xin visa tới hòn đảo này tại các đại sứ quán Pháp trên toàn thế giới.

Từ sân bay, du khách sẽ đi về khu đảo chính bằng thuyền máy. Nếu không được thuyền của khách sạn đón, du khách có thể đi thuyền công cộng về một trong 2 khu bến chính là Vaitape ở khu trung tâm hành chính hoặc Fare Piti cách đó khoảng 3km. Tại đó sẽ có nhiều loại phương tiện sẵn sàng đưa du khách về khách sạn, nhà trọ với mức giá vừa phải.



Bora Bora hoàn toàn xứng đáng với danh xưng thiên đường nghỉ dưỡng – nhờ vào số lượng resort và khách sạn từ trung đến cao cấp nằm bạt ngàn ở khắp các bãi biển.

Bora Bora là hòn đảo nhiệt đới tiêu chuẩn với mùa khô – và cũng là mùa cao điểm – kéo dài từ tháng Tư đến tháng Mười một. Nhưng ngay cả trong mùa mưa thì lượng du khách kéo tới đây vẫn cứ tấp nập như thường, bởi họ lại được hưởng nhiều lợi ích khác như giá dịch vụ giảm, hàng quán vắng vẻ hơn, dễ dàng tham gia vào các hoạt động tham quan, khám phá, dã ngoại mà không phải xếp hàng. Bất cứ thời gian nào trong năm người ta vẫn có thể thoải mái ngâm mình trong làn nước biển xanh biếc dưới ánh mặt trời nồng ấm, với nhiệt độ trung bình từ 27 – 32 độ C.

Bora Bora hoàn toàn xứng đáng với danh xưng thiên đường nghỉ dưỡng – nhờ vào số lượng resort và khách sạn từ trung đến cao cấp nằm bạt ngàn ở khắp các bãi biển. Nổi tiếng nhất, đẳng cấp nhất phải kể đến Bora Bora Nui Resort & Spa, Sofitel Bora Bora Marara Beach Resort, InterContinental Bora Bora Resort & Thalaso Spa hay Le Meridien Bora Bora, tất cả đều cách sân bay 20 phút đi thuyền, được xây theo kiểu các bungalow nằm trên mặt nước, với giá phòng từ 600 USD (khoảng 12 triệu đồng trở lên). Đây chính là nơi cư ngụ của các ngôi sao Hollywood, những người giàu có khi tới hòn đảo này.

Du khách bình thường có thể chọn ở tại các khách sạn, resort, motel 2 – 3 sao với mức giá từ 150 USD (khoảng 3,2 triệu đồng) trở lên, cũng đều nằm cạnh bờ biển, có hồ bơi riêng, giá đã kèm ăn sáng. Phí internet rất đắt, vì thế, hãy nghĩ đến việc sử dụng dịch vụ “thuê wi-fi du lịch” đang nở rộ trong vài tháng trở lại đây.

Dân du lịch bụi lại thích đi sâu vào bên trong hòn đảo, nơi họ có thể tìm được những chỗ trọ với mức khá rẻ, thậm chí vào trọ trong nhà dân. Người Bora Bora đã có thâm niên làm du lịch, cực kỳ thân thiện và quen thuộc với mọi loại du khách trên đời.

Ở Bora Bora không có nhiều lựa chọn về phương tiện đi lại. Le Truck, một dạng xe bus địa phương hầu như chỉ chạy theo giờ hoạt động của bến phà và giờ đi học. Có taxi, nhưng để đi lại thường xuyên thì vẫn nên thuê xe, ô tô, xe máy hoặc xe đạp. Nhiều khách sạn đã có sẵn dịch vụ này. Khu trung tâm hành chính cũng có rất nhiều điểm cho thuê xe. Xe máy tay ga là lựa chọn hợp lý nhất, giá rẻ, lại cơ động.



Biển xanh cát trắng là yếu tố hấp dẫn lớn nhất ở Bora Bora, tuy nhiên khi tới đây, cũng đừng bỏ qua việc khám phá hòn đảo xinh đẹp này. Du khách có thể đi chiêm ngưỡng những khẩu pháo còn sót lại từ thế chiến thứ 2 nằm rải rác quanh đảo, lên tháp truyền hình, thăm làng Anau với rất nhiều trò chơi và hoạt động thú vị. Bảo tàng Hàng hải tuy nhỏ nhưng rất đáng ghé qua một lần, nơi lịch sử hàng hải của người Polynesia được kể lại hết sức sinh động bằng hiện vật và những bức tranh, ảnh đẹp tuyệt vời. Từ đây, hãy đi bộ đúng 1km để tới Tahiti Point, leo thêm một con dốc ngắn, du khách sẽ được ngắm toàn bộ vịnh biển rực rỡ sắc màu, và cả khu công trình khách sạn còn dang dở của tập đoàn Hyatt. Chinh phục 2 đỉnh núi cao nhất trên hòn đảo này là Pahia và Otemanu cũng là một hoạt động rất thú vị, nhưng chỉ dành cho những người dũng cảm và đủ thể lực mà thôi.

Dĩ nhiên, du khách phải tới khu trung tâm hành chính Vaitape để cảm nhận cuộc sống đời thường của một hòn đảo nằm giữa Thái Bình Dương bao la. Bora Bora có nét gì đó khá giống Bali, sự sôi động, ồn ã của ngành công nghiệp du lịch không làm cho nhịp sống trầm lắng, tĩnh tại nơi này nhanh thêm



Bora Bora là chốn thiên đường nhiệt đới có thể làm tiêu tan bất kỳ nỗi sầu muộn nào của đám người trần thế



chút nào. Mọi thứ ở bên trong hòn đảo dường như chỉ thay đổi chút ít so với hàng chục năm trước, từ những con đường, vỉa hè, xe cộ... Các nhà hàng nổi tiếng như Bloody Mary hay Bamboo House, Revatua Club vẫn phục vụ những món ăn truyền thống như ia ota (gỏi cá ngừ đỏ ướp chanh tươi và sữa dừa), hima'a (thịt gà, tôm, cá bọc lá chuối nướng dưới đất), cá mahi mahi nướng với cà chua. Rõ ràng, hải sản cùng các loại quả nhiệt đới biết cách thu hút du khách chẳng kém gì những bãi biển rực nắng.

Nếu yêu nghệ thuật, du khách sẽ không có lý do gì để bỏ qua Phòng trưng bày nghệ thuật của Alain & Linda (Galerie d'art Alain Linda), được coi là lớn nhất và lâu đời nhất ở Bora Bora, nơi trưng bày vô vàn tác phẩm thuộc nền nghệ thuật cổ truyền của người Polynesia cũng như của các nghệ sĩ đương đại đang sống trên hòn đảo này. Không khó để tìm được ở đây những bức tượng đồng, tượng điêu khắc, bản in thạch bản, phù điêu, sách nghệ thuật hàng hiếm, với mức giá hợp lý. Các tín đồ của nghệ thuật xăm mình cũng sẽ rất vui sướng khi phát hiện ra trên đảo có rất nhiều cao thủ ẩn dật với tay nghề lão luyện, lại áp dụng những kỹ thuật hiện đại, và mẫu hình xăm thì vô cùng độc đáo, hiếm có, phần nhiều liên quan đến đời sống tâm linh của người Polynesia cổ đại, bảo đảm không bao giờ bị "đụng hàng".

Những du khách yêu sóng nước cũng chẳng có nhiều thời gian để nằm dài trên bãi cát, bởi họ sẽ mau chóng tìm thấy niềm vui hấp dẫn khi được đi thăm vùng eo biển bằng tàu thủy, thuyền buồm hoặc ca nô. Có rất nhiều nhà cung cấp dịch vụ này với các mức giá vô cùng phong phú, từ thấp đến cao, trong đó, Bora Bora Discovery, Moana Adventure Tours, Moana Jet Boat, La Plage là

những cái tên đáng quan tâm. Mức giá cho một hành trình kéo dài hơn 2 tiếng là khoảng 73 USD (khoảng 1,5 triệu đồng), tuy đắt nhưng rất đáng tiền bởi du khách sẽ được trải nghiệm nhiều hoạt động rất thú vị.

Mạo hiểm hơn một chút, hãy tham gia vào các tour ngắm cá, ngắm san hô, với 4 hình thức lặn biển khác nhau. Nếu kiểu bình thường yêu cầu du khách phải có kỹ năng lặn thì kiểu helmet có thể áp dụng cho tất cả mọi người kể cả người già và trẻ nhỏ, đơn giản là đội một chiếc mũ thủy tinh khung kim loại, rồi thông dong đi dạo dưới đáy biển. Nếu vẫn e ngại, du khách có thể chọn kiểu bike, một dạng tàu ngầm nhỏ dành cho 2 người, hoặc ngồi trong tàu ngầm thực sự. Kiểu cuối cùng cho phép xuống tới độ sâu 25m, thoải mái ngắm nhìn thật nhiều loài sinh vật biển đủ màu sắc độc đáo, quái lạ.

Bora Bora là thế đó, hòn ngọc biếc nằm giữa Thái Bình Dương, quyến rũ du khách đủ mọi ngày trong năm. Một chốn thiên đường nhiệt đới có thể làm tiêu tan bất kỳ nỗi sầu muộn nào của đám người trần thế. Một điểm đến mà ai đã ghé qua cũng mong ngóng có ngày quay lại...



Bora Bora và toàn xứ Tahiti có đồng tiền riêng, gọi là Pacific Franc (CFP), 1 USD đổi được khoảng 100 CFP. USD và Euro là 2 ngoại tệ được ưa chuộng nhất ở đây. Thanh toán bằng thẻ credit được khuyến khích sử dụng và có lợi cho du khách về mặt tỷ giá.

Bora Bora là xứ có mức sống rất cao, vì thế, trước khi tới đây, du khách nên cân nhắc về mặt tài chính. Nếu dư dả, hãy yên tâm ở các resort, khách sạn 4 – 5 sao, thưởng thức đủ của ngon vật lạ, shopping thoải mái và tận hưởng niềm vui Tahiti. Nếu ở mức vừa phải, hãy hạn chế các khoản chi ngẫu nhiên, vào ở các khu khách sạn và nhà trọ của dân địa phương, ăn uống trong các nhà hàng nhỏ, đừng ngại khi yêu cầu xem giá các món ăn. Hãy mua sắm ở những khu bán hàng giá rẻ như Supermecados. Còn nếu vẫn chần chừ trong việc tiêu tiền, đừng nghĩ tới Bora Bora!

Ưu đãi dành cho chủ thẻ Vietcombank Mastercard World

Nhân dịp ra mắt thẻ Vietcombank Mastercard World, Vietcombank áp dụng nhiều chương trình ưu đãi hấp dẫn như: Miễn phí thường niên năm đầu tiên khi chủ thẻ Mastercard nâng hạng lên hạng thẻ Vietcombank Mastercard World; Tặng vé máy bay khứ hồi từ HCM/ Hà Nội đi Singapore của hãng Singapore Airlines/SilkAir hạng Economy Class; Tặng 1 chuyến du lịch Singapore cho 2 người bao gồm: 1 cặp vé khứ hồi từ Hà Nội/TP Hồ Chí Minh - Singapore hạng Economy Class của hãng hàng không Singapore Airlines/SilkAir, 1 gói nghỉ dưỡng tại Resorts World Sentosa 3 ngày 2 đêm cho 2 người, 1 gói vui chơi cho 2 người; Tặng 1 cặp vé khứ hồi tới Nhật Bản hạng Economy Class của hãng hàng không Singapore Airlines/SilkAir; Tặng vali American Tourister Technum cho các chủ thẻ phát hành mới và có tổng giao dịch chi tiêu qua thẻ Vietcombank Mastercard World từ 10.000.000 VNĐ trong mỗi đợt khuyến mại

Thông tin chi tiết xem tại website: www.vietcombank.com.vn

Trung tâm Hỗ trợ khách hàng 1900 54 54 13 hoặc chi nhánh Vietcombank gần nhất.

THEO DẤU CUỘC THẬP TỰ CHINH CỦA Indiana Jones

HOÀNG LAN ANH

DÙ KHÔNG LÀ FAN CUỒNG CỦA HARISON FORD VỚI LOẠT PHIM INDIANA JOHNS NHƯNG SỨC HẤP DẪN CỦA BỘ PHIM "CUỘC THẬP TỰ CHINH CUỐI CÙNG" HỒI NĂM 2008 VẪN KHIẾN TÔI ĐAU ĐÁU MỘT CHUYẾN ĐI TỚI PETRA (JORDAN).

Không chỉ riêng tôi, rất nhiều người cũng có chung khát khao được đặt chân đến Petra vì bị mê hoặc bởi ngôi đền được tạc thẳng vào giữa vách đá sa thạch đỏ của thành phố Petra, nơi nhân vật chính, nhà thám hiểm Indiana Jones tìm thấy Chén Thánh.

Check in ở những nơi tuyệt vời

Nghỉ một đêm ở Amman, chúng tôi tiếp tục hành trình đến Petra. Tuy nhiên, trước khi đến thành phố hoa hồng, anh Abdulla, hướng dẫn viên đưa chúng tôi đến Madaba, thành phố của người Ki-tô giáo. Anh Abdulla bảo đây là nơi tuyệt vời, bởi hiếm ở đâu mà tiếng loa từ các thánh đường Hồi giáo kêu gọi tín đồ cầu nguyện vào các ngày thứ Sáu lại có thể cùng song hành với tiếng chuông từ các nhà thờ Ki-tô giáo vào Chủ nhật mỗi tuần.

Tại Madaba, người Hồi giáo chiếm 2/3, người theo Ki-tô giáo chiếm phần còn lại. Ở thành phố xinh đẹp này, tôi đã ghé thăm Nhà thờ chính thống giáo Hy Lạp của thánh George, hay còn gọi được gọi là "Nhà thờ bản đồ", ngắm nghía tấm bản đồ cổ xưa nhất về vùng đất thánh được tạo thành từ hàng triệu viên đá màu sắc trên sàn một nhà thờ cổ. Sau đó di chuyển đến núi Nebo, một di tích tôn giáo quan trọng trông xuống đất thánh và phía Nam Jordan.

Núi Nebo được mô tả trong Kinh Thánh là một vị trí thuận lợi, nơi nhà tiên tri Moses lần đầu nhìn thấy miền đất hứa của Israel và được cho là nơi an nghỉ cuối cùng của nhà tiên tri này. Đỉnh núi là điểm đến ưa thích của cả tín đồ Ki-tô giáo và tín đồ Hồi giáo cũng như những khách du lịch yêu thích lịch sử.

Khám phá thành phố bị lãng quên

Hai tiếng sau khi rời Nebo, chúng tôi đến Petra. Để thuận tiện, chúng tôi chọn một khách sạn ở phố du lịch tại Wadi Musa, gần điểm bắt đầu hành trình đến "thành phố bị lãng quên" để đỡ phải di chuyển nhiều. Sau bữa tối khá ngon tại khách sạn, chúng tôi quyết định không bỏ lỡ cơ hội khám phá Petra về đêm bằng tour "Petra by night". Gọi là tour cho vui chứ thực chất là leo lên một chiếc xe bán tải, để ông chủ xe chở lên đỉnh cao nhất của thành phố. Từ trên cao nhìn xuống, Petra lấp lánh với hàng vạn ánh đèn như những vì sao xa, mơ màng, đẹp đến lạ kỳ.

Cũng giống ở Amman, mỗi người dân Petra là một đại sứ du lịch. Bước chân vào mỗi cửa hàng lưu niệm, bạn sẽ nhận được những cái nhìn thân thiện, những nụ cười tươi rói trên môi. Bạn sẽ được gọi trêu mếu bằng "my friend", "my sister", "my brother", được mời thử những bộ trang phục của người dân địa phương mà không cần phải mua bất cứ thứ gì trong

cửa hàng. Tất nhiên, là để đáp lại sự nhiệt tình quá đỗi ấy, bạn không thể không mua gì. Nhưng dù có mang một món quà lưu niệm nào về hay không thì bạn vẫn bước ra khỏi cửa hàng với những ấn tượng thật là tốt đẹp, giống như tôi vậy.

Tôi thật sự thấy mình may mắn vì có thể chạm tay vào di sản mà cả triệu người chỉ nhìn thấy qua hình ảnh, để rồi mơ ước một lần có mặt ở thành phố này.

Phiêu du ở thành phố hoa hồng đỏ

Cổng Movenpic Petra hotel, nơi chúng tôi ở, là điểm khởi đầu của con đường dài 1,2 km, nằm lọt thỏm giữa hẻm núi (Le Siq) mà du khách nào cũng phải bước qua nếu muốn đến Petra. Du khách có hai lựa chọn để vào Petra, một là cưỡi ngựa/lạc đà/la, hai là đi bộ để khám phá thật kỹ, thật chậm. Một nửa số thành viên trong đoàn của chúng tôi, trong đó có nhà sử học Dương Trung Quốc, lựa chọn cưỡi ngựa. Tôi ban đầu cũng bị dụ dỗ bởi lựa chọn ấy vì nghĩ mình không đủ sức khỏe để cưỡi bộ vài tiếng đồng hồ dưới cái nắng cháy da cháy thịt của sa mạc. Nhưng Abdulla và một người bạn đồng hành là chị Bích Diệp đã thuyết phục tôi theo dấu cuộc thập tự chinh của Indiana Jones tại Petra bằng chính đôi chân của mình. Sau khoảng 30 giây suy nghĩ thì tôi cũng quyết định đi bộ, lý do rất đơn giản là mình trẻ hơn, nói nhiều hơn, lại là người viết thì không thể chịu thua một bà chị.

Nhưng quả thực đó là lựa chọn không có gì nuối tiếc, bởi nếu cưỡi ngựa, bạn sẽ không thể khám phá hết được Petra. Bạn sẽ không thể cảm nhận được cái đẹp của từng chi tiết, từng vách tường thoắt chốc lại đổi màu theo ánh sáng mặt trời. Bạn cũng không thể ngó ngàng trầm ngồ ngạc nhiên hay lặng đi trước vẻ



đẹp mà tạo hoá đã ban tặng cho nơi đây. Tôi bước đi thật chậm giữa con đường nhỏ nằm giữa những vách đá, nơi có bóng mát và những cơn gió lùa thông suốt, thỉnh thoảng dừng lại chụp ảnh để lưu lại những khoảnh khắc mà ít người có được. Thật sự, việc đi bộ và cảm nhận, lưu giữ những hình ảnh đẹp qua những hẻm núi đúng là một trải nghiệm đầy kinh ngạc và khó quên ở “thành phố hoa hồng đỏ”.

Thực ra thì Petra không có hoa hồng đỏ. Sở dĩ nó được ví von như vậy bởi nhà thơ John William Burgon từng ca ngợi nó như “một thành phố hoa hồng đỏ với tuổi đời bằng một nửa độ dài của thời

gian” trong một bài thơ đoạt giải thưởng Newdigate. Burgon thực sự chưa đến thăm Petra, nơi mà người châu Âu chỉ có thể tiếp cận với sự trợ giúp của hướng dẫn viên địa phương và đội hộ tống có vũ trang sau khi thể chiến thứ nhất kết thúc.

Tuyệt tác giữa sa mạc

Sau hơn một tiếng rưỡi đi bộ, con hẻm giữa hai vách núi hoa hồng cuối cùng mở thông ra một không gian rộng lớn trên sa mạc nóng bỏng. Ở đây, một toà nhà khổng lồ được khắc trên vách núi có màu hồng sẫm. Toà nhà này có tên gọi là The Treasury (đền Al-Khazneh), cũng chính là nơi xuất hiện trong phim “Indians Jones and the Last Crusade” làm mê mẩn không biết bao nhiêu người yêu điện ảnh. Vốn dĩ là lăng mộ của Vua Nabataen, điểm đặc biệt của ngôi đền này là những đường nét tinh xảo được khắc trực tiếp vào vách đá màu hồng cao 30m và rộng đến 43m.

Treasury đẹp một cách uy nghi và tráng lệ, tuy vào hướng chiếu của ánh mặt trời mà màu sắc của toà nhà cũng thay đổi từ màu hồng nhạt đến hồng sẫm. Đứng trước nơi này người ta không thể không kinh ngạc tự hỏi người xưa làm cách nào để tạo nên một công trình tuyệt mỹ như vậy trên những vách núi đồ sộ giữa sa mạc nóng bỏng này? Những người đồng hành của chúng tôi, dù là Á, Âu, thậm chí là cả những người bạn sở hữu nước da đen bóng đặc trưng của châu Phi, đều dừng lại trầm trồ ngạc nhiên trước vẻ đẹp tuyệt vời có một không hai này. Máy quay phim, máy ảnh, điện thoại đều được sử dụng hết công suất để ghi lại những khoảnh khắc khó quên khi đặt chân đến kỳ quan thế giới. Tôi thật sự thấy mình may mắn vì có thể chạm tay vào di sản mà cả triệu người chỉ nhìn thấy qua hình ảnh, để rồi mơ ước một lần có mặt ở thành phố này.

Trông người lại ngắm đến cách làm du lịch của ta. Để giữ gìn di sản của mình, người dân Petra không cho bất cứ một loại phương tiện có động cơ nào đi lại trong hẻm Siq. Cứ đi một đoạn lại có một người lao công tay chổi tay xẻng luôn tay nhặt rác cũng như các chất thải mà ngựa/lạc đà/la thải ra. Kinh nghiệm khi đến Petra là bạn phải mang một đôi giày thể thao đủ êm để bảo vệ đôi chân. Tôi chủ quan nghĩ đôi giày của mình hoàn toàn có thể chinh chiến ở sa mạc, kết quả là hai ngón chân út gần như “nát” ra sau một buổi sáng. Mệt và chùn gối sau khi đến được The Treasury, chúng tôi bị thuyết phục bởi lời chào mời trải nghiệm việc cưỡi ngựa/la lên ngôi đền ở vị trí cao nhất thành phố có tên Al-Deir. Những con la gầy gò đã được huấn luyện chở chúng tôi trong cảm giác tột cùng sợ hãi khi lên những vách đá. Lần đầu tiên trong 40 năm cuộc đời tôi được biết thế nào là “cưỡi la”, tức là vừa cưỡi vừa la, mắt nhắm chặt vì không biết bước tiếp theo mình có bị rơi xuống núi.



Petra được xây dựng vào thế kỷ thứ 3 trước công nguyên cùng rất nhiều bức tượng được tạc trên vách đá. Với người châu Á, Petra là một địa danh khá xa lạ, nhưng với người phương Tây thì đây lại là một khu khảo cổ rất nổi tiếng.

Tuy đóng vai trò quan trọng trong thời kỳ cổ đại, thành phố này bỗng dưng biến mất một cách khó hiểu trên bản đồ chính trị trong vòng hơn 14 thế kỷ. Vì thành phố được xây tại một vị trí địa lý quá hiểm trở và bí mật, nằm sâu trong một thung lũng đá nên phải đến tận thế kỷ 19, một số chuyên gia châu Âu mới tìm thấy lại nó. Cái tên “thành phố bị lãng quên” ra đời cũng vì lý do đó.

Trước đây, đế chế La Mã hùng mạnh đã từng một lần tấn công Petra nhưng thảm bại và các tướng quân đã thể không bao giờ quay lại đây. Theo các chuyên gia, Petra bị lụi tàn không phải do bị xâm chiếm mà là do bị bỏ hoang. Nhưng nguyên nhân vì sao bị bỏ hoang thì đến nay vẫn chưa được sáng tỏ. Nhiều người cho rằng đó là một cuộc di tản do bệnh tật nhưng cũng có người cho rằng đó là do động đất.

Petra được UNESCO công nhận là di sản thế giới năm 1985 và được mô tả là “một trong những tài sản văn hoá quý giá nhất của nhân loại”. Ngày 7/7/2007, Petra được công nhận là một trong 7 kỳ quan của thế giới mới.

CHƯƠNG TRÌNH “LƯỢT MOBILE B@N KING - RINH NGAY QUÀ DU LỊCH”

Chương trình áp dụng từ 20/05/2019 đến hết 20/08/2019, dành cho khách hàng cá nhân đăng ký mới và kích hoạt thành công dịch vụ VCB - Mobile B@nking đồng thời có phát sinh giao dịch tài chính trong thời gian diễn ra CTKM. Theo đó, khách hàng khi tham gia chương trình sẽ có cơ hội nhận được chuyến du lịch Nhật Bản cùng hàng nghìn phần quà hấp dẫn.

Thông tin chi tiết xem tại website: www.vietcombank.com.vn

Gọi số 1900 54 54 13 hoặc chi nhánh Vietcombank gần nhất.

LEGACY YÊN TỬ

*Sự phản chiếu
của di sản và
tâm linh*



LEGACY YÊN TỬ LÀ SỰ KẾT HỢP TINH HOA CỦA DU LỊCH NGHỈ DƯỠNG VÀ DU LỊCH SANG TRỌNG NHẪM ĐEM ĐẾN MỘT CHỖ NGHỈ NGƠI, NƠI DU KHÁCH CÓ THỂ TÌM THẤY SỰ CÂN BẰNG VÀ TƯƠI MỚI NƠI THÂN THỂ, TÂM HỒN VÀ TÂM LINH.

Legacy Yên Tử, thánh địa nghỉ dưỡng trên núi Yên Tử (Quảng Ninh) linh thiêng tọa lạc ở độ cao 1,068m so với mực nước biển, là điểm đến dành cho du khách tìm kiếm không gian tâm linh thiền định. Nằm gần vịnh Hạ Long, di sản thiên nhiên được UNESCO công nhận, trên núi Yên Tử, đức vua Trần Nhân Tông đã sáng lập ra phái Thiền Viện Trúc Lâm. Nơi đây lưu dấu triều đại hoàng kim nhất trong lịch sử Việt Nam cách đây hơn 760 năm.

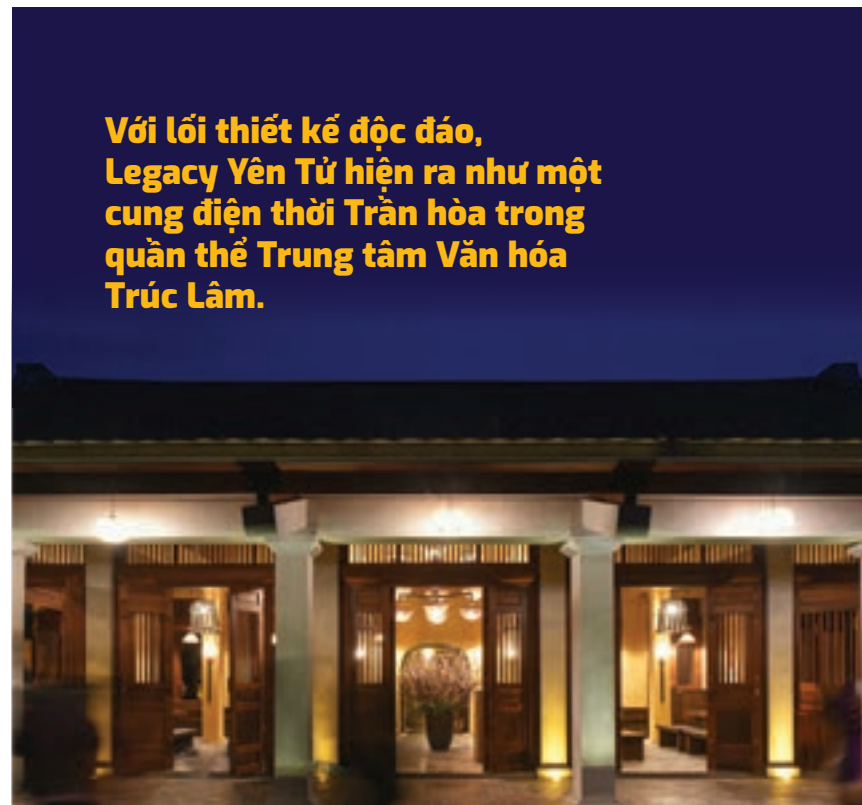
Được thiết kế bởi Kiến trúc sư lừng danh Bill Bensley, tác giả của nhiều khu nghỉ dưỡng sang trọng trên toàn thế giới, mỗi một gian phòng trong tổng số 133 phòng tại Legacy Yên Tử MGallery là sự phản chiếu của di sản và tâm linh. Được xây dựng theo phương thức truyền thống nhằm kiến tạo không gian yên bình, các gian phòng đều có nghiên bút bằng gỗ được dùng trong thư pháp và phòng khách lấy ánh nắng hiên trời. Legacy Yên Tử MGallery là điểm đến nổi tiếng với du khách, khu an dưỡng thiền định tôn trọng kiến trúc cổ điển Việt Nam với tầm nhìn kỳ bí ra núi Yên Tử linh thiêng.



Được truyền cảm hứng từ kiến trúc cổ Việt Nam, quần thể nghỉ dưỡng đặc biệt Legacy Yên Tử MGallery mang nhiều sản phẩm trang trí nội thất làm bằng tay với nguyên vật liệu được sản xuất theo phương thức truyền thống, tạo không gian hài hòa với tổng thể. Khu nghỉ dưỡng Legacy Yên Tử MGallery đánh thức du khách bằng thế giới quan tự khám phá bản thân, chiêm nghiệm và biến đổi trong đời sống tâm linh. Theo truyền thuyết, cách đây 2.000 năm, ở thời kỳ trước khi có sự ra đời của Phật Giáo, có một đạo sỹ tên là An Kỳ Sinh đã tới núi Yên Tử tìm được liệu quý. Từ đó đến nay, ngọn núi này luôn được coi là chốn linh thiêng, huyền mặc.

Với lối thiết kế độc đáo, Legacy Yên Tử hiện ra như một cung điện thời Trần hòa trong quần thể Trung tâm Văn hóa Trúc Lâm. Từ kiến trúc, nội thất cho đến trang phục của nhân viên đều được lấy cảm hứng từ những nét văn hoá của thời đại mà Phật giáo phát triển cực thịnh. Không gian ở đây vì thế mà độc đáo hơn hẳn những khu nghỉ dưỡng sang trọng thông thường.

Với lối thiết kế độc đáo, Legacy Yên Tử hiện ra như một cung điện thời Trần hòa trong quần thể Trung tâm Văn hóa Trúc Lâm.



Ấn tượng nhất ở đây phải kể đến những hành lang rộng, thoáng và những khoảng giếng trời hút ánh sáng tự nhiên vô cùng “ăn ảnh”. Đến đây ai cũng phải check-in cho bằng được chiếc giếng trời giữa hai dãy nhà tạo nên một background hoàn hảo cho tấm ảnh mang không khí cổ trang.

Điểm nhấn không kém phần ấn tượng của khu nghỉ dưỡng chính là chiếc giường King size trong căn phòng King Trần Nhân Tông với hương thơm thảo mộc dịu nhẹ ở khắp nơi. Tất cả nội thất trong phòng, từ thảm, giường đến những thứ nhỏ nhất như vôi sen, xà phòng đều được chăm chút kĩ càng từ chất liệu, kiểu dáng đến màu sắc cho phù hợp với concept nhất quán lấy cảm hứng từ văn hoá thời nhà Trần. Các phòng nghỉ đều có ban công riêng nhìn ra cảnh quan hùng vĩ của núi rừng hoặc không gian thoáng đãng của Quảng trường có tên là Minh Tâm. Sáng sớm, chỉ cần mở cửa ra là không khí trong lành, tiếng suối chảy róc rách và cả một không gian xanh mát yên bình sẽ khiến bạn thực sự tĩnh tâm và quên hết mọi ưu phiền.

Du khách có thể thưởng thức nhiều món ăn thuần Việt tại nhà hàng Thọ Quang hay thư thả



nhâm nhi thức uống tại Thiên Trà Lobby Bar khi chiều buông, đây cũng là nơi có tầm nhìn như tranh vẽ xuống chân núi. Đối với sự kiện, lễ hằng thuận hay hội họp, phòng Khánh tiết tại đây có sức chứa lên tới 800 người.

Trong quần thể khu nghỉ dưỡng đặc biệt này còn có Am Tuệ Tĩnh, không gian mở cho việc Thiền, Yoga hay Thiền theo phái Trúc Lâm.



4 tour du thuyền hạng sang cho du khách Việt mùa hè 2019

MỨC GIÁ HỢP LÝ, ĐIỂM ĐẾN MỚI MẸ, DỊCH VỤ VÀ CHẤT LƯỢNG VƯỢT TRỘI, ĐÂY LÀ 4 TOUR DU THUYỀN ĐÁNG ĐỂ TRẢI NGHIỆM NHẤT TRONG MÙA HÈ NĂM NAY DÙ TRÊN THỰC TẾ, CHÚNG SẼ ĐƯỢC KHAI THÁC QUANH NĂM.

Khám phá vịnh Lan Hạ với du thuyền Sealife Legend

Vịnh Lan Hạ nằm ở phía Đông đảo Cát Bà, phía Nam vịnh Hạ Long, nơi có hơn 400 hòn đảo lớn nhỏ và 139 bãi cát vàng nhỏ nhắn, xinh xắn và vẫn giữ nguyên được vẻ hoang sơ quyến rũ đến nao lòng. Du thuyền 5 sao Sealife Legend sẽ đưa du khách khám phá những danh thắng nổi tiếng trên vùng biển này như kênh đào Cái Tráp, hang Sáng Tối, động Hoa Cương, làng chài Việt Hải, tham gia các hoạt động chèo thuyền kayak, chèo thuyền thúng, tắm biển, bơi lội, học võ Việt Nam, câu mực ban đêm... Sealife Legend là du thuyền 5 sao với 25 phòng Legend Suite 36m², 1 phòng Family Suite 58m² và một phòng President Legend 153m², mỗi phòng đều có ban công riêng, cửa kính lớn mang đến nhiều ánh sáng tự nhiên. Ban nhạc Philippines biểu diễn mỗi tối tại quầy bar Navy. Tour 3 ngày 2 đêm hoặc 2 ngày 1 đêm, khởi hành hàng ngày từ bến Gót – Hải Phòng. Đón và trả khách tại Hà Nội.



Tour 4 nước châu Âu với du thuyền Rhapsody Of The Seas

Hành trình kéo dài 10 ngày qua 4 quốc gia Italia, Croatia, Montenegro và Hy Lạp, du khách sẽ đáp máy bay từ TP.HCM tới Venice. Sau chuyến tham quan thành phố, du khách sẽ ra bến cảng để lên du thuyền 5 sao Rhapsody Of The Sea, bắt đầu chặng đầu tiên trong chuyến hải trình bằng việc ghé thăm bến cảng Dubrovnik thuộc Croatia, một đô thành cổ kính và thơ mộng nằm bên bờ biển Adriatic. Trục thuộc đội du thuyền cao cấp nhất của Tập đoàn Royal Caribbean, Rhapsody Of The Seas được trang bị đầy đủ các dịch vụ và tiện nghi hiện đại ở đẳng cấp thế giới. Con tàu có 15 tầng, sức chứa gần 4.000 hành khách cùng hơn 1.000 nhân viên phục vụ. Cao 15 tầng, Rhapsody Of The Seas có thể mang đến cho du khách nhiều niềm vui bất ngờ như các đại nhạc hội, công viên nước, khu trượt băng nghệ thuật, khu tập leo núi bên cạnh các nhà hàng, quầy bar, phòng spa... Tour gần nhất của Rhapsody Of The Seas mà du khách Việt có thể tham gia sẽ khởi hành ngày 23/8 và kết thúc ngày 1/9 với các mức giá Trọn gói, Free & Easy và Cruise Only.

Tour Trung Quốc – Nhật Bản với du thuyền Spectrum Of The Seas

Spectrum Of The Seas là chiếc du thuyền mới nhất, hiện đại nhất, thuộc dòng siêu tàu Quantum Ultra Class của Tập đoàn Royal Caribbean dành riêng cho thị trường châu Á, chính thức đi vào hoạt động từ tháng Sáu vừa qua. Với 16 tầng, Spectrum Of The Seas có sức chứa 4.246 hành khách và đội ngũ nhân viên hơn 1.500 người, có nhiều dịch vụ và tiện ích giải trí lần đầu tiên xuất hiện trên các du thuyền 5 sao. Đó là khu trải nghiệm thực tế ảo ngoài trời Sky Pad ở phía đuôi tàu, tổ hợp thể thao SeaPlex với sân patin, sân



bóng rổ, phòng tập leo núi, khu tập lướt sóng FlowRider, đài quan sát thiên văn, trung tâm ca hát StarMoment, nơi bất kỳ du khách nào cũng có thể trở thành ngôi sao âm nhạc, công nghệ Vistarama biến các cửa sổ kính khổng lồ thành màn chiếu công nghệ cao. Để tham gia tour này, du khách sẽ bay từ TP.HCM tới Thượng Hải, lên tàu tại đây rồi tới Nagasaki và đảo Okinawa của Nhật Bản trong hành trình kéo dài 7 ngày. Thời gian khởi hành sớm nhất là ngày 31/8.



Khám phá bang Alaska với du thuyền Grand Princess

Tour gần nhất khởi hành 24/8 – du khách sẽ đáp máy bay từ TP.HCM tới San Francisco và lên du thuyền Grand Princess trực thuộc hãng tàu Princess Cruises để bắt đầu hải trình kéo dài 9 ngày trên vùng biển Thái Bình Dương, ghé thăm nhiều địa danh nổi tiếng ở Alaska – bang cực Bắc nước Mỹ như Ketchikan, Juneau, Skagway, Tracy Arm Fjord, Victoria B.C... Princess Cruise đã có hơn 50 năm kinh nghiệm phát triển du lịch cao cấp ở Alaska với mong muốn mang đến cho du khách những kỳ nghỉ đặc biệt đáng nhớ ở một vùng đất vẫn nằm ngoài suy nghĩ thông thường của hầu hết mọi người. Princess Cruise là du thuyền 5 sao với sức chứa 2.600 hành khách cùng đầy đủ dịch vụ và tiện ích sang trọng như bể bơi, rạp chiếu phim, loạt nhà hàng theo nhiều phong cách ẩm thực riêng biệt, quầy bar, phòng gym, khu spa. Princess Cruises cũng là hãng tàu đã hiện diện tại Việt Nam từ rất sớm và có sự hợp tác rất hiệu quả với nhiều doanh nghiệp lữ hành hàng đầu trong nước với đa dạng tour du thuyền đi châu Á, châu Âu và khu vực Bắc Mỹ.



Mỹ Tâm

nữ vương
làng giải trí *Việt*

♥ VŨ VŨ

VẪN TIẾP TỤC TRUYỀN THỐNG RA BÀI NÀO THÀNH HIT BÀI ĐÓ, CA SỸ MỸ TÂM CÀNG KHẮNG ĐỊNH VỊ THỂ HUYỀN THOẠI ĐƯƠNG ĐẠI CỦA LÀNG GIẢI TRÍ VIỆT NAM KHI RA MẮT BỘ PHIM CHỊ TRỢ LÝ CỦA ANH. BỘ PHIM DO NỮ CA SỸ LẦN ĐẦU ĐÚNG Ở VAI TRÒ SÁNG LẬP DỰ ÁN, SẢN XUẤT, ĐÓNG VAI CHÍNH, TỰ VIẾT KỊCH BẢN VÀ LÀM ĐẠO DIỄN, CŨNG TRỞ THÀNH MỘT HIT CỦA MÀN ẢNH RỘNG VIỆT NAM NAY KHI KHÔNG NHỮNG LÀM HÀI LÒNG CÁC FAN HÂM MỘ, ĐẠT DOANH THU CAO MÀ CÒN GÂY BẤT NGỜ CHO GIỚI CHUYÊN MÔN VỀ CHẤT LƯỢNG CỦA MỘT TÁC PHẨM ĐẦU TAY.

Dù còn nhiều ý kiến trái chiều về kết thúc hay cách ê-kíp cho trình làng đến hai kết phim, **Chị trợ lý của anh** được nhiều điểm cộng về phần âm nhạc, là sự kết hợp của Mỹ Tâm với nhiều tên tuổi nổi tiếng, tăng thêm phần cảm xúc để gây ấn tượng cho số đông khán giả. Phim đã vượt mức 70 tỷ doanh thu rạp chiếu trong nước và sẽ tiếp tục khai thác trên nền tảng số.

Học hỏi mỗi ngày và dần thân với nghề

Khi mới vào nghề, Mỹ Tâm có giọng hát vang khỏe và phong cách biểu diễn trẻ trung, đáng yêu, lối giao lưu cởi mở, hài hước, luôn mang đến một nguồn năng lượng tích cực lan tỏa. Tuy nhiên, nhiều lúc biểu diễn trực tiếp cô vẫn chưa kiểm soát được giọng, hát phô, nhầm lời, nói chuyện thẳng thắn dễ gây hiểu lầm. Thế nhưng, tất cả những nhược điểm đó đã dần dần được khắc phục. Người ta chỉ thấy Mỹ Tâm trình làng với những kỹ năng mới, chơi guitar, piano thành thạo, tự sáng tác, viết kịch bản cho MV, lên ý tưởng cho phim, làm đạo diễn, sản xuất và cứ thế thành công. Dù thoát nhìn, chỉ thấy những thành quả của cô với số lượng phát hành album, các bài hát hit, các MV chục triệu view, doanh thu phòng vé... nhưng nhìn kỹ đều thấy đó là kết quả của sự cố gắng không ngừng nghỉ trong gần 20 năm lao động nghệ thuật nghiêm túc của Mỹ Tâm.

Xuất thân từ một nghệ sỹ biểu diễn nhưng càng về sau, Mỹ Tâm càng tham gia nhiều hơn vào hầu hết các hoạt động sáng tạo trong mọi sản phẩm của mình. Cô học viết lời, rồi viết nhạc, biểu diễn

Người ta chỉ thấy Mỹ Tâm trình làng với những kỹ năng mới, chơi guitar, piano thành thạo, tự sáng tác, viết kịch bản cho MV, lên ý tưởng cho phim, làm đạo diễn, sản xuất và cứ thế thành công

với đàn dương cầm trên sân khấu, thảo luận, lên ý tưởng, phối hợp cùng đồng đội để kể câu chuyện của mình theo cách hiệu quả nhất. Hát hay hơn và diễn cũng đầm hơn, đó cũng chính là sức mạnh cộng hưởng, khi người nghệ sỹ càng thấm vị đời, càng sung sức trong sáng tạo, càng biết cách kết hợp và tập hợp đội ngũ để cống hiến cho người xem những tác phẩm xuất sắc nhất.

Người trong nghề vẫn thường mách nhau: Mỹ Tâm chỉ kết hợp với các đối tác giỏi. Tuy nhiên, không chỉ chọn đối tác kỹ càng, uy tín, Mỹ Tâm còn rất kiên quyết với lập trường của mình khi hợp tác. Người làm việc trong đội ngũ của cô không phải mạnh gì thì làm đó mà thực chất là những người hỗ trợ nhiệt thành cho mong muốn của nghệ sỹ quyền lực này. Vì thế, dù hợp tác với đạo diễn nào làm MV, cũng có thể nhận thấy chất lãng mạn có phần hài





hước của cô. Cộng tác với nhiều stylist, nhưng Mỹ Tâm không hề thay đổi phong cách chính là thanh lịch kết hợp với sự năng động. Còn âm nhạc, dù tự sáng tác, hát lại các ca khúc kinh điển hay hợp tác với các nghệ sỹ trong và ngoài nước, Mỹ Tâm trước sau vẫn mang đến những bài tình ca đẹp, giai điệu bắt tai và "đủ đất" để khoe giọng ca khỏe khoắn của mình.

Cải thiện hình ảnh toàn diện

Một trong những điểm cộng trong phong cách của Mỹ Tâm thời gian gần đây chính là gu thời trang có sự đầu tư xứng đáng về tiền bạc và công sức để tạo nên vẻ ngoài thời thượng, tôn lên những điểm mạnh trong nhan sắc, hạn chế những yếu điểm của nàng Họa mi tóc nâu. Không còn cân nặng phong độ thất thường, Mỹ Tâm của những năm vừa qua là vóc dáng mảnh dẻ nhưng khỏe khoắn, năng động, kết hợp lối trang điểm và làm tóc tự nhiên cùng những trang phục với các mẫu cơ bản nhưng hiệu quả. Làn da nâu khỏe mạnh, son bóng tươi



Xem phim điện ảnh của Mỹ Tâm, người ta quên đi vẻ ngây ngô vụng về nàng từng thể hiện trong phim truyền hình để chỉ nhớ đến chị đẹp Khả Doanh khùng tưng và đáng yêu.

hồng và nụ cười thương hiệu khiến hình ảnh nàng ca sỹ quốc dân có những cải thiện đáng kể, nhưng không hề xa lạ với những người đã và đang yêu mến Mỹ Tâm.

Công chúng làm quen và càng lúc càng thích thú với Mỹ Tâm của tóc thẳng suôn, suit, váy xòe, đầm bất đối xứng. Không khoe hàng hiệu trên báo hay gianh đua lòng lộn khi tham dự sự kiện, thời trang của Mỹ Tâm thời điểm này có một đặc trưng rõ nét của sự nữ tính thành đạt. Không còn những lần sử dụng thừa phụ kiện khi trang phục đã vốn lộng lẫy, làm biến mất lối trang điểm thâm họa đánh mắt tối màu hay lạm dụng son thắm, Mỹ Tâm trên sân khấu giờ tỏa sáng với những bộ trang phục hàng hiệu hoặc thiết kế riêng vừa thân, khoe xương quai xanh và bờ vai gầy, che bớt khuyết điểm đôi chân chưa dài mà vẫn giữ cho nàng ca sỹ thoải mái di chuyển, giao lưu với ban nhạc và khán giả. Mỹ Tâm cũng đã qua thời thích thú với các màu hồng tím xanh đỏ sến súa, kim sa hột bẹ, trang sức tầng tầng lớp lớp khó kết hợp. Hiện giờ, nàng đầm thắm với sắc đen huyền bí hay các món đồ đặc trưng của thời trang cao cấp như sơ mi trắng, đầm lụa, giày mũi nhọn, đồng hồ, túi xách hàng hiệu, hết như hình ảnh “nữ cường nhân” mạnh mẽ mà quyến rũ trong **Chị trợ lý của anh**.

Mỹ Tâm có bản lĩnh biến những áp lực trở thành niềm vui và động lực. Gần 20 năm trong nghề, cô cũng có vài tai nạn vì lối giao tiếp thẳng

thần, dù chưa đến mức scandal nhưng cũng nhận được những đánh giá tiêu cực hay cũng có lùm xùm về tác quyền. Đứng đắn xin lỗi khi sai, nhưng không giải thích nhiều, sau đó là chủ động làm việc để có được thành quả mới, thay đổi cách nhìn không hay mới thực sự là tính cách của cô. Sau tất cả, người hâm mộ chỉ nhớ đến lúc Mỹ Tâm hát cùng chàng trai khiếm thị, giữ tình bạn đẹp với nhiều ngôi sao quyền lực, không làm phiền công chúng về chuyện cá nhân của mình. Cô gái Đà Nẵng chỉ tập trung vào những điều tích cực, lao động miệt mài cho những dấu mốc mới. Xem phim điện ảnh của Mỹ Tâm, người ta quên đi vẻ ngây ngô vụng về nàng từng thể hiện trong phim truyền hình để chỉ nhớ đến chị đẹp Khả Doanh khùng tưng và đáng yêu.

Cái kết phim chưa thật hay nhưng nhân vật do Mỹ Tâm xây dựng trong phim là một hình tượng đẹp của màn ảnh rộng và là kết quả của quyết tâm và nỗ lực của cô. Mỹ Tâm có lời hứa với nhà sản xuất hoàn thành kịch bản trong một tuần, nên mỗi



ngày chỉ ngủ 1 tiếng và viết miệt mài, hứng khởi có hôm 9 giờ tối đến 9 giờ sáng hôm sau, ở nhà, ở phòng thu, ở sân bay để hoàn thành đúng hạn. Nhiệt huyết và niềm tin của cô đã thành tác phẩm có doanh thu cao, mở đầu cho một năm 2019 nhiều dấu ấn của điện ảnh Việt.

Và nàng ca sỹ hồn nhiên, đã bước tiếp vào địa hạt điện ảnh với sự tự chủ, vui vẻ và thành quả rực rỡ đến vậy.

Các dấu mốc đáng chú ý trong sự nghiệp của Mỹ Tâm

Mỹ Tâm là “Ca sỹ được yêu thích nhất trong năm” của chương trình “Làn Sóng Xanh” do Đài Tiếng Nói Nhân Dân Tp.Hồ Chí Minh tổ chức bình chọn vào các năm: 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009. Cô cũng thường xuyên là ca sỹ được yêu thích nhất năm của các giải thưởng VTV Bài hát tôi yêu, Mai Vàng, giải Cống Hiến, HTV Award, MTV Việt Nam.

Năm 2000, Mỹ Tâm đạt huy chương Đồng “Liên hoan âm nhạc Châu Á” tại Thượng Hải, Trung Quốc, giải thưởng quốc tế quan trọng đầu tiên của cô.

Năm 2017, Tâm 9 không hề quảng bá trước đó nhưng showcase giới thiệu album ở 3 thành phố lớn TP.HCM, Hà Nội và Đà Nẵng đã khiến dậy sóng làng giải trí. Mỹ Tâm cũng đi tiên phong khi sản xuất đĩa than phiên bản giới hạn với album này.

Năm 2018 Mỹ Tâm là nghệ sỹ giải trí đầu tiên tổ chức live concert ở nước ngoài. Mỗi tình đầu – 1st được diễn ra hôm 20/10/2018 tại sân vận động Jangchung (Hàn Quốc) với 4.000 khán giả tham dự trong đó hàng ngàn người từ Việt Nam và các nơi khác đến.

MV Đừng hỏi em của Mỹ Tâm có độ dài 12 phút kỷ lục, kể câu chuyện tình lãng mạn đầy trắc trở giữa một nữ giáo viên và một chiến sỹ hoạt động bí mật. MV được cô lên ý tưởng, viết kịch bản, phối hợp sản xuất cùng Alien Media và đạo diễn Nguyễn Tuấn Anh đạt 1 triệu lượt xem trong 12 tiếng đầu tiên.

Chị trợ lý của anh thu về 40 tỉ đồng trong tuần đầu công chiếu, vượt mức 70 tỷ đồng tại thị trường Việt Nam với hai phiên bản kết phim gây xôn xao.

Guirlande De Cartier

*Sự quyến rũ
khó cưỡng*



Với sự quyến rũ khó cưỡng vốn có của mình, một lần nữa Cartier lại đem đến những kiệt tác mang tính sáng tạo độc đáo, đem lại vẻ đẹp toàn diện từ hình thức cho đến tính ứng dụng ở thiết kế mới nhất - Guirlande De Cartier.

Là một sự sáng tạo đến từ chất liệu da, Cartier đang viết nên một trang sử mới trong dòng túi trang sức có mặt những năm đầu thế kỷ 20, bộ sưu tập Must De Cartier vào cuối những năm 1960 và nét đa dạng của các bộ sưu tập những năm 2000.

Không đơn thuần là một chiếc túi xách, Guirlande De Cartier còn được xem là chiếc túi mang đậm tinh hoa của Cartier với thiết kế tám mặt được chạm khắc tinh xảo bằng chất liệu da bê cao cấp. Đặc biệt, phần viền mỗi mặt túi được điểm xuyết bằng những họa tiết vàng độc đáo tạo nên sự sang trọng cho Guirlande De Cartier.

BST được ra mắt với 3 tông màu cơ bản: đỏ, đen và xanh mang tính ứng dụng cao và phù hợp với mọi độ tuổi. Ngoài ra, điều thu hút giới mộ điệu đến với chiếc túi này chính là lớp lót nhung đen bên trong đã được đổi thành chất liệu da mềm mại và sang trọng. Những đường nét tinh túy mà Guirlande De Cartier đem lại thể hiện sự nữ tính tuyệt đối cho người dùng. Đây không chỉ là chiếc túi xách đơn thuần mà là món phụ kiện độc đáo đem đến sự đỉnh đặc và phong cách cho người dùng.

Baignoire

*Tuyên ngôn thời trang
dành cho quý bà*

LÀ MỘT TRONG NHỮNG BỘ SƯU TẬP BIỂU TƯỢNG CỦA NHÀ CHẾ TÁC
CARTIER, BAIGNOIRE KHÔNG CHỈ ĐẠI DIỆN CHO TINH THẦN SÁNG TẠO
XUẤT SẮC CỦA NHỮNG NGHỆ NHÂN THƯƠNG HIỆU, MÀ ĐÓ CÒN LÀ TUYÊN
NGÔN THỜI TRANG DÀNH CHO CÁC QUÝ BÀ.

Do mẫu thiết kế khá
giống với chiếc bồn tắm
cổ điển tại Pháp lúc bấy
giờ, nên mẫu đồng hồ đã
được đặt tên là Baignoire,
nghĩa là bồn tắm trong
tiếng Pháp.

Những nữ chủ nhân sở hữu chiếc đồng hồ
Baignoire có thể kể đến như Catherine
Deneuve, Romy Schneider, Jeanne
Moreau... là hình mẫu đại diện cho vẻ
đẹp thanh lịch kiểu Pháp, luôn khao khát chọn
được cho riêng mình một phong cách độc đáo để
tạo điểm nhấn đặc biệt khỏi đám đông.

Câu chuyện của dòng đồng hồ huyền thoại này
bắt đầu vào năm 1912 - những năm tháng rực rỡ
của ngành chế tác đồng hồ cao cấp. Khi ấy, người
sáng lập thương hiệu, Louis Cartier, đã táo bạo khi
cho kéo dài thiết kế mặt số đồng hồ hình tròn quen
thuộc để tạo nên một dáng hình độc đáo với hai
đường thẳng song song được nối với nhau bằng 2
đường cong đầy gợi cảm.

Do mẫu thiết kế khá giống với chiếc bồn tắm cổ điển tại Pháp lúc bấy giờ, nên mẫu đồng hồ đã được đặt tên là Baignoire, nghĩa là bồn tắm trong tiếng Pháp. Trải qua một khoảng thời gian để tinh chỉnh thiết kế, đến những năm 50 của thế kỷ 20, tuyệt phẩm đã khoác lên dáng hình oval duyên dáng quen thuộc hòa quyện cùng với mặt số cổ điển mang hiển thị giờ số La Mã hoặc Ả Rập.

Thế nhưng, sự sáng tạo của các nghệ nhân đã không chỉ dừng lại ở đây. Đến những năm 60, nhằm tìm kiếm một tầm cao nghệ thuật khác và hòa mình với nhịp thở đương đại, thương hiệu đã trình làng một kiểu dáng thiết kế mới mang tên Baignoire Allongée với mặt số oval thuôn dài ôm trọn cổ tay nữ chủ nhân nhằm tôn vinh cho nét đẹp thanh mảnh.



Năm nay, tại Triển lãm quốc tế đồng hồ nghệ thuật cao 2019 (SIHH - Salon International de la Haute Horlogerie), câu chuyện của bộ sưu tập kinh điển đã bước sang trang sử mới với sự tái sinh của tạo phẩm Baignoire Allongée dưới một dáng hình mới. Xây dựng trên nền tảng thành công của thiết kế Baignoire Allongée những năm 60 thế kỷ trước, mẫu đồng hồ mới được trình làng này mang hơi thở của sự xa hoa và lộng lẫy với gờ lấp lánh được nạm kim cương thanh lịch. Mẫu đồng hồ sở hữu hai phiên bản mặt số, mặt số kim cương, toàn bộ thiết kế đều được nạm kim cương lộng lẫy, mang đến nét hào nhoáng tột cùng.

Phiên bản mặt số có vạch chỉ giờ được các nghệ nhân ưu ái hiệu ứng bóp méo, qua đó tạo nên ảo ảnh thị giác vô cùng thú vị cho bất cứ ai chạm mắt ngắm nhìn. Mỗi phiên bản mặt số sẽ đi kèm với 6 biến thể khác nhau về chất liệu chế tạo mặt số và dây đeo. Đặc biệt, phiên bản mặt số nạm kim cương chế tác bằng vàng hồng đi kèm dây da cá sấu xanh đen sẽ được ra mắt giới hạn chỉ 100 mẫu trên toàn thế giới.





Pink Pearl Restaurant “viên hồng ngọc” của nền ẩm thực Phú Quốc

Được mệnh danh là “viên hồng ngọc” của nền ẩm thực Phú Quốc, Pink Pearl (thuộc JW Marriott Phu Quoc Emerald Bay) là nhà hàng theo kiểu fine – dining cao cấp.

Hòa cùng vẻ đẹp bất tận của Bãi Kem với dải cát trắng mịn, màu biển xanh ngọc bích, nhà hàng như một ngôi biệt thự hướng biển tuyệt đẹp với màu hồng nổi bật được kiến trúc sư đại tài Bill Bensley dành nhiều thời gian chăm chút, thiết kế đến từng chi tiết nhỏ nhất. Ngôi biệt thự này cũng chính là nơi cho ra đời, phục vụ những món ăn thuộc phong cách ẩm thực Pháp tinh tế sang trọng và truyền cảm hứng từ đầu bếp trứ danh Amine Lakhdari.

Gợi nhớ về những năm 1920, Pink Pearl lấy cảm hứng từ truyền thuyết về Madame Pearl Collins, một người phụ nữ nổi tiếng đã từng sinh sống tại ngôi trường Lamarck University cổ kính. Khi màn đêm buông xuống, bên trong ngôi biệt thự màu hồng sang trọng này là những bữa tối sang trọng hay những buổi tiệc, sự kiện nhân dịp trọng đại nào đó. Từ đó đến nay, tinh thần nồng hậu, hiếu khách, hào phóng và đẳng cấp



của Madam Pearl vẫn tiếp tục được duy trì và thể hiện thông qua dịch vụ chu đáo và ẩm thực đỉnh cao đang được phục vụ tại Pink Pearl.

Với phong cách kiến trúc độc đáo, ngôi biệt thự Pink Pearl được chia thành các khu vực tiệc tối, phòng ăn riêng tư, hầm rượu cùng lối thiết kế táo bạo, trang trí nội thất sang trọng, hoa văn bắt mắt và những mảng màu hồng tươi sáng khác nhau được kết hợp một cách hài hòa, ấm cúng.

Thể hiện những món ăn ngon nhất trong ẩm thực Pháp, thực đơn của Pink Pearl mang đến trải nghiệm ăn uống độc đáo với phong cách “từ nông trại đến bàn ăn”. Với sự kết hợp giữa các nguyên liệu cao cấp của địa phương và các sản phẩm nhập khẩu được lựa chọn tỉ mỉ, bếp trưởng mong muốn mang đến cho thực khách những thực đơn đặc biệt mang đậm tính sáng tạo - đổi mới và được luân phiên thay đổi theo mùa.

Để thực khách ngon miệng hơn, nhà hàng còn có chuyên viên về rượu vang sẽ tư vấn những loại rượu vang thượng hạng có thể kết hợp cùng với các món ăn đẳng cấp từ Bếp trưởng nhà hàng Amine.

Góp phần tạo nên không khí fine-dining đậm chất Pháp, không thể không kể đến nghệ sỹ dương cầm, nghệ sỹ vĩ cầm biểu diễn nhạc sống những bản nhạc cổ điển, thi thoảng sẽ là màn biểu diễn kết hợp với những giọng ca opera tuyệt đẹp.

Pink Pearl mở cửa đón khách sáu ngày một tuần trong mùa cao điểm và năm ngày một tuần trong mùa thấp điểm. Nhà hàng gồm 36 chỗ ngồi tại khu vực chính, năm phòng ăn riêng tư và một phòng thử rượu, mỗi phòng có sức chứa từ 8 đến 10 khách.

Tim Ho Wan - Thưởng thức Dim-sum đẳng cấp sao Michelin

Tại Hồng Kông (Trung Quốc), nhà hàng Tim Ho Wan đã vinh dự nhận được sao Michelin danh giá. Từ năm 2014, hệ thống Tim Ho Wan đã có mặt ở Việt Nam và nhanh chóng trở thành một trong số những nhà hàng Dimsum ở Hà Nội được yêu thích nhất.

Nằm ở tầng 36 tòa nhà Lotte Hà Nội, Tim Ho Wan là nhà hàng Trung Hoa sang trọng và duy nhất phục vụ dimsum đạt đẳng cấp sao Michelin tại Hà Nội với những loại dimsum nổi tiếng tinh tế tại Hồng Kông lần đầu tiên có mặt tại Việt Nam.

Không chỉ ở cách bài trí hợp lý, chính phong cách phục vụ chuyên nghiệp và nhanh nhẹn là điểm cộng thu hút nhiều thực khách đến Tim Ho Wan.

Địa chỉ: Tầng 36, Lotte Hotel, 54 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội.



The Lounge Sky - Phong cách châu Âu hiện đại

The Lounge Sky là một quán cafe hạng sang, mang đậm phong cách châu Âu hiện đại, phục vụ café, đồ uống không cồn và bánh ngọt. Tại đây, bạn có thể vừa thưởng thức trà thơm, bánh ngon vừa có thể ngắm toàn cảnh thành phố. Quán có không gian yên tĩnh, thoáng đãng, màn biểu diễn piano hàng tối sẽ làm trải nghiệm của bạn tuyệt vời hơn nữa.

Với không gian riêng biệt cho từng khách hàng, các loại cocktail phong phú, Lounge Sky là một điểm hẹn lý tưởng, nơi mang đến cho bạn bầu không khí khác biệt khó có thể tìm được ở Hà Nội. Tông màu xanh trắng của đồ nội thất mang đến cho bạn cảm giác thư thái và bình an. Phong cách phục vụ nhanh nhẹn, nhiệt tình của nhân viên sẽ khiến cho những thực khách khó tính nhất cũng phải hài lòng.

Địa chỉ: Tầng 38, Lotte Center, 54 Liễu Giai, quận Ba Đình, Hà Nội.

Thực đơn mới đặc biệt tại nhà hàng Le Beaulieu

Le Beaulieu, nhà hàng Pháp sang trọng tại Sofitel Legend Metropole Hà Nội ra mắt thực đơn trưa chọn món và thực đơn tối năm món đặc biệt, được thiết kế và chế biến bởi bếp phó tài hoa giàu kinh nghiệm Raphael Kinimo. Thực đơn trưa chọn món sẽ thay thế cho buffet trưa trước đây tại nhà hàng.

Thực đơn được chia theo các danh mục, như Các món ăn từ Biển, Các món ăn từ Trang Trại, Các món ăn từ Vườn và Các món Le Beaulieu Cổ điển, ngoài các món tiêu chuẩn như khai vị và salad.

Thực đơn tối 5 món gồm những món ăn đặc trưng đã làm nên tên tuổi của đầu bếp Raphael, như Le Homard & Caviar, tôm hùm sốt vanilla dùng kèm súp lơ Chantilly và trứng cá muối. Hay Le Boeuf Wagyu, món thần bò mềm thượng hạng dùng kèm khoai tây và nấm truffle. Thực đơn năm món có giá 2.500.000++ đồng.

Điện thoại: 024 3826 6919 (mấy lẻ 8200) hoặc email h1555-fb3@sofitel.com.





CAMRY

HOÀN TOÀN MỚI 2019

“DẪN LỐI ĐAM MÊ”

CAMRY 2019 PHẢN ÁNH TRIẾT LÝ CỦA NHÓM THIẾT KẾ, KẾT HỢP HÀI HÒA GIỮA MỘT DIỆN MAO MỚI TÁO BẠO VÀ ĐỘC ĐÁO, THỂ HIỆN THÔNG QUA NHỮNG ĐƯỜNG ĐẬP NỔI THỂ THAO VÀ NHỮNG NẾP GẤP ẤN TƯỢNG VỚI ĐƯỜNG NÉT SẮC SẢO VÀ HIỆN ĐẠI, HOÀN TOÀN KHÁC BIỆT VỚI CÁC ĐỐI THỦ TRONG PHÂN KHÚC.

Ngoại thất mạnh mẽ và ấn tượng

Theo ông Akira Kubota, Trưởng bộ phận thiết kế của Dự án Camry, ưu tiên của ông là tạo ra một chiếc sedan năng động đáp ứng mong đợi của khách hàng về sự thiết thực, đảm bảo đầy đủ tính năng sử dụng và độ tin cậy, trong khi vẫn sở hữu thiết kế giàu cảm xúc vượt trên mong đợi. Kết quả là ý tưởng thiết kế mới với tên gọi Ngôn ngữ thiết kế “Thông minh - Giàu cảm xúc” ra đời.

Phần đầu xe mạnh mẽ, thu hút thông qua việc áp dụng thiết kế lưới tản nhiệt kép. Lưới tản nhiệt phía trước cong, hẹp kết hợp với phần lưới tản nhiệt thứ 2 thấp và rộng hơn đáng kể. Hiệu ứng của lưới tản nhiệt phía trên, kết hợp đèn pha mỏng và logo Toyota, được thiết kế nhằm nhấn mạnh trọng tâm rộng, thấp của mẫu Camry mới. Phía sau xe, giống như phía trước được cách điệu và tạo hình đầy nghệ thuật, tạo hiệu ứng ba chiều độc đáo, góp phần tăng cường sự ổn định và đẳng cấp của chiếc xe.

Ngoài ra, bằng việc áp dụng nền tảng TNGA mới, chiếc Camry mới có trọng tâm thấp, chiều rộng cơ sở



được mở rộng thêm 15mm, khẳng định vẻ ngoài thể thao khỏe khoắn của chiếc xe. Chiều dài cơ sở cũng tăng thêm 50 mm giúp chiếc xe ổn định, và tăng diện tích khoang nội thất cho sự thoải mái của hành khách. Camry 2019 được trang bị cụm đèn trước và sau công nghệ LED, vành xe 18 inch đa chấu và cửa sổ trời chỉnh điện.

Thiết kế theo tính năng

Toàn bộ nắp ca-pô, vị trí đường gân 2 bên cửa và khoang cabin dài và rộng rãi được thiết kế hạ thấp trọng tâm, tạo nên 1 tổng thể năng động hoàn toàn mới.

Buồng lái lấy người lái làm trung tâm cùng với định hướng thiết kế toàn cầu mới TNGA không chỉ tạo nên không gian nội thất lôi cuốn, hỗ trợ người lái mà còn đem lại cảm giác rộng rãi cho những hành khách trên xe. Nổi bật là thiết kế cabin vượt dài về phía sau - cột-C được khéo léo điêu khắc và cách điệu, vượt xuống khu vực cốp xe, kết hợp cùng những đường gân nổi sắc nét kéo dài từ đầu xe, dọc theo thân và vượt tới tận đuôi xe. Cũng giống như thiết kế phong cách ở phần đầu xe, diện



mạo mới của phần đuôi xe gây ấn tượng mạnh mẽ với những ánh nhìn trực diện từ phía sau, làm tăng đáng kể vẻ rộng rãi và bề thế vốn có.

Thiết kế mới mang lại sự thư thái, không gian rộng rãi, tăng cường sự tiện dụng và tiện nghi cho mọi hành khách nhờ cửa sổ được thiết kế rộng hơn và chiều dài cơ sở được cải thiện.

Nội thất thanh lịch

Nội thất của Camry mới, được định nghĩa theo một phong cách đặc biệt và độc đáo, một phần của khái niệm Ngôn ngữ thiết kế “Thông minh – Giàu cảm xúc”, góp phần mang lại không gian nội thất thanh lịch và tràn đầy tính nghệ thuật với các vật liệu cao cấp cùng chất lượng tương đương một mẫu sedan hạng sang.

Việc kết hợp các vật liệu cao cấp được hoàn thiện một cách tinh tế, đi kèm với những công nghệ hiện đại, đẳng cấp bậc nhất trong phân khúc như giao diện HMI (giao diện tương tác giữa người dùng và thiết bị) trong một không gian rộng rãi, đa chức năng giúp nội thất của Camry hoàn toàn khác biệt so với các đối thủ khác trong phân khúc.

Đáng chú ý là bảng táp lô trải dài, được phân cách bởi những đường nét tinh tế. Thiết kế đảm bảo công năng tối ưu, cung cấp chỗ để chân rộng rãi và tầm nhìn phía trước thuận tiện. Hệ thống âm thanh và bảng điều khiển điều hòa được tích hợp để tạo nên diện mạo gọn gàng, thống nhất, với lớp vỏ màu đen piano sang trọng làm nền. Gần như mọi nút bấm, công tắc và núm điều chỉnh được thiết kế lại hoàn toàn nhằm cải thiện chức năng, đồng thời sử dụng nhiều vật liệu cao cấp hơn.



Ngôn ngữ thiết kế “Thông minh – Giàu cảm xúc”, góp phần mang lại không gian nội thất thanh lịch và tràn đầy tính nghệ thuật với các vật liệu cao cấp cùng chất lượng tương đương một mẫu sedan hạng sang.

Trải nghiệm lái thú vị

Với Hệ thống mở khóa và khởi động thông minh, Camry mới không đơn giản chỉ mở khóa mà còn kích hoạt hiệu ứng ánh sáng chào mừng thông minh, vượt trên những tiêu chuẩn truyền thống.

Góp phần tạo nên những thay đổi chưa từng có của Camry, hàng ghế trước cũng được thiết kế lại hoàn toàn, mang đến một đẳng cấp mới trong cách bố trí khoa học và hỗ trợ tối đa, giảm cảm giác mệt mỏi cho người lái và hành khách. Tựa đầu ghế

hành khách phía trước có khả năng gấp lại, góp phần mở rộng tầm nhìn cho người ngồi sau.

Thiết kế ghế mới cũng tối ưu hóa không gian sử dụng và hỗ trợ tối đa sự thoải mái cho người ngồi với điểm hông được hạ xuống cho tất cả ghế hành khách (22 mm cho ghế hành khách phía trước, 30 mm cho những người ngồi phía sau) và đẩy sâu hơn về phía sau (tăng 50 mm) nhằm tăng cường sự thoải mái, dễ dàng di chuyển. Người ngồi ở ghế trước cũng trải nghiệm điểm gót chân thấp hơn 20 mm để có nhiều chỗ để chân hơn và dễ dàng di chuyển.

Tiện nghi hỗ trợ người lái tối đa

Mẫu xe Camry mới được trang bị sẵn ba màn hình hiển thị thông tin bao gồm: Màn hình màu hiển thị thông tin trên kính lái (HUD); Màn hình hiển thị đa thông tin MID 7 inch; Hệ thống điều chỉnh âm thanh và hệ thống dẫn đường hiển thị hình ảnh 8 inch

Bên cạnh đó, Camry cũng được trang bị các tiện ích hiện đại như chức năng Giữ phanh và Phanh đỗ điện tử (EPB), gạt mưa tự động. Đồng thời để đem đến một hành trình thư thái cho hành khách, Camry 2019 tích hợp hệ thống âm thanh 9 loa JBL cao cấp cho âm thanh sống động cùng hệ thống điều hòa 3 vùng độc lập.

Hệ thống tay lái trợ lực điện (EPS), đi kèm thước lái với khả năng xác định tốc độ được trang bị trên chiếc Camry mới. Hệ thống trang bị chức năng xác định tốc độ, giúp người lái không tốn quá nhiều sức khi xe di chuyển ở tốc độ thấp, đồng thời tự điều chỉnh ở tốc độ cao nhằm mang lại cảm giác lái chính xác và phản hồi nhanh nhạy hơn. Phần chế độ lái xe tự chọn cho phép người lái lựa chọn 3 chế độ (Thường, ECO và thể thao) để đưa đến chế độ lái phù hợp nhất.

Một loạt các biện pháp mới nhằm giảm thiểu tiếng ồn, độ rung (NVH) tiếp tục được bổ sung, bao gồm hệ thống hấp thụ & cách âm thông qua phần mũi xe cách âm, và cản xe phía trên và phía dưới. Một loạt các hệ thống công nghệ an toàn tiên tiến chủ động và bị động giúp hạn chế chấn thương cho cả người ngồi trên xe cũng như người đi bộ trong trường hợp xảy

ra va chạm. Các tính năng an toàn chính bao gồm cấu trúc thân xe hấp thụ, Cảm biến hỗ trợ đỗ xe, Hệ thống cảnh báo điểm mù (BSM) và Công nghệ Cảnh báo phương tiện cắt ngang phía sau (RCTA), Hệ thống theo dõi áp suất lốp (TPWS), 6 cảm biến quanh xe.

Hệ thống hỗ trợ an toàn toàn diện bao gồm 7 túi khí, cùng với đó Hệ thống chống bó cứng phanh (ABS), Phân phối lực phanh điện tử (EBD), Hỗ trợ lực phanh khẩn cấp (BA), Kiểm soát lực kéo (TRC) và Cân bằng điện tử (VSC), Hỗ trợ khởi hành ngang dốc (HAC) và camera lùi. Camry tiếp tục duy trì tiêu chuẩn an toàn 5 sao ASEAN NCAP.



Camry mang tới cho khách hàng thêm nhiều lựa chọn về màu sắc, bên cạnh các màu hiện có là Bạc (1D4), Nâu (4W9), Đen (218), khách hàng có thể lựa chọn 4 màu sắc mới: Ghi (4X7), Đỏ (3T3), Trắng ngọc trai (089) và Đen (222). Camry hoàn toàn mới có mặt tại hệ thống đại lý của Toyota trên toàn quốc kể từ ngày 24/4/2019.





Trần Xuân Hải

Nhà sáng lập

MISSIONIZER



“CHÚNG TA PHẢI TRÊN TƯ THẾ SẴN SÀNG CHẾT”

“HÔM NAY CÔNG TY KINH DOANH THÀNH CÔNG, NHƯNG KHÔNG CÓ NGHĨA NGÀY MAI CŨNG THẾ. CÓ THỂ CHÚNG TA SẼ ĐÓNG CỬA CÔNG TY HIỆN TẠI VÀO NGÀY MAI VÀ MỞ TIẾP 10 CÔNG TY MỚI. BỞI VÌ QUA NHỮNG LẦN VẤP NGÃ, CHÚNG TA LẠI MẠNH LÊN. ĐIỀU QUAN TRỌNG LÀ CHÚNG TA PHẢI ĐÀO SÂU BÀI HỌC TỪ NHỮNG THẤT BẠI. CHÚNG TA KHÔNG SỢ THẤT BẠI, DÁM THẤT BẠI, NHƯNG PHẢI KIỂM SOÁT ĐỂ THẤT BẠI LÀ NHỮNG BÀN ĐẠP ĐỂ CHÚNG TA BƯỚC LÊN.” – ĐÓ LÀ CHIA SẺ CỦA CHUYÊN GIA HUẤN LUYỆN, THIẾT KẾ DOANH NGHIỆP, NHÀ SÁNG LẬP MISSIONIZER TRẦN XUÂN HẢI.

Là một chuyên gia huấn luyện và thiết kế doanh nghiệp anh đánh giá như thế nào về “sức khỏe” của doanh nghiệp Việt Nam hiện nay?

Tôi thường ví von 99% doanh nghiệp trên thế giới là yếu, riêng ở Việt Nam, con số còn tệ hơn 99.99%. Doanh nghiệp vẫn có thể đang có lãi và đang phát triển, tăng trưởng, nhưng vẫn tiềm ẩn trong mình những lỗi hệ thống - tôi thường gọi là “bom nổ chậm”. Khi “bom” nổ, chúng ta mới nhận thấy hệ thống có vấn đề. Trong phần lớn các tình huống, mọi người không nhận ra các lỗi hệ thống này nên không sửa được dẫn đến sụp đổ. Minh chứng cho điều này là những “quả bom nổ chậm” điển hình trên thế giới như Kodak, Nokia, Yahoo...

Theo anh, lỗi hệ thống bắt nguồn từ đâu? Liệu nó có liên quan gì đến công nghệ?

Lỗi hệ thống không hề liên quan đến công nghệ theo cách hiểu thông thường. Nó bắt nguồn từ cách chúng ta học, sống và làm việc. Phần lớn vẫn dựa trên những tư tưởng quản lý công việc kiểu cũ như phân cấp, phân phòng ban, chia để trị, ra lệnh, áp đặt, cấp trên luôn luôn đúng, lái hành vi con người bằng thưởng phạt... Nếu chúng ta nhìn rõ lại, các cách làm này đã có từ hàng ngàn năm, được các vua chúa phong kiến thời xưa ứng dụng. Ngày nay, với sự thay đổi của xã hội, luật pháp, môi trường, kinh tế, những cách làm xa xưa đó đã không còn phù hợp, thậm chí gây hại cho doanh nghiệp. Nó có thể đúng trong một phần rất hẹp các tình huống. Nhưng phần còn lại nó gây hại. Chúng ta không nhận thấy những điều gây hại này, cho tới lúc doanh nghiệp sụp đổ. Ví dụ như Kodak, họ đã thiết kế ra máy chụp ảnh kỹ thuật số từ 1975. Nhưng do cách hệ thống của họ hoạt động tập trung vào những nguồn doanh số, lãi tức thời, khiến cho ban giám đốc ban đầu không tiếp tục đầu tư máy ảnh kỹ thuật số, sau đó có nhiều lần sửa lỗi này nhưng không dứt khoát, đầu tư nửa vời. Dẫn đến kết quả cuối cùng năm 2012 Kodak đã đăng ký bảo hộ phá sản. Đây là một trường hợp điển hình của cách tư duy sai, đặt trọng tâm tập trung của toàn doanh nghiệp sai mục tiêu dẫn đến sụp đổ của một tập đoàn huyền thoại, có tuổi đời 130 năm.

Có rất nhiều cách làm của chúng ta đã được các nhà khoa học nghiên cứu, chứng minh là kém hiệu quả, sai lầm, gây hại. Tôi xin được dẫn chứng một cách làm gây hại là “thưởng, phạt” từ một cuốn sách đã được dịch ra tiếng Việt - Động Lực Chèo Lái Hành Vi - tác giả Daniel Pink - trong đó tác giả ghi rõ “chúng có thể tiêu diệt động lực nội tại, làm giảm sút năng lực làm việc, bóp nghẹt óc sáng tạo, hắt cẳng hành vi tốt, uơ m mằm cho sự gian trá, thủ đoạn đi tắt đón đầu, và những hành vi vô đạo đức. Chúng có thể gây nghiện, dung túng cho lối tư duy ngắn hạn...” Có hàng trăm các ví dụ tương tự. Tài liệu đã được dịch tiếng Việt cũng rất nhiều. Nhưng ngay cả trên thế giới, có mấy người đọc? Đọc xong có mấy người thực hành? Thực hành xong có mấy người hiểu? Hiểu rồi có mấy người nâng cấp được cách làm để hiệu quả ngày càng rực rỡ hơn, thật sự rất hiếm. Thế nên tôi mới ví von bằng hai con số nêu trên 99% và 99.99%. Tổ chức càng lớn, cách làm càng dễ cổ lỗ. Và đây là cơ hội vàng cho các doanh nghiệp nhỏ, biết học cách tư duy mới, quản lý và kinh doanh kiểu mới. Họ sẵn sàng học và sẵn sàng thay đổi. Thời đại bây giờ không còn là cá lớn nuốt cá bé mà là cá nhanh nuốt cá chậm.

Một vấn đề khá thú vị đối với các doanh nghiệp ti đô trên thế giới như Microsoft, Facebook, Alibaba, Amazon,... mặc dù hiện tại họ kinh doanh rất thành công và phát triển. Tuy nhiên, những lãnh đạo của họ cũng không chắc doanh nghiệp của mình sẽ tồn tại bao lâu, và như ông chủ Amazon Jeff Bezos nói rằng ông chỉ đang cố gắng để kéo dài thời gian “sống” của Amazon. Điều này chứng tỏ họ biết chắc rằng một thời điểm nào đó cái mà họ kinh doanh sẽ không còn hợp thời và phải chuẩn bị sẵn sàng cho những cái khác. Là một người thiết kế, huấn luyện doanh nghiệp, theo anh what’s next cho các lãnh đạo doanh nghiệp là gì?

Cũng như Bezos, tôi thường nói với các bạn cùng học với tôi rằng, chúng ta phải trên tư thế sẵn sàng chết. Có thể chúng ta sẽ đóng cửa công ty hiện tại vào ngày mai và mở tiếp 10 công ty mới. Bởi vì qua những lần vấp ngã, chúng ta lại mạnh lên. Điều quan trọng là chúng ta phải đào sâu bài học từ những thất bại. Chúng ta không sợ thất bại, dám thất bại, nhưng phải kiểm soát để thất bại là những bàn đạp để chúng ta bước lên. Chúng ta trở nên mạnh mẽ hơn, thành công hơn. Bezos và Amazon đặt giả thiết là họ có thể sai. Nên ngày mai họ có thể phải đóng cửa, nếu họ không thấu hiểu, dự đoán được và phục vụ được nhu cầu của khách hàng đang thay đổi từng phút. Quay trở lại với doanh nghiệp của chúng ta. Chúng ta yếu hơn

Ngày nay, với sự thay đổi của xã hội, luật pháp, môi trường, kinh tế, những cách làm xa xưa đó đã không còn phù hợp, thậm chí gây hại cho doanh nghiệp.





Tổ chức càng lớn, cách làm càng dễ cổ lỗ. Và đây là cơ hội vàng cho các doanh nghiệp nhỏ, biết học cách tư duy mới, quản lý và kinh doanh kiểu mới. Họ sẵn sàng học và sẵn sàng thay đổi. Thời đại bây giờ không còn là cá lớn nuốt cá bé mà là cá nhanh nuốt cá chậm.

rất nhiều so với Amazon hùng mạnh được định giá cả ngàn tỷ đô chỉ sau hơn 20 năm hoạt động. Vậy hãy đặt ra giả định như Bezos, chúng ta có thể sai bất kể các đánh giá tình huống, dự đoán tương lai, thiết kế cách làm - hay gọi một cách văn hoa là “chiến lược”, “chiến thuật”, tập hợp được đội nhóm mạnh để triển khai và cùng xây dựng triển khai cách làm mà chúng ta định ra, liên tục cùng đội nhóm khám phá và điều chỉnh cách làm để doanh nghiệp ngày càng mạnh hơn, bền vững hơn.

Là nhà sáng lập Missionizer tại Việt Nam, anh đang huấn luyện “Thiết kế Doanh nghiệp Vượt trội” - một khái niệm khá mới mẻ đối với doanh chủ cũng như thị trường Việt Nam, anh gặp phải những khó khăn, thách thức như thế nào?

Những điều tôi đang làm là mảng kiến thức mới ngay cả với thế giới. Tôi có may mắn được tiếp xúc với những tư duy mới về quản lý, kinh doanh khá sớm.

Điều khó khăn lớn nhất là hệ tư duy mới này - tôi gọi điều tôi đang làm là hệ tư tưởng mới về quản lý và kinh doanh - nó đi ngược lại những cái phần lớn mọi người đang tin. Nó không đi ngược một điều, nó đi ngược lại vô vàn điều chúng ta tin tưởng. Ví dụ chúng ta tin thay đổi niềm tin là khó. Hay thay đổi hành vi, thói quen là khó. Hay sáng tạo rất khó. Hay quản lý là phải kiểm soát chặt chẽ, không là loạn. Phải phân tầng để kiểm soát, phải phân chia phòng ban để chuyên môn hóa, bên này chẳng biết bên kia đang làm gì. Cấp trên luôn đúng. Trao quyền, tự do là nguy hiểm. Đi ngược lại một niềm tin về cái gọi là “quản lý kinh doanh”, hay “quản lý doanh nghiệp” không khó, đi ngược lại cả một loạt niềm tin cũ để hình thành niềm tin mới, cách ứng xử mới, cách làm mới, cách giao tiếp mới và biến chuyển nó không chỉ là những ý định, ý muốn tốt lành mà thực sự trở thành những điều chúng ta sống, chúng ta làm mỗi ngày. Nhẹ nhàng đi vào cuộc sống như những hơi thở. Không còn áp lực mà chỉ còn niềm vui, hào hứng khám phá, đi tìm những bài toán mới khó hơn, thách thức hơn, mở rộng và nâng cao năng lực cá nhân, đội nhóm và toàn doanh nghiệp. Con đường tôi đang đi còn rất dài, nhưng tôi không đơn độc. Hàng chục hàng trăm chủ doanh nghiệp, nhà quản lý đang ủng hộ tôi đi con đường triển khai hệ tư tưởng mới này. Chúng tôi đã có những kết quả ban đầu tốt đẹp.

Anh là lãnh đạo một doanh nghiệp chuyên huấn luyện doanh nghiệp vậy what's next của anh là gì?

Tôi có rất nhiều việc phải làm. Có tác giả nêu ý kiến rằng, Thiết kế Doanh nghiệp sẽ là ngành thiết kế phát triển bùng nổ nhất trong thế kỷ 21 này cho nên chúng ta cần những người dẫn dắt phong trào đổi mới này. Hệ tư tưởng mới cần có những người thật sự am hiểu để chia sẻ và lan tỏa. Mục tiêu lớn của tôi hiện nay là xây dựng đội ngũ kế cận, những người cùng với tôi triển khai ứng dụng hệ tư tưởng mới này tới nhiều doanh nghiệp hơn nữa. Họ cần biết tới, hiểu nó, ứng dụng nó, được hỗ trợ khi triển khai, xây dựng bộ kiến thức riêng, xây dựng “câu lạc bộ” những người hâm mộ của mình... để tạo đột phá cho doanh nghiệp. Bởi họ (doanh nghiệp) đang cần rất nhiều người hỗ trợ và các công cụ để ứng dụng đổi mới từ hệ tư tưởng đến cách làm, hệ thống,...

Xin cảm ơn anh!

Chúc anh nhiều sức khỏe và thành công trên những chặng đường sắp tới.



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

Chương trình

"Chào mừng các thành viên Vietcombank Priority!"

Tặng lãi suất tiết kiệm
+0.55%/năm

Trúng thưởng
Khi sử dụng thẻ VISA Signature

(Áp dụng theo điều kiện và
điều khoản chương trình)



Xe Audi Q5



100 vali Samsonite

Vietcombank
PRIORITY

Thông tin chi tiết vui lòng liên hệ
Hotline dành riêng cho thành viên Vietcombank Priority **1800.1565**
hoặc truy cập website: www.vietcombank.com.vn