

Người DẠN ĐẦU

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

Số 4/2016

Huyền thoại
một **CHẤT**
MEN

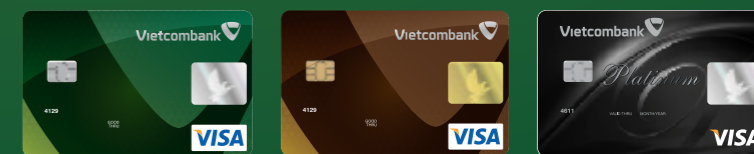
A woman with her hair styled up, wearing a purple, off-the-shoulder, floor-length dress with floral patterns. She is smiling and posing with one hand on her hip. The background is a dimly lit, elegant interior with warm lighting and a blurred green decorative element on the right.



Đón xuân như ý

Hoàn **100%**
giá trị giao dịch đầu tiên,
tối đa 1.000.000 VNĐ
Áp dụng cho thẻ tín dụng
Vietcombank Visa

Từ 15/11/2016 đến 15/02/2017



Áp dụng theo Thể lệ chương trình
Thông tin chi tiết liên hệ
Vietcombank: www.vietcombank.com.vn;
TTDVKH 24/7: 1900545413 hoặc chi nhánh gần nhất



Gương mặt trang bìa:

TRẦN TỐ NHƯ

Giải Gương mặt khá ái Hoa hậu Việt Nam 2016

Cô gái sở hữu vẻ đẹp thuần khiết, trong sáng này hiện là sinh viên Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, khoa Quản trị học với thành tích học tập đáng nể: Sinh viên giỏi năm học 2015 - 2016; là một trong những sinh viên tiêu biểu vinh dự được gặp gỡ Tổng thống Mỹ Obama tại Trung Tâm hội nghị Quốc gia. Ngoài ra, Trần Tố Như còn đảm nhiệm vai trò Phó chủ nhiệm Câu lạc bộ Nhà Kinh tế trẻ của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.

Nhiếp ảnh LINH LÊ

Ảnh sáng THIÊN HÙNG - Xử lý hậu kỳ HOÀNG NAM

Makeup KENNY THÁI

Trang phục HOÀNG HẢI

Địa điểm chụp ảnh Nhà hàng Angelina - Khách sạn Metropole, Hà Nội

Người **DẪN ĐÀU**

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

Chịu trách nhiệm nội dung và xuất bản

Tiến sỹ PHẠM MẠNH THẮNG

Phó Tổng Giám đốc Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam

Biên tập

PHAN KHÁNH NGỌC

NGUYỄN HỮU KIÊN

NGUYỄN MINH HIỀN

TRẦN LIỄU

LÊ HƯNG

Cố vấn nội dung "Chuyên đề Thế giới rượu vang"

TÔ VIỆT - Chuyên gia rượu vang Quốc tế

Thiết kế & Sáng tạo

NGHIÊM HOÀNG ANH (admixstudio.com)



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

Kích thước: 21x29,7cm. In tại Nhà máy In Bản Đồ - số 14 Phố Pháo Đài Láng, Q. Đống Đa, Hà Nội

Giấy phép xuất bản Đặc san số 68/GP-XBĐS do Bộ Thông tin và Truyền thông cấp ngày 10/5/2016

Trong số này

Số 4/2016

Tiêu điểm

08 Mục tiêu kinh tế 2017: Cao nhưng không ảo tưởng

Ngân hàng

12 Vietcombank đồng hành cùng Doanh nghiệp Vừa & Nhỏ



Thế giới rượu vang

- 18** Huyền thoại một chất men
- 22** Điều gì làm nên một chai vang đẳng cấp?
- 26** Rượu vang - một nghệ thuật bay bổng nhưng đầy chông gai



18

Ảnh: Yakov Oskanov / Shutterstock.com

22



- 30** Vang à... Anh yêu em
- 32** Chọn vang - Ai dám ba hoa?
- 38** Cuộc "hôn phối" của vang & những giác quan
- 40** Tự thú của một kẻ... mộ vang
- 42** Thưởng thức vang đúng cách!



50

Văn hóa

- 46** Tiệc tùng phù phiếm chuyện
- 50** Đón năm mới trên những "con đường rượu vang" huyền thoại
- 54** Tây Tạng - Miền đất của những vẻ đẹp không thể mô tả bằng lời
- 58** Đón năm mới ở thiên đường màu xanh

Món ngon

- 62** Quyện vị ngon - nồng vị vang
- 64** The Vin Steak Restaurant - Không gian châu Âu bên hồ Tây thơ mộng

Trò chuyện

- 68** MC Phan Anh: Sống theo tiêu chí của mình

68



Thời trang

- 72** Quý cô gọi cảm
- 76** Bữa tiệc đêm của nhung
- 77** Kim cương quyền lực

Phong cách sống

- 78** Kickfit - môn thể thao thời thượng cho các quý cô văn phòng
- 80** 12 lợi ích của rượu vang đối với sức khỏe
- 82** Quảng gánh lo đi mà... vui Tết
- 84** Dã ngoại cuối tuần tận hưởng thiên nhiên
- 88** Beitou - vẻ tinh tế từ thiết kế tối giản
- 90** Ferrari LaFerrari Aperta 2017

Phông vấn

- 92** Hành trình nâng tầm dược liệu Việt
- 94** Người tạo nên ngôn ngữ cho những món quà

CHỦ TỊCH FED: "LÃI SUẤT SẼ SỚM TĂNG"

Phát biểu trước các nhà làm luật, bà Yellen cũng nói rằng mình sẽ ngồi ở vị trí Chủ tịch Fed cho đến khi nhiệm kỳ của bà kết thúc vào tháng 1/2018, đồng thời nhấn mạnh sự độc lập của Fed trước những tác động từ các chính trị gia. Bên cạnh đó, Janet Yellen còn lên tiếng bảo vệ những luật lệ quản lý thị trường tài chính mà Tổng thống đắc cử Donald Trump đã liên tục tấn công và cảnh báo rằng sẽ loại bỏ. Theo bà Yellen, Ủy ban thị trường mở liên bang (FOMC) sẽ không từ bỏ ý định nâng lãi suất vào tháng tới dù ông Trump nói rằng nền kinh tế đang ở trong "tình trạng thảm hại". "Thị trường lao động đã tiếp tục cải thiện và tỷ lệ lạm phát đang bắt đầu tiến tới mục tiêu 2%, đồng thời có nhiều dấu hiệu cho thấy tiền lương đang cải thiện". Vì một số nhà đầu tư lo ngại lãi suất tăng có thể khiến lạm phát tăng, bà Yellen khẳng định Fed sẽ theo dõi chặt chẽ các diễn biến và hành động kịp thời. Bà hối thúc Tổng thống đắc cử và các nhà làm luật hãy tập trung nỗ lực nâng cao tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế - điều mà bà cho là quan trọng đối với triển vọng kinh tế trong dài hạn.



CÁC NƯỚC TPP CAM KẾT THúc ĐẨY HIỆP ĐỊNH

Lãnh đạo 12 nước thành viên Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương (TPP) đã đồng ý đẩy mạnh nỗ lực thực thi hiệp định này, bất chấp quan điểm phản đối của Tổng thống Mỹ mới đắc cử - Donald Trump.

Tại cuộc gặp ở Lima (Peru) bên lề Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC), các lãnh đạo TPP tái khẳng định lập trường thúc đẩy quy trình trong nước (như phê chuẩn tại Quốc hội) để hiệp định có thể có hiệu lực, một lãnh đạo cấp cao Nhật Bản cho biết. Dù hiện chưa rõ TPP có thể thông qua hay không dưới thời chính quyền ông Donald Trump, các lãnh đạo vẫn không đề cập đến khả năng thực hiện TPP mà không có sự tham gia của Mỹ.

Hiệp định này chỉ có thể có hiệu lực nếu được ít nhất 6 nước phê chuẩn trước tháng 2/2018 và các nước này phải đóng góp ít nhất 85% GDP trong khối. Vì vậy, cả Mỹ và Nhật Bản đều sẽ phải phê chuẩn TPP. Tuy nhiên, trong suốt chiến dịch tranh cử, ông Donald Trump luôn tỏ thái độ phản đối và dọa rút Mỹ khỏi hiệp định này. Vì vậy, chiến thắng của ông đã khiến giới phân tích hoài nghi về số phận của TPP.



THỤY ĐIỂN TIẾN TỚI KHÔNG SỬ DỤNG TIỀN MẶT

Thụy Điển đang cân nhắc về quyết định sẽ sử dụng tiền kỹ thuật số e-krona trong 2 năm tới. Tại Thụy Điển, số tiền mặt lưu thông đã giảm 1/3 trong 5 năm vừa qua. Các chi nhánh ngân hàng ở đây đang dần dần ngừng tiếp nhận tiền mặt, trong khi các máy rút tiền cũng không còn được thấy nhiều ở trên khắp đất nước. Nhiều cửa hàng cũng không nhận thanh toán bằng tiền mặt.

97% người dân sống ở Thụy Điển đều có thẻ của riêng mình. Tiền mặt ngày càng ít được ưa chuộng, và thanh toán thẻ tăng 50% trong 5 năm vừa qua. Đây là các tín hiệu tích cực cho thấy Thụy Điển có thể đã sẵn sàng cho một xã hội không tiền mặt.

Phía nhà nước cho rằng, đây là một bước đi cần thiết vì ở các quốc gia phát triển, có tới 16% của GDP chảy dưới thể giới ngầm hay tiền phi pháp, không thể quản lý. Tiền kỹ thuật số với dữ liệu lưu trữ cụ thể sẽ ngăn chặn điều này. Tuy nhiên, ở góc độ người dân, tiền kỹ thuật số đồng nghĩa với việc họ sẽ có ít quyền kiểm soát chính đồng tiền của mình hơn, nguy cơ lộ thông tin lớn hơn... Nhưng xét dưới khía cạnh một người tiêu dùng, khi những vấn đề nói trên được khắc phục, tất nhiên, tiền kỹ thuật số sẽ là thứ tiền tệ dễ sử dụng và tiện lợi nhất.

Thư Tòa Soạn

Quý độc giả thân mến!

Mùa đông năm nay dường như đến muộn, mong mãi mới có rét. Ấy thế nhưng thời gian thì chẳng đợi ai. Chúng ta đang ở vào những tháng cuối cùng của năm cũ với bao bộn bề, hối hả. Dù thế nào, xin Quý độc giả đừng tiếc chút thời gian quý báu dành cho *Người Dẫn Đầu*, bởi ấn phẩm trên tay Quý vị là trọn tâm huyết, nhiệt thành của Ban Biên Tập. Với chủ đề Huyền thoại một chất men, Quý độc giả sẽ tìm thấy thật nhiều thông tin thú vị về rượu vang - thứ đồ uống không thể thiếu trong những bữa tiệc và giờ quà cuối năm.

Vẫn còn nhiều tranh cãi về nguồn gốc và thời điểm xuất xứ của rượu vang. Nhưng có hề gì, vang vẫn cứ là một ngành sản xuất khủng với gần 35 tỉ chai/năm từ hàng triệu nhà sản xuất trên khắp hành tinh. Thứ nước uống ấy chưa bao giờ ngừng quyến rũ thực khách, từ sắc màu sóng sánh, nghệ thuật thưởng thức tinh tế, hay những bí mật sau một chai vang có giá vài trăm triệu.

Người Dẫn Đầu số này xin giới thiệu bài viết thú vị của Tô Việt - người Việt Nam đầu tiên và duy nhất - đến thời điểm này- là Chuyên gia rượu vang quốc tế về những bí mật tạo nên giá trị của một chai vang; chia sẻ của Chuyên gia Nguyễn Tiến Thịnh, chuyên gia nếm, thử rượu vang uy tín của Việt Nam để hiểu phần nào chặng đường trở thành chuyên gia của anh, yêu vang đến mức dành cả tháng lương chỉ để mua và uống rượu vang. "Vang à...Anh yêu em" dưới giọng điệu hóm hỉnh sẽ mang đến cho Quý độc giả những liên tưởng tưởng thú vị về Vang và Phụ nữ - hai điều khiến đàn ông mê mẩn (!)

Những chai vang đắt tiền nhất, được sản xuất nhiều nhất hay có thiết kế độc đáo cho Tết Đinh Dậu năm nay, những nhà hàng về rượu vang với các món Âu ngon tuyệt... sẽ là những gợi ý thú vị cho Quý độc giả có cơ hội thưởng thức những chai vang ngon nhất, trong không gian sang trọng nhất.



Chuyên mục Du lịch kì này, trong những ngày cuối năm bận rộn, mời Quý độc giả tách mình ra khỏi cuộc sống ồn ào, ghé thăm Tây Tạng, miền đất thiêng của đức tin... vừa huyền bí, vừa hùng vĩ, những vẻ đẹp không thể mô tả bằng lời. Một trải nghiệm chân thực và sống động của Tác giả Thùy Vân, người yêu du lịch như chính hơi thở của mình vậy. Đón năm mới trên những Con đường rượu vang huyền thoại sẽ giới thiệu đến Quý độc giả vẻ đẹp văn hóa đặc sắc của những ngôi làng, thành phố tuyệt đẹp, nơi người dân yêu rượu vang đến mức, đi làm ruộng cũng phải mang theo một chai vang.

Sau đợt kêu gọi ủng hộ đồng bào miền Trung thành công với 24 tỉ chỉ trong vài tuần, MC Phan Anh dành riêng cho *Người Dẫn Đầu* bài phỏng vấn độc quyền để trái lòng về quan điểm sống và mong ước của anh. Những chia sẻ chân thành này chắc chắn sẽ giúp Quý độc giả hiểu hơn về một MC trẻ, điển trai luôn hết mình vì cộng đồng.

Còn rất nhiều nội dung thú vị về năm mới đang chờ Quý độc giả thưởng thức!

Trân trọng cảm ơn và Kính chúc Quý độc giả mạnh khỏe, bình an, hạnh phúc!

Ban Biên tập



TIMO - NGÂN HÀNG SỐ ĐẦU TIÊN Ở VIỆT NAM

Rất khác với các ngân hàng truyền thống, Timo không có chi nhánh và phòng giao dịch. Tất cả các khâu được thực hiện thông qua ứng dụng trên di động và phiên bản web. Tuy nhiên, Timo có đầy đủ những tính năng của một ngân hàng, với thẻ ATM và các tài khoản thanh toán, tiết kiệm... Hiện dịch vụ ngân hàng số thế hệ mới này đã có hơn 25 nghìn thành viên đăng ký.

Có mặt tại Việt Nam từ tháng 5/2016, dịch vụ ngân hàng số Timo vừa chính thức ra mắt tại Hà Nội từ ngày 19.11.2016 với những tiện ích giảm thiểu các thủ tục và giúp người dùng quản lý tài khoản, tiết kiệm và thanh toán trên di động.

GIẢI PHÁP AN NINH TỪ CÔNG TY VIỆT AN

Công ty CP giải pháp an toàn công nghệ cao Việt An vừa hợp tác với Công ty Ademco – doanh nghiệp hàng đầu tại Singapore với hơn 20 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực An ninh, cung cấp những giải pháp tổng thể về công nghệ An Ninh trong các ngành Ngân hàng, Khu đô thị, Trường học và Bệnh viện... Với đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp, năng động cùng hệ thống công nghệ thông tin và hệ thống quản lý giám sát tập trung (CMS) được đầu tư bài bản, hiện đại và sự kết hợp cùng các hãng nổi tiếng thế giới về công nghệ, Công ty cổ phần giải pháp an toàn công nghệ cao Việt An là sự lựa chọn tốt nhất về các giải pháp an ninh.

Công ty CP Giải pháp An toàn Công nghệ cao Việt An
 ĐC: tầng 14, tòa nhà Green Park, 29 Nguyễn Đình Chiểu,
 Hai Bà Trưng, Hà Nội; Tel 0433.997.555;
 Website: www.vietancnc.com

ĐỀ XUẤT THÀNH LẬP NGÂN HÀNG VIỆT KIỀU

Tại buổi gặp gỡ của Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc với 57 chuyên gia, trí thức và doanh nhân Việt Nam ở nước ngoài tiêu biểu, TS. Nguyễn Trí Hiếu (Việt kiều Hoa Kỳ), chuyên gia tài chính ngân hàng (NH), nhắc lại đề xuất Chính phủ cho phép kiều bào huy động vốn để thành lập một NH Việt kiều tại Việt Nam.

Ông Hiếu nhận định “NH Việt kiều sẽ là đầu mối giữa ngành tài chính NH ở Việt Nam với thế giới bên ngoài; là đầu mối hỗ trợ kiều bào khi về làm ăn ở Việt Nam. Chắc chắn với những chuẩn mực được tổ chức cũng như nguồn vốn dồi dào và các quan hệ, NH Việt kiều sẽ là đầu mối để hệ thống NH Việt tiến dần ra thị trường NH trên toàn thế giới”.

Lý do ông đưa ra kiến nghị này là: Thứ nhất, tạo cơ hội để kiều bào có thể đóng góp đầu tư vào nền kinh tế của Việt Nam. Thứ hai, Việt Nam cũng cần có định chế tài chính mẫu mực. Thứ ba, NH Việt kiều sẽ là đầu mối giữa ngành tài chính NH ở Việt Nam với thế giới bên ngoài, là đầu mối hỗ trợ kiều bào khi về làm ăn ở Việt Nam.



TÀI SẢN HỆ THỐNG NGÂN HÀNG VƯỢT NGƯỠNG 8 TRIỆU TỶ ĐỒNG

Theo công bố của Ngân hàng Nhà nước, tổng tài sản của toàn hệ thống tổ chức tín dụng (TCTD) đã chính thức vượt ngưỡng 8 triệu tỷ đồng.

Trong tháng 9, tài sản toàn hệ thống tăng mạnh và tăng ở tất cả các khối; khối NHTM Nhà nước tăng thêm 94.538 tỷ đồng lên 3.690.463 tỷ đồng; khối NHTMCP tăng thêm 70.438 tỷ đồng lên 3.198.341 tỷ đồng.

Đánh giá về trạng thái thanh khoản của đơn vị mình tại thời điểm hiện tại, 87,6% TCTD nhận định thanh khoản ở tình trạng “tốt” đối với cả VND và ngoại tệ. Trong đó 100% TCTD thuộc nhóm NHTMNN và NHTMCP nhỏ đánh giá thanh khoản chung và thanh khoản VND của họ “tốt”; 8,6% TCTD đánh giá thanh khoản “bình thường”. Dự kiến trong Quý IV/2016 và cả năm 2016, đa số TCTD kỳ vọng tình hình thanh khoản tiếp tục diễn biến khả quan đối với cả VND và ngoại tệ.



BDS VIỆT NAM HẤP DẪN NHÀ ĐẦU TƯ SINGAPORE

Chín tháng đầu năm 2016, nguồn vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài (FDI) vào thị trường Việt Nam tăng 12% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 11 tỉ đô la Mỹ. Theo đó, Singapore là nhà đầu tư lớn thứ hai vào Việt Nam, chỉ đứng sau Hàn Quốc. Theo bà Regina Lim, bộ phận nghiên cứu và tư vấn thị trường vốn của JLL tại Singapore, xu hướng này tiếp tục sẽ mang đến những tín hiệu khả thi cho thị trường bất động sản. Bà giải thích: “Sau ngành sản xuất và chế biến, bất động sản hiện là lĩnh vực nhận được vốn đầu tư nước ngoài lớn thứ hai trong hai năm vừa qua tại Việt Nam, các công ty bất động sản Singapore đã đầu tư vào Việt Nam gần 1 tỉ đô la Mỹ”. Điển hình Tổng giá trị tài sản của Tập đoàn Mapletree hiện đang sở hữu tại Việt Nam đã đạt đến hơn 1 tỷ đô la Mỹ, trong đó đầu tư hơn 400 triệu đô la Mỹ vào dự án Kumho Asian Plaza vào tháng 7 năm 2016. Trong khi đó, CapitaLand đã đầu tư hơn 400 triệu đô la Mỹ vào Việt Nam, bao gồm một thương vụ mua bán đầu tiên của chủ đầu tư Singapore này nhằm phát triển một khu đất dân cư tọa lạc tại Quận 1, trị giá khoảng 51,9 triệu đô la Mỹ.

FITCH DỰ BÁO “NGÂN HÀNG CỦA VIỆT NAM SẼ HỒI PHỤC DẦN DẦN TRONG NĂM 2017”

Trong báo cáo triển vọng mới nhất của cơ quan xếp hạng tín nhiệm Fitch Ratings, môi trường kinh tế vĩ mô được cải thiện, tỷ giá tiền đồng ổn định và lạm phát nhẹ là các yếu tố bù đắp vào điểm yếu cơ cấu trong ngành ngân hàng Việt Nam.

Fitch dự đoán chất lượng tài sản, huy động vốn và thanh khoản tiếp tục ổn định khi nền kinh tế tăng trưởng đều. Tuy nhiên, các điểm yếu cơ cấu mang tính hệ thống vẫn còn tồn tại, như vốn ít, nợ xấu cao, tỷ suất lợi nhuận kém.

XEM XÉT THÀNH LẬP NGÂN HÀNG QUỸ ĐẤT

Tại diễn đàn Quốc hội, Bộ trưởng Bộ Tài nguyên & Môi trường Trần Hồng Hà cho biết bộ này đang phối hợp với các cơ quan chức năng xem xét phương án thành lập một ngân hàng về quỹ đất.

Phó Chủ nhiệm Ủy ban Kinh tế của Quốc hội Nguyễn Đức Kiên bày tỏ quan điểm ủng hộ đề xuất này. Trao đổi với báo chí, ông Kiên nhấn mạnh: “Việc thành lập ngân hàng đất đai (hay ngân hàng quỹ đất) để cho các doanh nghiệp, nông dân thuê lại có thể sẽ thúc đẩy sản xuất lớn phát triển”.

Ông Kiên cũng cho rằng: Nông nghiệp phải phát triển theo hướng tăng giá trị và giảm chi phí đầu vào. Muốn làm được như vậy, bên cạnh nhiều giải pháp về chất lượng nhân lực, khoa học công nghệ... thì cần phải có một cơ chế chính sách đất đai hợp lý để nông dân, doanh nghiệp tích tụ ruộng đất; bảo hộ quyền sử dụng đất đai mạnh mẽ nhất cho nông dân, doanh nghiệp. Trong đó việc thúc đẩy hình thành ngân hàng đất đai là một trong các giải pháp.

DOANH NGHIỆP XUẤT KHẨU ĐƯỢC VAY NGOẠI TỆ NGẮN HẠN TRONG CẢ NĂM 2017

Ngân hàng Nhà nước vừa chính thức ban hành Thông tư số 31/2016/TT-NHNN sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 24/2015/TT-NHNN quy định cho vay bằng ngoại tệ của tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài đối với khách hàng vay là người cư trú. Theo đó, tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài được phép hoạt động ngoại hối xem xét quyết định cho khách hàng là người cư trú vay vốn bằng ngoại tệ để đáp ứng các nhu cầu vốn ngắn hạn ở trong nước nhằm thực hiện phương án sản xuất, kinh doanh hàng hóa xuất khẩu qua cửa khẩu biên giới Việt Nam mà khách hàng vay có đủ ngoại tệ từ nguồn thu xuất khẩu để trả nợ vay; khi được tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài giải ngân vốn cho vay, khách hàng vay phải bán số ngoại tệ vay đó cho tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài cho vay theo hình thức giao dịch hối đoái giao ngay (spot), trừ trường hợp nhu cầu vay vốn của khách hàng để thực hiện giao dịch thanh toán mà pháp luật quy định đồng tiền giao dịch phải bằng ngoại tệ. Quy định này thực hiện đến hết ngày 31/12/2017. Thông tư này có hiệu lực thi hành kể từ ngày 01/01/2017.

Mục tiêu kinh tế 2017: **CAO** nhưng không ảo tưởng

TS. NGUYỄN MINH PHONG

MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN KINH TẾ 2017 ĐÃ ĐƯỢC QUỐC HỘI BIỂU QUYẾT THÔNG QUA, TRONG ĐÓ ĐÁNG CHÚ Ý LÀ GDP TĂNG 6,7%, TỔNG KIM NGẠCH XUẤT KHẨU TĂNG 6 - 7%. NHIỀU NGƯỜI NHẬN ĐỊNH RẰNG, MỤC TIÊU NÀY LÀ KHẢ CAO TRONG ĐIỀU KIỆN KINH TẾ - XÃ HỘI TRONG NƯỚC VÀ BỐI CẢNH THẾ GIỚI HIỆN NAY.

Nhưng theo TS. Kinh tế Nguyễn Minh Phong, mục tiêu này khá cao, tuy nhiên, xét về tổng thể, mục tiêu này là hoàn toàn có thể khả thi, “không ảo tưởng”. TS. Phong cũng phân tích rất rõ về những “động lực tăng trưởng” tích cực mà Việt Nam hiện đang có để có thể đạt được mục tiêu trên. Người Dẫn Đầu số cuối năm 2016 xin gửi tới quý độc giả bài viết của TS. Nguyễn Minh Phong về vấn đề này.

Ngày 7/11 vừa qua, Quốc hội đã biểu quyết thông qua Nghị quyết về kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2017, với mục tiêu GDP tăng khoảng 6,7%, tổng kim ngạch xuất khẩu tăng 6 - 7%; Số giường bệnh trên một vạn dân đạt 25,5 giường (không tính giường trạm y tế xã); Tỷ lệ dân số tham gia bảo hiểm y tế đạt 82,2%.

Cần nhấn mạnh rằng, năm 2017, chỉ tiêu tốc độ tăng trưởng kinh tế và lạm phát vẫn được đưa ra bằng với mục tiêu 2016, trong khi chỉ tiêu về xuất khẩu đã được điều chỉnh thấp hơn... Những chỉ tiêu này được đưa ra căn cứ vào hệ chỉ tiêu chung Kế hoạch phát triển kinh tế xã hội 5 năm 2016 - 2020 đã được Quốc hội thông qua ngày 12/4/2016, theo đó: Trong 5 năm tới, bình quân tốc độ GDP tăng 6,5 - 7%/năm; GDP năm 2020 đạt 3.200 - 3.500 USD/người; bội chi NSNN năm 2020 dưới 4% GDP; lạm phát dưới 4% các năm đầu kỳ kế hoạch và 3% vào năm 2020, công nghiệp và dịch vụ chiếm 85% GDP năm 2020. Tổng vốn đầu tư toàn xã hội bình quân

5 năm khoảng 32 - 34% GDP. Năng suất các nhân tố tổng hợp (TFP) đóng góp vào tăng trưởng khoảng 30 - 35%. Năng suất lao động xã hội bình quân tăng khoảng 5%/năm.

Nền tảng động lực tăng trưởng tích cực

Như vậy, dù là khá cao trong bối cảnh thế giới có nhiều biến động tiêu cực làm giảm sút động lực tăng trưởng chung. Tuy nhiên, những chỉ tiêu kế hoạch 2017 được đặt ra không phải là ảo tưởng, mà được dựa trên nền tảng động lực cộng hưởng và hội tụ từ các xung lực tích cực mà Việt Nam đã và đang đạt được trong năm 2016, nổi bật là: Sự cải thiện môi trường đầu tư; tăng áp dụng khoa học công nghệ và tiếp tục tham gia hội nhập quốc tế sâu rộng, đầy đủ hơn; tốc độ tăng trưởng kinh tế quý sau cao hơn quý trước. Các dòng vốn nước ngoài tiếp tục tăng mạnh, cơ cấu phù hợp với mục tiêu thu hút. Xuất siêu tăng khá và số lượng doanh nghiệp thành lập mới, quay lại hoạt động tăng khá. Lạm phát được kiểm soát dưới mức kế hoạch. Mặt bằng lãi suất, tỷ giá cơ bản ổn định. Thu hút khách du lịch quốc tế đạt khá. Nông nghiệp từng bước phục hồi. Niềm tin thị trường, xã hội của người dân và DN được duy trì; sự phát triển tích cực của ngành chế biến, chế tạo có quy mô và chiếm tỷ trọng lớn nhất trong toàn ngành công nghiệp; sự thúc đẩy quá trình cổ phần hóa DNNN; Thị trường tài chính mở rộng hơn. Lãi suất huy động tương đối ổn định; lãi suất cho vay trung hạn và dài hạn giảm và cơ cấu tín dụng đang tiếp tục theo hướng tập trung vào các lĩnh vực ưu tiên như nông nghiệp, xuất khẩu, công nghiệp hỗ trợ, doanh nghiệp vừa và nhỏ nhằm hỗ trợ có hiệu quả hơn cho tăng trưởng kinh tế. Ngoài ra, động lực tăng trưởng còn được tiếp sức từ duy trì tổng cầu tiêu dùng trong nước; sự thành công của chế độ tỷ giá trung tâm linh hoạt hơn.

GDP tăng khá cao, trong khi lạm phát thấp và tỷ lệ đầu tư xã hội/GDP thấp cho thấy động lực của tăng trưởng không chỉ là vốn đầu tư và dường như tăng trưởng kinh tế cao buộc phải trả giá bằng lạm phát cao đã không còn đúng, cũng không còn là “vòng kim cô” luẩn quẩn đối với Việt Nam nữa.



Lòng tin thị trường được củng cố

Động lực tăng trưởng năm 2017 còn được gia tăng từ lòng tin thị trường, củng cố vị thế quốc tế và kỳ vọng những cơ hội mới tới từ các kết quả đàm phán, ký kết và triển khai các cam kết và chủ động hội nhập quốc tế của Việt Nam; từ những chuyển động tích cực về tái cơ cấu kinh tế, nhất là trong mua bán, sáp nhập các ngân hàng và chuyển nhượng dự án bất động sản; thu hồi các dự án chậm triển khai, dùng sai mục đích sử dụng đất; cổ phần hóa đơn vị sự nghiệp công và tăng cường sử dụng giống mới, ứng dụng công nghệ bảo quản, chế biến nông sản hiện đại; mở rộng sự tham gia của DN đầu tư vào nông nghiệp theo mô hình liên kết chuỗi và quy mô công nghiệp.

Động lực tăng trưởng sẽ được tiếp sức bởi sự chuyển động của cả bộ máy quản lý và hệ thống chính trị, tạo mọi điều kiện, tháo gỡ mọi rào cản cho sản xuất, kinh doanh của người dân và doanh nghiệp, thúc đẩy khởi nghiệp; phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ, chế biến, chế tạo, gắn với các lợi thế về nguồn nguyên liệu nông, lâm nghiệp, thủy sản; Thực hiện tốt công tác dự báo thị trường, xúc tiến thương mại, tìm kiếm, mở rộng thị trường xuất khẩu.



GDP ▲ 6,7%
KNXK ▲ 6-7%

Động lực tăng trưởng của kinh tế Việt Nam còn được thể hiện ở việc cơ quan quản lý nhà nước đã chủ động nhận diện và cập nhật các rào cản kỹ thuật để chủ động xây dựng các biện pháp khắc phục kịp thời; kiểm soát lạm phát, lãi suất, tỷ giá phù hợp với diễn biến thị trường tiền tệ trong nước và quốc tế; chống thất thu, nợ đọng thuế, triệt để tiết kiệm chi NSNN; nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả sản xuất. Thực hiện tốt các chính sách an sinh xã hội, phúc lợi xã hội; bồi thường, hỗ trợ người dân ở các tỉnh bị thiệt hại do sự cố ô nhiễm môi trường biển sớm khôi phục sản xuất và ổn định đời sống, đáp ứng yêu cầu ổn định và phát triển kinh tế nhanh, hiệu quả hơn, chuẩn bị cho đất nước phát triển với nhiều kỳ vọng lớn lao và tự tin hơn trong năm 2017.

Với tất cả những “động lực tăng trưởng” đã được phân tích ở trên, có nhiều lý do để hy vọng và tin rằng, mục tiêu kinh tế Việt Nam năm 2017 sẽ trở thành hiện thực. ♥



TS. Nguyễn Xuân Thành (hàng đầu, đứng giữa)

CHỦ TỊCH HĐQT VIETCOMBANK NHẬN DANH HIỆU DOANH NHÂN VIỆT NAM TIÊU BIỂU 2016 - CÚP THÁNH GIÓNG

Tháng 10 vừa qua, TS. Nguyễn Xuân Thành, Chủ tịch HĐQT Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank) vinh dự được trao tặng danh hiệu Doanh nhân Việt Nam Tiêu biểu 2016 - Cúp Thánh Gióng. Đây là giải thưởng do VCCI phối hợp với các Bộ, Ngành, địa phương, các Hiệp hội doanh nghiệp tổ chức, bình xét và trao tặng nhân dịp kỷ niệm ngày doanh nhân Việt Nam (13/10). Giải thưởng căn cứ trên các tiêu chí về quy mô và hiệu quả như: nộp ngân sách, tăng trưởng, tạo công ăn việc làm cho người lao động, thực hiện tốt trách nhiệm xã hội... 100 doanh nhân tiêu biểu 2016 là lãnh đạo các DN có thành tích xuất sắc trong sản xuất kinh doanh, tham gia tích cực hoạt động xã hội, có đóng góp quan trọng vào sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.

P.TGD VIETCOMBANK PHẠM THANH HÀ ĐƯỢC BẦU LÀM CHỦ TỊCH VBMA NHIỆM KỲ III

Ngày 26/10/2016, Đại hội nhiệm kỳ III (2016 - 2019) do Hiệp hội Thị trường Trái phiếu Việt Nam (VBMA) tổ chức đã tiến hành bầu Ban chấp hành VBMA nhiệm kỳ III (2016 - 2019) gồm 23 thành viên. Tại phiên họp đầu tiên của nhiệm kỳ III, sau khi bầu Ban thường vụ, Ban chấp hành mới đã bầu ông Phạm Thanh Hà - Phó Tổng giám đốc Vietcombank làm Chủ tịch VBMA nhiệm kỳ III (2016 - 2019). Phát biểu tại Đại hội, tân Chủ tịch VBMA Phạm Thanh Hà hứa sẽ hoàn thành tốt nhiệm vụ, đồng thời kêu gọi sự hợp tác tích cực và trách nhiệm hơn nữa từ các hội viên, nhằm nâng cao chất lượng hoạt động cũng như vị thế của VBMA.



Đại diện Vietcombank, Ông Phạm Mạnh Thắng - Phó Tổng giám đốc (thứ 2 từ phải sang) nhận giải thưởng.

VIETCOMBANK LÀ NGÂN HÀNG MẠNH NHẤT VIỆT NAM

Trong khuôn khổ chính thức của Hội nghị toàn cầu về thanh toán quốc tế Sibos tại Geneva, Thụy Sĩ vừa qua, Vietcombank là ngân hàng duy nhất đại diện cho Việt Nam được mời tham dự và nhận giải thưởng Ngân hàng có bảng cân đối tài chính mạnh nhất Việt Nam tại Lễ vinh danh do Tạp chí The Asian Banker (TAB) tổ chức. Đây là giải thưởng thường niên của TAB đánh giá về hoạt động kinh doanh và tài chính của các ngân hàng thương mại trong khu vực Châu Á. Giải thưởng được trao tặng cho 1 ngân hàng tốt nhất của mỗi quốc gia dựa trên các tiêu chí đánh giá ở 6 khía cạnh: quy mô phát triển, tăng trưởng của bảng cân đối kế toán, quản trị rủi ro, lợi nhuận, chất lượng tài sản và tính thanh khoản.



Ông Phạm Thanh Hà (đứng thứ tư từ trái sang)



Vietcombank đồng hành cùng **Doanh nghiệp Vừa & Nhỏ**

CHƯA KHI NÀO HAI TỪ KHÓA “KIẾN TẠO”, “KHỞI NGHIỆP” LẠI TRỞ NÊN “HOT” NHƯ HIỆN NAY. CHÍNH PHỦ KIẾN TẠO, NGƯỜI DÂN KHỞI NGHIỆP, ĐÓ LÀ KHÔNG KHÍ MỚI TRONG MÔI TRƯỜNG KINH DOANH TẠI VIỆT NAM. VAI TRÒ CỦA DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ (DNV&N) CŨNG NGÀY CÀNG ĐƯỢC COI TRỌNG, MÀ NÓI NHƯ ÔNG VŨ TIẾN LỘC, CHỦ TỊCH PHÒNG THƯƠNG MẠI & CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM (VCCI), DNV&N LÀ ĐỘNG LỰC, LÀ XƯƠNG SỐNG CỦA TẤT CẢ CÁC NỀN KINH TẾ.

Với mục tiêu đồng hành, chung tay cùng DNV&N Việt Nam, vừa qua, Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank) phối hợp với VCCI tổ chức Hội thảo “**Vietcombank chung tay cùng doanh nghiệp vừa và nhỏ: Khởi nghiệp và phát triển**”. Hội thảo nhằm mục tiêu giúp các DNV&N tiếp cận và chia sẻ kinh nghiệm quốc tế từ các chuyên gia hàng đầu trong quản trị phát triển DNV&N cũng như trang bị những giải pháp tài chính, bán hàng, những kỹ năng mềm cần thiết để cộng đồng doanh nghiệp này hội nhập và phát triển.

DNV&N là động lực của nền kinh tế

Hiện nay, DNV&N chiếm gần 98% tổng số doanh nghiệp, vốn đầu tư chiếm 30%, đóng góp 40% vào GDP, giải quyết 50% lực lượng lao động. Những con số này cũng góp phần khẳng định vị trí vai trò quan trọng của DNV&N đối với phát triển kinh tế, xã hội. Mặc dù môi trường kinh tế sau suy thoái đang trở nên khó khăn, và gây áp lực không ngừng do tình trạng thiếu kỹ năng, năng lực đổi mới và quản trị, khu vực DNV&N vẫn là cộng đồng năng động và có sức mạnh bền bỉ nhất.

Theo ông Vũ Tiến Lộc, DNV&N có sức sống rất lớn của nền kinh tế Việt Nam. Tuy nhiên, cộng đồng này đang gặp những thách thức trước công cuộc hội nhập và cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4. Muốn tồn tại, phát triển trong bối cảnh hiện nay, các DNV&N phải liên kết lại, vươn tới chuẩn mực toàn cầu, liên kết với các giá trị quốc tế. Nếu làm được điều đó thì sẽ có sức sống rất lớn, đặc biệt trong thời công nghệ số hiện nay.

Ông Nghiêm Xuân Thành, Chủ tịch HĐQT Vietcombank cũng khẳng định, những đóng góp của các DNV&N cho cộng đồng doanh nghiệp cũng như cho nền kinh tế là hết sức ấn tượng. Hiện nay, dư nợ của các DNV&N tại Vietcombank chiếm tới hơn 40% trong tổng dư nợ, điều đó cho thấy Vietcombank luôn đánh giá cao và sát cánh cùng các DNV&N. Tuy nhiên, Chủ tịch HĐQT Vietcombank cho rằng, tiềm năng của cộng đồng doanh nghiệp này còn chưa được khai thác hết. Vấn đề tiếp cận vốn của các doanh nghiệp thời gian qua còn có những khó khăn, xuất phát từ cả hai phía doanh nghiệp và ngân hàng. Với doanh nghiệp thì thường gặp khó khăn về vốn. Còn với ngân hàng thì các sản phẩm, dịch vụ chưa thực sự phù hợp, chưa thực sự tiện ích với các doanh nghiệp, nhất là DNV&N.



DNV&N chiếm gần 98% tổng số doanh nghiệp, vốn đầu tư chiếm 30%, đóng góp 40% vào GDP, giải quyết 50% lực lượng lao động.

Bên cạnh đó, các chia sẻ tại hội thảo đã “nhận diện” những thách thức DNV&N Việt Nam đang gặp phải như: quản trị nội bộ, quản trị tài chính, thu hút nhân tài, đo lường hiệu quả hay phân quyền, giảm tải cho chủ doanh nghiệp.

Ngoài ra, đại diện Công ty kiểm toán PwC cho biết, các DNV&N ngày nay đang gặp phải những thách thức như: Cạnh tranh ngày càng mạnh mẽ hơn, Áp lực giá cả đang leo thang, Tốc độ thay đổi tiếp tục gia tăng... Vì vậy, khối doanh nghiệp này cần phải thích ứng nhanh hơn, tự đổi mới sớm hơn và trở nên chuyên nghiệp hơn gấp nhiều lần về phương thức điều hành hoạt động.

Tại hội thảo, Chủ tịch VCCI khẳng định, cơ hội đối với các DNV&N của Việt Nam là rất lớn. Để có được thành công, chúng ta cần nâng cao trình độ quản trị tài chính, nhân lực và nhất là chiến lược marketing, bán hàng. Các DNV&N đạt chuẩn mực có thể liên kết được với chuỗi giá trị quốc tế thì sẽ có sức phát triển mạnh mẽ và tạo ra hiệu quả thiết thực cho nền kinh tế.

Những sản phẩm dịch vụ hữu ích dành cho DNV&N

Gần như không có bất kỳ một doanh nghiệp nào có thể tồn tại và phát triển mà không có sự đồng hành của các tổ chức tín dụng. Sự hỗ trợ của các ngân hàng đối với DNV&N là hết sức cần

thiết, quan trọng. Chính các ngân hàng là người hiểu rõ nhất về “sức khỏe”, thực trạng tài chính của các doanh nghiệp. Trong suốt thời gian qua, Vietcombank luôn là đối tác sát cánh, đồng hành với các DNV&N, đi đầu trong việc hạ lãi suất, tạo điều kiện thuận lợi cho các DN tiếp cận nguồn vốn ngân hàng với mức lãi suất hợp lý, thấp nhất thị trường chỉ khoảng 6%, thậm chí có thể chỉ 5% đối với các dự án tốt.

Nắm rõ những thách thức mà DNV&N đang gặp phải, trong khuôn khổ hội thảo lần này, Vietcombank đã mời đối tác uy tín là PwC trình bày những cách tiếp cận với các chuẩn mực thế giới trong xử lý các vấn đề của doanh nghiệp một cách trực quan qua ví dụ cụ thể. Qua đó, các doanh nghiệp gia đình, các DNV&N Việt Nam hiểu, nắm bắt và ứng dụng linh hoạt, hiệu quả.

Đặc biệt, điểm nhấn của hội thảo chính là bài trình bày đầy đủ và chi tiết của ông Nguyễn Việt Cường, Giám đốc Vietcombank Ba Đình về các giải

pháp tài chính từ Vietcombank dành cho DNV&N, nhóm khách hàng quan trọng đối với Vietcombank nói riêng và các NHTM nói chung.

Theo đó, đại diện Vietcombank đã giới thiệu tới hơn 300 DNV&N tại hội thảo 11 gói tín dụng và 8 dịch vụ mà Vietcombank xây dựng riêng cho cộng đồng doanh nghiệp này với những ưu đãi hấp dẫn, linh hoạt. Các gói tín dụng và dịch vụ đều được thiết kế với mục tiêu: Mở rộng kết nối với DNV&N bằng chính sách khách hàng linh hoạt; Thấu hiểu DNV&N bằng sản phẩm riêng phù hợp; Đồng hành và chia sẻ với DNV&N với chi phí thấp. Các sản phẩm dịch vụ này sẽ giúp các DNV&N tìm được lời giải cho bài toán về tài chính của mình, gạt hái thành công cùng với người đồng hành là Vietcombank.

Bên cạnh đó, Vietcombank cũng đã thành lập bộ phận Chính sách và bộ phận Quan hệ khách hàng riêng để phục vụ và chăm sóc DNV&N. Vietcombank cũng đã đặt mục tiêu, dư nợ cho vay



suất hợp lý; Chất lượng dịch vụ sản phẩm tốt nhất và Chất lượng thanh toán quốc tế tốt nhất.

Đặc biệt, nhắc tới Vietcombank là cộng đồng doanh nghiệp nhắc tới một tổ chức tín dụng với tính thanh khoản và nguồn vốn dồi dào, ổn định. “Hiện nay, hệ số sử dụng vốn của Vietcombank chiếm 75%, thấp nhất trong các tổ chức tín dụng. Điều đó có nghĩa là dư địa nguồn vốn cho các DNV&N trong thời gian tới là rất lớn”, ông Nguyễn Xuân Thành khẳng định tại hội thảo.

Về lãi suất, Vietcombank hưởng ứng lời kêu gọi của Chính phủ trong việc hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp, lãi suất tối đa trong 2016 là 6%, các doanh nghiệp sử dụng tổng thể các giải pháp của Vietcombank, có thể áp dụng mức lãi suất đến 5%. Mức lãi suất này không chỉ áp dụng đối với các doanh nghiệp mới thành lập mà còn được áp dụng đối với tất cả các doanh nghiệp thuộc 5 lĩnh vực ưu tiên phát triển của Chính phủ và đang có quan hệ tín dụng với Vietcombank.

Các lợi thế trên cùng tầm nhìn chiến lược đến năm 2020 là trở thành ngân hàng số một Việt Nam về bán lẻ, một trong 300 tập đoàn ngân hàng tài chính lớn nhất thế giới và được quản trị theo các thông lệ quốc tế tốt nhất vào năm 2020, các định hướng, giải pháp của Vietcombank thời gian qua đều hướng đến bán lẻ. Trong thời gian tới, Vietcombank có rất nhiều lợi thế cùng với các doanh nghiệp tiếp cận, cung ứng vốn cho các DN, đặc biệt là các DNV&N.

Hơn thế nữa, việc tổ chức hội thảo này cũng thêm một lần nữa khẳng định, Vietcombank không chỉ là đối tác cung cấp tín dụng cho các doanh nghiệp mà còn là nhà tư vấn về quản trị, bán hàng, kết nối doanh nghiệp với chuỗi giá trị toàn cầu. ♥

Vietcombank đi đầu trong việc giảm lãi suất tín dụng, hiện ở mức 6% và có thể giảm xuống còn 5% với các dự án khởi nghiệp tốt

các DNV&N và Khoa học công nghệ chiếm 45% tổng dư nợ. Điều này đã thể hiện vai trò rất quan trọng của các DNV&N đối với tổ chức tín dụng tốt nhất Việt Nam này.

Lựa chọn ngân hàng như đối tác quan trọng hàng đầu

Bằng những hoạt động cụ thể, những sản phẩm, dịch vụ thiết thực, Vietcombank được đánh giá là ngân hàng luôn đồng hành với cộng đồng DNV&N. Một trong những hành động cụ thể đó là, Vietcombank đi đầu trong việc giảm lãi suất tín dụng, hiện ở mức 6% và có thể giảm xuống còn 5% với các dự án khởi nghiệp tốt. “Đây là một sự hỗ trợ rất lớn của Vietcombank đối với cộng đồng DNV&N Việt Nam”, ông Vũ Tiến Lộc khẳng định.

Là ngân hàng tốt nhất Việt Nam năm 2014, 2015; Ngân hàng cung cấp dịch vụ Tài trợ thương mại tốt nhất Việt Nam 6 năm liên tiếp, Vietcombank là một trong những ngân hàng hàng đầu tại Việt Nam với 4 thế mạnh: Chất lượng nguồn nhân lực; Thanh khoản và nguồn vốn dồi dào, lãi



Hội thảo có sự tham gia của TS. Vũ Tiến Lộc, Chủ tịch Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI); TS. Nguyễn Xuân Thành, Chủ tịch HĐQT Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank); Ông Phạm Đình Đoàn, Chủ tịch Hội đồng doanh nhân gia đình Việt Nam; Ông Rex Macaskill, đại diện công ty kiểm toán PwC và hơn 300 DNV&N tại Việt Nam. Hội thảo tập trung vào các thảo luận: Kinh nghiệm quốc tế về phát triển doanh nghiệp gia đình: Thách thức và quan điểm của PwC, chia sẻ các kết quả khảo sát quốc tế; Các thách thức đối với doanh nghiệp gia đình tại Việt Nam; Tài chính trong hoạt động của doanh nghiệp vừa và nhỏ: các giải pháp từ Vietcombank và Giải pháp phát triển kinh doanh CRM: bán hàng và chăm sóc khách hàng cho doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam.

Chú thích hình: (1) TS. Vũ Tiến Lộc, Chủ tịch Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI); (2) TS. Nguyễn Xuân Thành, Chủ tịch HĐQT Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank); (3) Ông Nguyễn Việt Cường - Giám đốc Chi nhánh Vietcombank Ba Đình; (4) Ông Rex Macaskill, đại diện công ty kiểm toán PwC; (5) Ông Nguyễn Mạnh Tường - Giám đốc Kinh doanh Công ty GetFly



Thế giới
RƯỢU
VANG

Huyền thoại một CHẤT MIEN

TRỌNG NGUYÊN

NHỮNG CÂU CHUYỆN GẮN VỚI VANG, NGAY TỪ THUở CÒN SƠ KHAI HAY KHI VANG ĐÃ TRỞ NÊN TRỨ DANH, ĐỀU CHỨNG MINH MỘT ĐIỀU: MÓN ĐỒ UỐNG NÀY RẤT ĐƯỢC TÔN VINH. NHƯ VỚI NỮ HOÀNG SẮC ĐẸP CLEOPATRA, BÀ TỪNG HỨA RẰNG SẼ “UỐNG GIÁ TRỊ CỦA MỘT TỈNH” TRONG MỘT CHÉN RƯỢU VANG VÀ SAU ĐÓ BÀ TRỘN MỘT VIÊN NGỌC ĐẮT TIỀN VỚI MỘT CHÉN VANG VÀ UỐNG...



Điêu khắc của Dionysus.
Thiên Chúa của rượu vang,
Bộ sưu tập của Bảo tàng State
Hermitage.
Ảnh: Yakov Oskanov / Shutterstock.com



Một bữa tiệc tối trong cung điện Ba Tư với rượu vang
Ảnh: Claudiovidri / Shutterstock.com

Ra đời từ sự vô tình

Sống giữa cung điện lộng lẫy, có người hầu, kẻ hạ, được mặc đẹp, ăn ngon nhưng nàng công chúa nhỏ, con gái của vua Ba Tư luôn mang nỗi buồn thắm đẫm thánng ngày bởi một lẽ, nàng không được vua cha yêu mến. Nàng buồn đến mức quyết định từ giã cõi trần. Nhưng khổn nỗi, giữa cung điện hoa lệ, được bảo vệ nghiêm ngặt như vậy, quyền sinh đầu có dễ dàng. Vậy nên, khi nghe lời đồn thổi rằng, dịch của những trái nho bị vứt bỏ do bị đập (vua Ba Tư thường cho dự trữ nho trong hoàng cung để sử dụng trong các mùa khan hiếm) là một chất độc, nàng đã lên lút nhậ ăn trong cơn tuyệt vọng. Và rồi nàng chìm vào giấc ngủ say nhưng thật lạ lùng sau khi tỉnh dậy, nàng bỗng thấy mình như được hồi sinh trở lại và tinh thần phấn chấn lạ. Nàng bỗng thấy mọi căng thẳng tan biến, nỗi buồn bay mất và tự thấy mình cần thay đổi cách cư xử với vua cha. Nàng được vua cha tin yêu trở lại. Trong niềm vui mừng khôn tả, nàng kể lại chuyện đã ăn những trái nho hỏng và ngợi ca đó là một loại thuốc chữa bệnh thần kỳ. Nhà vua lập tức ra lệnh gia tăng sản xuất những quả nho “hỏng”. Rượu vang ra đời từ đó và trở thành loại thức uống được yêu mến ở cung điện của nhà vua Ba Tư này...

Chẳng biết câu chuyện buồn nhưng có hậu này được ra đời từ khi nào nhưng nó đã khoác thêm vào cho vang chút thần thoại, huyền hoặc. Và điều này, có lẽ cũng bắt đầu từ việc vang có một quá khứ thật xa xôi.

Cho đến tận bây giờ, nguồn gốc đích xác của rượu vang vẫn còn là điều tranh cãi. Số tuổi của vang cũng chỉ là những suy đoán dựa trên dấu tích khảo cổ. Theo đó, những hạt nho giống có niên đại

8000 năm trước công nguyên (TCN) được các nhà khảo cổ tìm thấy ở Thổ Nhĩ Kỳ, Syria, Lebanon và Jordan. Nhưng việc uống rượu vang thì chỉ bắt đầu từ khoảng 4000 năm TCN. Tuy nhiên, lại có những tài liệu cho rằng năm 3000 TCN người Ai Cập tạo ra danh sách rượu vang để kiểm kê kho rượu, năm 2000 TCN vang được sản xuất ở Ý và năm 425 TCN, công nghệ làm rượu vang ở Pháp mới bắt đầu. Còn người Mỹ tới tận năm 1683 sau công nguyên, mới có vườn nho đầu tiên...



Nhưng có một điều chắc chắn rằng, kể từ khi ra đời, rượu vang đã rất được yêu quý.

Nhưng có một điều chắc chắn rằng, kể từ khi ra đời, rượu vang đã rất được yêu quý. Những câu chuyện gắn với vang, ngay từ thuở còn sơ khai hay khi vang đã trở nên trứ danh, đều chứng minh một điều món đồ uống này rất được tôn vinh. Ở Ai Cập, khi mới xuất hiện, vang không phải là thức uống hàng ngày mà nó được dành cho các vị thần, người ta đặt vang trong các lăng mộ của Pharaoh để giúp họ qua thế giới bên kia. Còn tại Hy Lạp cổ đại, trong nghi lễ thờ cúng thần Dionysus (con trai thần Zeus và công chúa Semele) bao giờ cũng có rượu vang. Người ta tôn sùng vang vì nó là biểu tượng liên kết giữa đất đai và khả năng sinh sản.

Và một trong những nhân vật yêu quý vang phải kể đến là nữ hoàng sắc đẹp Cleopatra. Bà từng hứa với Mark Antony rằng bà sẽ “uống giá trị của một tỉnh” trong một chén rượu vang và sau đó bà trộn một viên ngọc đắt tiền với một chén rượu và uống.



Nữ hoàng Cleopatra



Hương vị không dễ gì hòa trộn

Trong lịch sử rộng dài của ngành sản xuất vang, thứ đồ uống này cũng đã trải qua rất nhiều quá trình cải tiến và làm mới. Thuở sơ khai, thứ rượu vang sảng sảng có thể chỉ đơn giản được tạo thành sau quá trình đặt những trái nho trong các thùng chứa và những trái nho đó được nén ép bằng chính trọng lượng của chúng. Dịch nước nho thu được lúc này qua thời gian được lên men và tạo thành đồ uống mang lại cảm giác bay bổng. Tuy nhiên, qua quá trình sản xuất, người dân ở các vùng lại có những cách đối mới trong kỹ thuật ủ rượu vang.

Người La Mã cổ đại thường thêm mật ong, các loại gia vị, thảo dược vào rượu vang như là một cách để bảo quản. Họ cũng thường cô đặc rượu vang lại bằng cách nấu, đây cũng là nền tảng cho việc sản xuất các loại rượu Port, Madeira (thuộc loại Fortified wine – rượu bổ sung cồn) sau này. Tuy nhiên, khi người La Mã mang những cây nho và công thức làm rượu vang đi khắp Đế chế và đến Rome hay Tây Ban Nha và Bồ Đào Nha, thì cách ủ vang đã không còn giữ nguyên bản nữa mà được biến tấu để tạo ra những loại vang mang phong cách, khẩu vị từng địa phương.

Và rồi để chiếm lĩnh thị trường rộng lớn của vang trên thế giới, sau này các nhà sản xuất tại từng vùng đã tự đề ra tiêu chuẩn để đảm bảo chất lượng cho sản phẩm của mình. Hãng rượu Bordeaux đã tự đề ra tiêu chuẩn để phân loại rượu vang của mình vào năm 1855. Vào năm 1935, Pháp thông qua luật lệ Appellation d’Origine Contrôlée, quy định cụ thể phương pháp làm rượu vang. Các hệ thống tương tự cũng được thực hiện ở các nước như: Italia, Đức và Tây Ban Nha.



Hình minh họa các hoạt động trong hầm rượu của gia đình cổ Antique năm 1881



Dù có cùng công thức sản xuất nhưng vang ở các vùng không bao giờ giống nhau bởi hương vị của vang là sự ghi dấu của đất đai, thổ nhưỡng, khí hậu nơi tạo nên những trái nho.

Và rồi đến khi rượu vang đã vượt qua các lục địa cũ để sang Tân Thế Giới, yếu tố truyền thống lúc này không còn được đề cao trong sản xuất rượu vang nữa, các nhà sản xuất đã tìm ra sở thích của người tiêu dùng và làm vang theo đúng xu hướng người tiêu dùng ưa thích. Các nhà sản xuất rượu vang thuộc Tân Thế Giới vì thế đã tạo ra một loạt các phong cách khác nhau cho sản phẩm của mình. Và những năm gần đây, ngành rượu vang thực sự được toàn cầu hóa. Các nhà sản xuất rượu sẵn sàng chia sẻ ý tưởng và công nghệ của mình cho người khác. Có điều, vang là một sản phẩm đặc biệt, dù có cùng công thức sản xuất nhưng vang ở các vùng không bao giờ giống nhau bởi hương vị của vang là sự ghi dấu của đất đai, thổ nhưỡng, khí hậu nơi tạo nên những trái nho. Vì thế mà vang luôn mang những riêng có của mình. ♥



Hình ảnh in của Đức Giêsu biến nước thành rượu Ảnh: Freedom Studio / Shutterstock.com

Thức uống của Chúa

Trong Kinh thánh, tất cả những biến cố, mốc lịch sử quan trọng trong cuộc đời chúa Jesus ít nhiều đều liên quan đến rượu vang – loại thức uống có từ vài ngàn năm trước công nguyên. Kinh thánh cũng cho thấy, Jesus có tham gia vào sản xuất rượu vang, sử dụng rượu vang một cách vừa độ. Ngài coi rượu vang là sáng tạo của thượng đế và vì vậy rất tốt nếu sử dụng chừng mực. Thậm chí, ngài còn khuyên sử dụng rượu vang để chữa bệnh. Trong bữa tiệc ly, đồ ăn thức uống của bữa tiệc chỉ là bánh và rượu vang. Bánh là lương thực làm tăng sức sống thêm mạnh mẽ và rượu là thức uống làm cho đời sống vui tươi hơn. Chúa Jesus biến hóa Bánh và rượu thành Bí tích lương thực thần linh cho con người là dấu chỉ của tình yêu Ngài để lại.



Cửa sổ kính màu miêu tả câu chuyện của Kinh Thánh tiệc cưới Cana, Đức Giêsu biến nước thành rượu Ảnh: Nancy Bauer / Shutterstock.com

Các giống nho tạo nên những CHAI VANG HẢO HẠNG

Chất lượng nho quyết định tới 95% chất lượng rượu vang. Sẽ không bao giờ có thể làm ra rượu vang ngon từ nho kém chất lượng. Vậy nên trong số hơn 6,000 giống nho, chỉ có một số giống nho được chọn để sản xuất rượu vang và vài trong số đó đã làm nên gần 90% tổng số rượu vang toàn thế giới. Dưới đây là những giống nho làm nên các chai vang hảo hạng.

1. Cabernet Sauvignon

Đây được xem là vua của các giống nho đỏ. Giống nho này có vị đậm đà, mạnh mẽ với rất nhiều tannin giúp nó có thể sống cả trăm tuổi mà vẫn giữ được hương vị đặc trưng. Có điều, cần từ 5-10 năm sau khi hái, nho mới tạo thành rượu vang sẵn sàng để sử dụng. Những loại vang ngon nhất làm từ loại nho này có ở Bordeaux (Pháp), California (Mỹ), Nam Úc, Chilê hay Tuscany (Ý).



2. Merlot

Nếu Cabernet Sauvignon được ví như người đàn ông khỏe mạnh, vững chãi thì nho Merlot giống như người đàn bà yếu kiều. Loại nho này tạo nên thứ vang mềm mại, dễ uống, mau trưởng thành, không quá nhạt cũng không quá đậm. Những chai vang đỏ đắt nhất thế giới của Bordeaux được làm từ loại nho này. Ngoài Bordeaux, giống nho này còn được trồng ở California, Oregon, Washington của Mỹ để làm ra những chai vang đỏ đặc sắc nhất.



3. Pinot Noir

Giống nho Pinot Noir được ví như thiếu nữ yếu điệu thanh tân, có biệt tài làm người ta say đắm. Vang làm từ nho Pinot Noir sẽ vừa đậm đà, nồng nàn lại vừa tinh tế, tao nhã, và êm dịu. Burgundy (Pháp) hay các bang California, Oregon (Mỹ) được cho là vùng đất lý tưởng cho loại nho này.



4. Chardonnay

Nho Chardonnay được coi là nữ hoàng của các giống nho trắng. Loại nho này có thể tạo ra những loại rượu khác nhau, có thể thanh cảnh như Burgundy (Monchachet, Meursault, Pouilly-Fuissé, and true Chablis) hay nồng nàn như các loại Chardonnay của Mỹ, Úc.

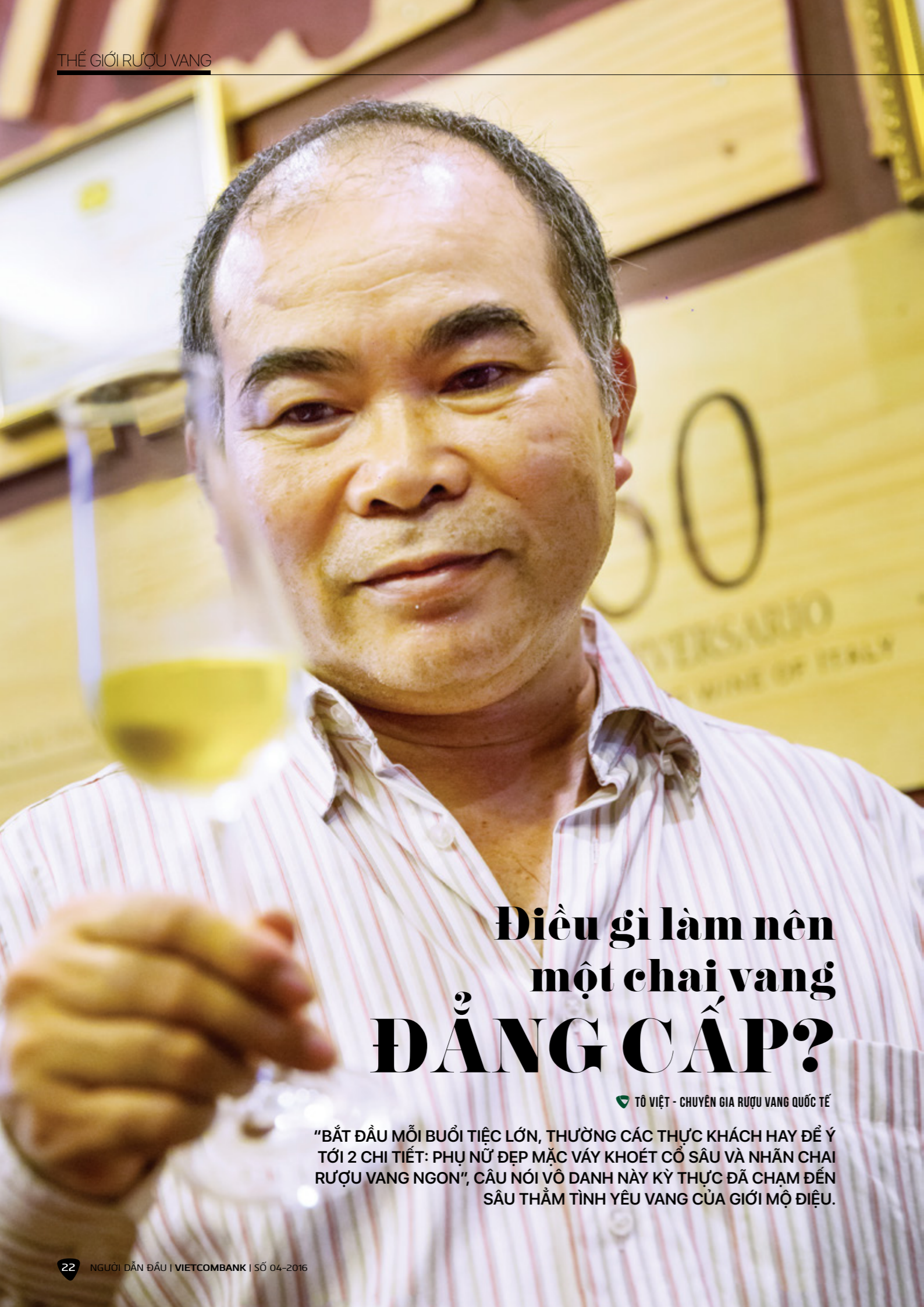


5. Mourvedre

Giống nho này tạo nên các loại vang có màu rất đậm, độ sánh cao và giàu chất chất. Khi vang được "nuôi" trong thùng gỗ sồi tới 18 tháng, hương vị sẽ đạt tới đỉnh cao quyến rũ: có mùi cỏ hoang dã, mùi cam thảo, mùi hồi, mùi gia vị.



(Hình ảnh: wikipedia.org)



Điều gì làm nên một chai vang ĐẲNG CẤP?

♥ TÔ VIỆT - CHUYÊN GIA RƯỢU VANG QUỐC TẾ

"BẮT ĐẦU MỖI BUỔI TIỆC LỚN, THƯỜNG CÁC THỰC KHÁCH HAY ĐỂ Ý TỚI 2 CHI TIẾT: PHỤ NỮ ĐẸP MẶC VÁY KHOÉT CỔ SÂU VÀ NHÃN CHAI RƯỢU VANG NGON", CÂU NÓI VÔ DANH NÀY KỶ THỰC ĐÃ CHẠM ĐẾN SÂU THẨM TÌNH YÊU VANG CỦA GIỚI MỘ ĐIỆU.



Chai Romanée-Conti "danh bất hư truyền" 1966

Chai vang "danh bất hư truyền"

Là một trong những Chuyên gia Rượu vang đẳng cấp quốc tế, tôi có cái may mắn hơn rất nhiều người khác là được hành nghề trong những nhà hàng, khách sạn sao Michelin ở Pháp (Le Grand Hotel du Cap Ferrat, (Saint-Jean Cap Ferrat), Le Domaine du Château Saint Martin (Vence), Belle-Rive (Antibes), Monte-Carlo Beach (Monaco) hay tại Tập đoàn Hotel du Vin ở Anh mà chủ đầu tư là Chuyên gia Rượu vang giỏi nhất thế giới Gérard Basset. Tôi cũng đã có cơ hội thử nếm hàng ngàn loại rượu vang ở khắp nơi trên thế giới, có những loại rượu đắt, quý không thể mua được bằng tiền mà do chính các nhà sản xuất, các chủ vườn nho hoặc các chuyên gia rượu vang mang ra đãi khách bằng cái tâm, cái hồn của người biết thưởng thức và chia sẻ.

Chai vang Pháp đẳng cấp nhất tôi được uống là chai Romanée-Conti "danh bất hư truyền" 1966 tại Khách sạn Le Grand Hotel du Cap Ferrat (Pháp) năm 2000. Ngoài chai Romanée-Conti, lãnh địa Romanée-Conti còn sản sinh ra các "kỳ quan rượu vang" khác như rượu Echezeaux, Grands Echezeaux, Romanée Saint-Vivant, Richebourg, La Grande-Rue và La Tâche.

Lãnh địa 24,85 héc ta này thuộc quyền sở hữu của gia đình Aubert de Vilaine, gồm vùng sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ được xác định AOC Romanée-Conti (1,8 héc ta, 4000-6000 chai/năm), AOC La Tâche (6,10 héc ta), AOC Richebourg, AOC Romanée Saint-Vivant, AOC Grands Echezeaux và

AOC Echezeaux. Toàn bộ lãnh địa Romanée-Conti sản xuất ra khoảng 94.000 chai rượu/năm. Nhưng nếu bạn có ý đồ mua 1 chai Romanée-Conti vì một lý do nào đó thì phải liên hệ ngay với các Đại lý độc quyền của Romanée-Conti 1 năm trước khi rượu được đóng chai và đặt mua 1 thùng 12 chai, trong đó chỉ có 1 chai Romanée-Conti và 11 chai rượu khác : 2 La Tâche, 2 Romanée Saint-Vivant, 2 Richebourg, 2 Grands Echezeaux và 3 Echezeaux. Giá 1 thùng hỗn hợp như vậy giá khoảng 4000-7000 EUR trong những niên vụ gần đây!

Sau chai Romanée-Conti, nếu có ai hỏi rằng trong số các loại rượu vang danh tiếng vùng Bordeaux, có loại nào đẳng cấp mà không được xếp vào Danh mục 1855 thì chắc không ít người sẽ nói rằng đó là rượu Pétrus.

Pétrus, với 11,5 héc ta đất trồng nho, cũng hết sức đặc biệt ở chỗ các ruộng nho của lãnh địa này nằm trên một tầng đất sét xanh và đất pha chất sắt (Crasse de fer) rất dày. Nho được trồng với mật độ 6500 gốc trên 1 héc ta, với sản lượng trung bình

của toàn lãnh địa 30.000-45.000 chai rượu vang/năm. Thành phần rượu Pétrus gồm 95% nho Merlot và 5% Cabernet Franc.

Chai vang Pháp đẳng cấp nhất tôi được uống là chai Romanée-Conti "danh bất hư truyền" 1966 tại Khách sạn Le Grand Hotel du Cap Ferrat (Pháp) năm 2000.

Trong suốt thế kỷ thứ XIX, lãnh địa Pétrus thuộc sở hữu của gia đình Arnaud. Vào khoảng năm 1925, bà Loubat trở thành chủ sở hữu Pétrus. Vốn là người cấp tiến, bà Loubat cho rằng rượu vang của vùng Pomerol không được đánh giá đúng với

giá trị của nó, nhất là nếu so sánh rượu vùng này với các vùng Médoc, Graves và Saint Emilion. Bằng cách nâng cao chất lượng và giảm mạnh về số lượng chai (người ta nói rằng dưới thời bà Loubat, số lượng chai Pétrus giảm xuống còn 30.000 chai/năm), tên tuổi của chai Pétrus ngày càng trở nên nổi tiếng. Từ năm 1964, rượu Pétrus trở thành





rượu vang yêu thích của gia đình cố Tổng thống Mỹ J.F. Kennedy, có mặt trên bàn tiệc cưới của Nữ hoàng Anh Elizabeth II và thứ rượu không thể thiếu trong các yến tiệc linh đình, vương giả.

Những giá trị bất biến của 1 chai vang đẳng cấp thế giới

Thứ nhất, tên tuổi của chai rượu vang đó phải được những người yêu rượu vang hoặc sử dụng rượu vang thường xuyên trên toàn thế giới biết

tới, như Romanée-Conti, Petrus, Haut-Brion, Chateau Margaux, Chateau Latour, Chateau Lafitte-Rothschild, Chateau Mouton-Rothschild, Chateau Angélu (Pháp), Sasicai, Ornellaia, Tignanello, Maseto (Italy), Pingus, Valbuena, Vegas Sicilia Unico (Tây Ban Nha), Screaming Eagle, Opus One, Clos Pegase (Mỹ), Penfolds La Grange, Wolf Blass Black Label (Australia), Altair, Don Melchor, Chadwich, Neuquen (Chile)...

Thứ hai, chai rượu đó phải có giá trị thương mại cao trong một giai đoạn lịch sử lâu dài, như giá của chai Romanée-Conti dao động từ 5.000-28.000 EUR, tùy theo niên vụ kể từ năm 1980 tới nay,

Thứ ba, chai rượu vang đó có sản lượng rất hạn chế, chỉ có từ 4.000-6.000 chai/năm trong trường hợp của chai Romanée-Conti và 11.000 chai/năm trong trường hợp của chai Pétru.

Tên tuổi của chai rượu vang đó phải được những người yêu rượu vang hoặc sử dụng rượu vang thường xuyên trên toàn thế giới biết tới

Thứ tư, được các nhà phê bình rượu vang nổi tiếng thế giới như Robert Parker (Mỹ), Jancis Robinson, James Suckling (Anh) hoặc James Halliday (Australia) cho điểm số cao trong các cuộc thi rượu vang. Robert Parker từng chấm 100/100 điểm 4 lần cho các chai vang của Lãnh địa Romanée-Conti của các niên vụ 1929, 1985, 1986 và 1999, thậm chí tới 9 lần cho chai Pétru của các niên vụ 1921, 1929, 1947, 1961, 1989, 1990, 2000, 2009 và 2010.

Thứ 5, các chai rượu vang này luôn được giới buôn bán và sưu tập rượu vang lùng mua theo kiểu "mua thóc non" và luôn luôn cháy hàng.

Thứ sáu, đây là chai vang có thể tàng trữ lâu dài, thường từ 15-25 năm sau niên vụ thu hoạch nho, ngay cả trong trường hợp các niên vụ không tốt.



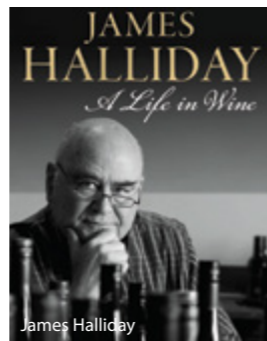
Robert Parker



Jancis Robinson



James Suckling



James Halliday

Vang Việt Nam ở đâu trong thế giới vang đẳng cấp quốc tế?

Theo Cơ quan xuất khẩu các sản phẩm Rượu vang miền Nam nước Pháp (Sud de France), tại Ninh Thuận và Bình Thuận có khoảng 3.000 ha nho, chủ yếu là các dòng nho ăn như Cardinal và Chambourcin của Pháp.

So với con số 8.500.000 ha ruộng nho trên thế giới (chỉ tính nho làm rượu vang, chưa tính nho ăn trái) thì con số 3.000 ha của Ninh Thuận, Bình Thuận là 1 con số quá nhỏ, chỉ tương đương với

diện tích trồng nho của 1 hợp tác xã loại trung bình vùng Bordeaux (Producta) hay diện tích trồng nho của hãng San Pedro (Chile).

Tính theo đầu người, mỗi người Việt Nam tiêu thụ dưới 0,15 lít rượu vang từ nho và quả tươi/năm, một con số vô cùng khiêm tốn so với các quốc gia sản xuất rượu vang lớn như Pháp, với mức tiêu thụ rượu vang tính theo đầu người 50 lít/năm, hoặc Argentina với mức tiêu thụ tính theo đầu người 32 lít/năm.

Tuy nhiên, nếu như vang Việt Nam được người tiêu dùng Việt Nam chấp nhận như là rượu lên men từ các loại quả tươi như vải thiều, chanh, mơ, sim hay táo mèo thì vang nhập khẩu từ nước ngoài, theo định nghĩa của Viện Hàn lâm Ẩm thực Pháp, phải là 100% nước nho lên men.

Chính vì lý do này mà vang nhập ngoại có chất lượng hơn hẳn vang nội, bắt buộc các nhà sản xuất vang nội phải củng cố chất lượng vang nội bằng cách pha trộn nước cốt nho nội với nước cốt nho nhập khẩu từ nước ngoài.

Ví dụ điển hình, bên cạnh giống nho Cardinal vừa có thể ăn vừa có thể làm rượu, công ty Ladofoods (vang Đà Lạt) đang trồng thí điểm 5 héc ta các giống nho quốc tế như Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah (đỏ), Chardonnay và Sauvignon Blanc (trắng). Mục tiêu của Công ty trong những năm tới là tăng sản lượng vang lên 6 triệu lít/năm và xuất khẩu sang một số nước như Nhật Bản, Nam Triều Tiên, Malaysia (hiện đang nhập khoảng 100.000 chai vang Đà Lạt/năm). Đặc biệt, có một Việt kiều ở Thụy Sĩ nhập mỗi năm khoảng vài ngàn chai nhằm cung cấp cho các nhà hàng châu Á tại nước này.

Sau Công ty cổ phần Ladofoods, Công ty Cổ phần Vang Thăng Long là đơn vị có truyền thống gần 30 năm sản xuất và kinh doanh rượu vang với máy móc công nghệ sản xuất rượu vang hiện đại bậc nhất Việt Nam do tạp chí Times bình chọn. Tuy nhiên, với mức thu nhập ngày một cao và kiến thức về rượu vang càng ngày càng sâu sắc, người tiêu dùng Việt Nam "sành điệu" ngày càng đòi hỏi thành hợp lý hơn vang nhập ngoại. Đây cũng là một định hướng kinh doanh và mục tiêu mà Công ty cổ phần vang Thăng Long đang hướng tới. Cụ thể Công ty đã cho ra đời bộ sản phẩm vang nho chất lượng cao với 100% nước nho Cabernet Sauvignon nhập khẩu từ Italy gồm Vang Thăng Long Classic

mang phong cách cổ điển truyền thống, Vang Thăng Long Senior có chất lượng cao cấp, Vang Thăng Long Premier có chất lượng thượng hạng ...

Cũng đi theo hướng cải tiến chất lượng vang nội bằng cách pha trộn hoặc dùng 100% nước cốt nhập ngoại, Công ty Cổ phần rượu bia Đà Lạt (Dalatbeco) đã liên doanh với Công ty S.C.E.A De La Côte thuộc tỉnh Vaucluse của Pháp thành lập Công ty liên doanh nho Đà Lạt. Đồng thời dự án trồng nho tại xã Tà Nung có mức đầu tư khoảng 600.000 EUR cũng đã được UBND tỉnh Lâm Đồng chấp thuận, trong đó, phía Dalatbeco đóng góp 40% kinh phí đầu tư. Có thể nói, định hướng đúng đắn này, từ khâu chuẩn bị vùng nguyên liệu chuyên canh cho đến khâu sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, trong đó chú trọng đầu tư dây chuyền công nghệ sản xuất, chế biến hiện đại (theo tiêu chuẩn của Pháp) sẽ là yếu tố quyết định khả năng cạnh tranh thương hiệu rượu vang Dalatbeco trên con đường hội nhập. ♥



Tô Việt tốt nghiệp Đại học Ngoại giao Việt Nam năm 1981 trước khi sang Pháp du học Thạc sĩ Công pháp quốc tế và Luật và Kinh tế các nước đang phát triển tại Đại học Nice (Pháp) (năm 1984). Tại Pháp, ông "bén duyên" với vang. Tô Việt có bằng Chuyên gia Thử nếm và Tư vấn Rượu vang tại trường Du lịch - Khách sạn Paul-Augier và có nhiều năm làm việc tại các Nhà hàng và Khách sạn nổi tiếng của Pháp, Anh và Công quốc Monaco.

Từ năm 2004 - 2005, ông đảm nhiệm vai trò Giám đốc Chương trình văn hóa rượu vang Việt Nam do Hội thử nếm Rượu vang quốc tế và Hội đồng hành chính vùng Languedoc-Roussillon (Pháp) tài trợ. Cũng trong năm 2005, tại Philadelphia (Mỹ), Tô Việt đã được trao giải Pioneer Award (Người đi tiên phong) của Hiệp hội Rượu vang quốc tế vì những đóng góp lớn trong việc giới thiệu văn hóa rượu vang tại Việt Nam và các nước châu Á.

Từ năm 2005 đến nay, ông làm công tác giảng dạy, đào tạo các chuyên gia thử nếm, phục vụ rượu vang Việt Nam và là chủ hầm rượu Toviet Cellar tại Hà Nội.



Chuyên gia nếm, thử rượu NGUYỄN TIẾN THỊNH:

RƯỢU VANG *một nghệ thuật bay bổng nhưng đầy chông gai*

♥ BÀI: TRỌNG THẮNG - ẢNH: NGUYỄN TOÀN, DUY HÀI

Anh Nguyễn Tiến Thịnh (còn được biết với cái tên Alex Thịnh) nổi tiếng trong ngành ẩm thực, đặc biệt là rượu vang không chỉ vì những giải thưởng đáng nể: Giải Nhất Cuộc thi “Người phục vụ rượu vang Pháp giỏi nhất Việt Nam 2015” (The Best Vietnamese Sommelier Competition); giải Ba Cuộc thi “Người phục vụ rượu giỏi nhất khu vực Đông Nam Á+ Đài Loan 2015” (The Best Southeast Asia+ Taiwan’s Sommelier Competition in 2015) tại Bangkok, Thái Lan mà còn bởi tình yêu cháy bỏng với rượu vang mà bất cứ ai gặp anh cũng có thể cảm nhận được. Người Dẫn Đầu đã có cuộc gặp gỡ thú vị với người đàn ông xứ Nghệ tài năng này.

Đến với rượu vang như một cái duyên

Ở Việt Nam, số người có hiểu biết sâu về rượu vang không nhiều, vì lẽ đó nên để có thể học hỏi, nghiên cứu và trở thành một chuyên gia rượu vang trong môi trường trong nước là không hề giản đơn. Vậy mà anh đã rất xuất sắc giành nhiều giải thưởng quốc tế trong lĩnh vực này dù chỉ qua những kinh nghiệm thực tế. Anh có thể chia sẻ về con đường đưa tới thành công của mình?

Tôi sinh ra và lớn lên ở Nghệ An. Thuở nhỏ, tôi chỉ quen với việc “nếm và ngửi” nước mắm như bất cứ đứa trẻ quê Quỳnh Dị mà thôi. Và năm học lớp 6, tôi được một người chị họ học Đại học Ngoại ngữ về quê dịp hè dạy cho chút tiếng Pháp. Tôi thấy mình bắt đầu say môn học này, say mê văn hóa Pháp và tôi đã thi đậu Đại học Ngoại ngữ, Khoa Tiếng Pháp. Ra trường, tôi dự tuyển vào làm tại các khách sạn và may mắn tôi được làm trong ngành dịch vụ ẩm thực ở nhiều khách sạn năm sao như

Hilton, Sofitel Plaza, Sofitel Metropole. Tuy nhiên, việc mình làm trong đó chỉ là một phần nào đó thôi chứ chặng đường để hiểu và trở thành chuyên gia rượu vang thực là một con đường chông gai mà nếu không có sự đam mê cháy bỏng thì không thể nào vượt qua được.

Đối với tôi, vang luôn có sức cuốn hút mãnh liệt. Và có lẽ vì thấy tôi ham học hỏi và tìm hiểu nên trong quá trình làm việc tại các khách sạn, các đối tác cung cấp rượu nhận ra rằng tôi là người rất tiềm năng và họ đã dành cho tôi chuyến đi Pháp để tham quan các vùng trồng nho. Chuyến đi này đã mở ra bước ngoặt lớn trong sự nghiệp hiện tại của tôi khi tôi được đứng chân trên những cánh đồng nho, những hầm rượu trữ danh... Và tôi quyết định đi phỏng vấn để sang làm việc cho khách sạn ở Ma Cao 4 năm với mục đích không gì hơn là để nghiên cứu vang.



Trở thành chuyên gia rượu vang vì những thách thức không ai muốn thử

Rượu vang, đặc biệt là rượu vang ngoại ở Việt Nam không hề rẻ. Vậy để có thể tìm hiểu các loại rượu khác nhau, hẳn anh phải đầu tư một khoản tiền không nhỏ?

Nghiên cứu về rượu vang là một quá trình rất gian nan. Bởi vậy ít có người giỏi về lĩnh vực này ở các nước ít sử dụng rượu vang, nhất là ở Việt Nam. Trong đó, đặc biệt phải kể đến là vấn đề tài chính. Vang có đến hàng trăm ngàn loại mà mỗi loại mình không phải học một lần, thử một là nhớ mà phải học hàng chục lần, hàng trăm lần mới nhớ được. Mà muốn nhớ thì chẳng có cách nào khác là phải



uống nhiều lần và như vậy thì đương nhiên là phải tốn kém. Không ai có thể cho mình nếm miễn phí được mãi, vì chỉ có một số dịp nào đó mình mới được mời còn lại phải tự mình bỏ tiền ra học.

Hồi làm bên Ma Cao, mỗi lần cùng bạn gái (giờ là vợ) đi vào siêu thị là mặc cô ấy mua sắm còn tôi mê mãi sa vào quầy vang, ngắm nghía và ít nhất là mua một vài chai. Hồi đó, trung bình lương của tôi dành cho việc mua vang về uống chiếm 1/2. Có tháng tôi thậm chí dành cả tháng lương cho việc uống vang. Rất may, ngày đó và cho đến bây giờ vợ tôi vẫn ủng hộ tôi theo đuổi nghề này.

Thậm chí có đợt tôi còn bỏ tiền ra mua vang để mời mọi người và cũng là để lập một hội dùng vang, và khi mọi người thích vang rồi họ sẽ bỏ tiền ra để mua vang và như vậy tôi có cơ hội được thưởng thức nhiều loại vang hơn. Năm người hẳn sẽ mang đến năm loại vang khác nhau mỗi dịp tụ tập và như vậy tôi có cơ hội được thưởng thức nhiều loại hơn. Còn giờ làm trong công ty rượu

(Anh hiện là Giám đốc đào tạo Công ty Nhập khẩu rượu vang Đa Lộc-PV), tôi càng có cơ hội trải nghiệm rượu vang nhiều hơn.

Ngoài chi phí tốn kém, để trở thành người giỏi rượu vang, hẳn anh còn phải cần đến nhiều nỗ lực khác?

Để giỏi về vang không có nghĩa cứ dành thời gian để học trong một tháng hay hai tháng mà cần quá trình lâu dài, bền bỉ và kiên trì. Đặc biệt phải có niềm đam mê đích thực. Không có niềm đam mê thì không thể nào học được. Phải tìm tòi, say mê trải nghiệm chứ học lý thuyết không đủ. Với người Việt Nam mình muốn giỏi về vang thì phải nỗ lực gấp 10 lần người ở những nước có thói quen sử dụng rượu vang.

Cũng từ quá trình vất vả học hỏi nghề đó, tôi nảy ra ý định tham gia một số cuộc thi để biết kiến thức mình ở đâu và rất mừng tôi đều đạt giải cao cả ở trong nước và quốc tế trong những lần tham dự.

Với người làm trong ngành ẩm thực, con đường đi từ nhân viên lên quản lý thì không khó lắm nhưng tôi quyết không chọn theo con đường đó vì đó là con đường ai cũng thường đi. Tôi muốn trở thành chuyên gia rượu vang vì đó là con đường riêng. Một con đường mới bao giờ cũng gian nan nhưng mình đi nó thành đường mòn của riêng mình mà người khác muốn đi cũng không đi được hay ít người đi được.

Cả Việt Nam mới chỉ có khoảng 20 chuyên gia nếm, thử rượu

Rượu vang mê hoặc anh như vậy hẳn chúng phải chứa nhiều điều hơn là vị giác đơn thuần?

Rượu vang và dùng rượu vang là cả một nghệ thuật lớn về ẩm thực. Ở đó có chiều sâu về văn hóa và vì thế chúng khiến tôi không thể dứt ra được. Nó quyến rũ tôi, không phải chỉ bởi tôi chinh phục, hiểu được nó, mà còn bởi nó ẩn chứa những khám phá vô tận. Khác với nhiều loại đồ uống khác, vang có một “đẳng cấp” riêng, chứa đựng sự tinh tế và xúc cảm. Chinh phục được nó không dễ, bởi vậy ở Việt Nam, rất ít người theo đuổi nó.

Nghề nếm, người rượu rất được coi trọng trên thế giới. Nhiều nước người ta thành lập cả hiệp hội, câu lạc bộ, liên đoàn chuyên gia về rượu vang. Nghề nếm, nếm rượu được đào tạo bản bản và có lịch sử lâu dài. Tuy nhiên, ở Việt Nam, cho đến nay mới chừng có 20 người được coi là chuyên gia về lĩnh vực nếm, người rượu vang. 🍷

SHARE OUR PASSION FOR TASTE

Được thành lập vào năm 2000, Red Apron Fine Wines & Spirits đã trở thành thương hiệu phân phối rượu vang hàng đầu tại Việt Nam. Với hệ thống bán lẻ 13 cửa hàng trên toàn quốc, Red Apron cung cấp cho khách hàng một bộ sưu tập hơn 2,000 dòng rượu vang từ 200 nhà phân phối đến từ Tân và Cựu thế giới.

Không chỉ vinh dự là một trong các nhà phân phối rượu vang độc quyền cho các khách sạn, khu nghỉ dưỡng, nhà hàng đẳng cấp 5 sao tại Việt Nam, Red Apron còn thường xuyên tổ chức những sự kiện về rượu vang chuyên nghiệp; trong đó có sự kiện Wine Of The World Festival 2016, thu hút sự tham dự của hơn 2500 tín đồ rượu vang tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh.

Từ rượu vang để thưởng thức trong các bữa ăn hằng ngày tới món quà ý nghĩa dành tặng người thân, từ một thương hiệu nổi tiếng tới những loại rượu vang quý hiếm của những lâu đài cổ, RED APRON có thể đáp ứng tất cả những nhu cầu thưởng thức của quý khách.



RED APRON BOUTIQUES IN HANOI

28 Xuan Dieu str. (04) 3 719 8337
61 Ly Thai To str. (04) 3 266 8509
91 Xuan Dieu str. (04) 3 718 0577
18 Yen The str. (04) 3 747 4889
10 Da Tuong (04) 3 943 7226
No.6, lane 1, Au Co road. (04) 3 718 6271
E5-RS1 block E5 Ciputra. (04) 3 743 0743
83 Linh Lang str. (04) 3 760 6587

RED APRON BOUTIQUES IN HO CHI MINH CITY

2 Chu Manh Trinh str., dist 1 (08) 3 822 8260
9A Thao Dien, Thao Dien ward, dist.2 (08) 3 744 2363
102 Ham Nghi, Ben Nghe, dist. 1 (08) 3 821 2134

RED APRON BOUTIQUE IN DA NANG

46 Phan Chu Trinh, Hai Chau, Da Nang (0511) 3 889 126

RED APRON BOUTIQUE IN HO AN

185 Ly Thuong Kiet, Cam Pho, Hoi An (0510) 3 917 070

Vang à... ANH YÊU EM

TÌNH CẢM CỦA ĐÀN ÔNG ĐỐI VỚI RƯỢU VANG CÓ GÌ ĐÓ TƯƠNG ĐỒNG NHƯ VỚI PHỤ NỮ. DÙ ĐÃ TỎ ĐƯỜNG ĐI LỐI VỀ, VẪN CẦN PHẢI GIỮ LẠI CHÚT GÌ ĐÓ MƠ HỒ, KHÓ NẮM BẮT ĐƯỢC THÌ MỚI CÒN HẤP DẪN.

Nó không ngoa chứ các ông bố vợ chỉ cần liếc qua cách một chàng trai uống rượu là có thể đoán định được con gái mình sẽ được nâng niu như thế nào.

Rõ là phải tránh cho xa những kẻ phàm phu tục tử, chả buồn ngắm nghĩa gì, cầm như muốn bóp nát cái ly, xong tộp một phát hết sạch, rồi lẳng cái ly không lên bàn. Con gái ta là hoa mong manh, là ly rượu ngon sống sánh, anh có yêu có quý mà vỗ vập sỗ sàng thế thì trước sau gì cũng lữa nỏ chóng tàn, chả mấy chốc rồi lại vùi hoa dập liễu. Thế nên dù có thèm thường lắm rồi cũng vẫn phải rón rén ngón trở ngón cái chỗ chân ly mà nâng lên khề khàng. Có ngắm thì ngắm chỗ sáng sủa chứ chớ có vội rúc vào góc tối mà thử rượu. Nâng lên cao chỗ có ánh sáng, rồi lại hạ xuống mặt bàn trái khăn trắng muốt để chắc chắn không nhằm lẫn màu rượu: Đậm đà hay trong trẻo, sắc đỏ có ánh tím hay màu trắng có ánh vàng chanh... Thế mới cảm nhận hết vẻ tinh tế của ly rượu được.



Có người nói đùa “Đàn ông đại dật thường đọc hướng dẫn sau khi đã sử dụng.” Thế nên với một chai vang hay một cô nàng thì nhất định không được vội vàng. Người thưởng thức vang đúng cách luôn biết phải ngắm nghĩa về đẹp của nó. Sau khi đọc kỹ nhãn mác, thẩm qua nút bấc. À chai này của Mỹ, chai kia của Pháp, đây là hàng xoàng, kia là càn cao. Tiếp cận một cô gái, nhất là khi đang bị các phụ huynh theo dõi thì cũng nhớ phải tìm hiểu trước sau. Tất nhiên là đừng có nhìn chòng chọc vào con nhà người ta kéo bị đuối cổ, nhưng ít nhất cũng phải ngó nghiêng để tránh ăn nói hớ hênh hay phạm húy. Không biết nàng đang nuôi cún mà cứ ba hoa về thịt chó thì khác nào tự dựng hàng rào thép gai giữa biên giới. Hay như chưa biết bố bạn gái làm cảnh sát giao thông mà cứ bô bô than vãn vừa bị tóm đầu ngã tư thì cũng là một cách tự mình đóng chặt cửa vào nhà nàng. Đọc kỹ hướng dẫn sử dụng trước khi dùng là như thế.

Đến lúc may mắn tiếp cận sát sà được chân tơ kẽ tóc của nàng rồi thì cũng chớ vội dụng chân dụng tay. Hãy cứ thư thả mà tận hưởng mùi tóc hay hương thơm từ cơ thể nàng để chứng tỏ rằng bạn là người biết trân trọng cả vùng không khí xung



quanh cô ấy. Những cảnh phim lãng mạn (và gây ức chế) thường thấy là chàng và nàng ghé sát vào nhau, hít những hơi thở rõ sâu xong... không làm gì nữa. Chắc bạn đọc còn nhớ loạt bài về nước hoa trên tạp chí số trước, có kể rằng mùi hương tạo ra sự quyến rũ của một người phụ nữ đến nhường nào. Với rượu vang thì còn hơn thế nữa và rất nhiều chuyên gia khẳng định: người mới là công đoạn quan trọng nhất khi thưởng thức một ly vang. Không phải bỗng nhiên mà các nhà thử vang mua bảo hiểm mũi chứ không mua bảo hiểm lưỡi. Khi nói về một loại vang nào đó, người ta dành phần nhiều để tả mùi hương, chứ về vị rượu có khi chỉ cần hai chữ “cân bằng” đã là đủ.

Không chỉ ngửi trước khi uống mà cả trong khi uống. Hãy cố nắm bắt và tìm cách mô tả hương thơm ấy bằng lời dù điều ấy không bao giờ dễ dàng. Mùi hương luôn phức tạp hơn vị rượu. Hương thơm của một ly rượu có thể đánh thức một cảm xúc nào đó, âm ỉ hoặc dâng trào. Nhắm nháp một ly vang, người có trí tưởng tượng phong phú có thể cảm nhận một cánh rừng chiều hay một khu vườn chanh buổi sáng sớm. Đôi khi đơn giản chỉ là thoáng chút mùi gỗ mặt bàn học thời trẻ con hay miếng ô mai chanh cô bạn gái bàn bên dấm dúi ăn vụng trong lớp. Cảm giác ấy chỉ thoáng qua, không rõ ràng khiến bạn lại thấy cần hít hà và nhấp thêm một ngụm vang nữa, một ngụm nữa, thêm ly nữa... cho đến khi ngà ngà say lúc nào không biết. Cho đến khi yêu lúc nào rồi mà không biết.

Bạn không cần phải hỏi bất kì chuyên gia nào hay đọc cả đồng sách để nói câu “Tôi thích thứ rượu này.” Đã là “Thích” thì không cần hỏi tại sao. Đôi khi biết là “tại sao” rồi thì lại chả còn thích nữa. Phải là thế chứ. Kể cả nếu tôi muốn uống vang trắng khi ăn thịt bò hay nhâm nhi vang đỏ cùng với hải sản thì điều đó vẫn cứ là hợp lý, miễn tôi thấy ngon. Bài học đầu tiên và luôn được các bậc thầy sành điệu nhắc nhủ lại chính là tôn trọng cảm xúc bản thân mình khi thử vang. Dù cả trăm người chê mà ta thấy thích thì vẫn cứ là thích. Có gã đàn ông đích thực nào lại yêu hay không yêu một cô gái chỉ vì ý kiến khen chê của những người xung quanh? Tôi thích mùi hương của loại vang này, tôi mê mẩn sự duyên dáng của cô gái kia và tôi nâng ly để tự mình say chứ không muốn tận hưởng cuộc sống bằng cảm xúc của người khác. ♥

CHỌN VANG

Ai dám ba hoa?

BẤT KỂ AI DÁM VỖ NGỰC BÀO TỪNG THỬ HẾT CÁC LOẠI RƯỢU VANG TRÊN THẾ GIỚI ĐỀU LÀ NHỮNG KẸ NÓI KHOÁC.

♥ TIẾN ĐẠT

Ảnh: Prometheus72 / Shutterstock.com

Chia sẻ thật tình với các bạn, tôi biết đến rượu vang từ cách đây khoảng hai chục năm nhưng không phải lúc nào cũng dám tự tin là mình hiểu hết dòng rượu này. Uống vang, đọc nhiều sách về vang, đi phục vụ vang, buôn bán vang, có những cuộc trò chuyện thú vị với nhiều chuyên gia, nhưng đến giờ tôi vẫn thường xuyên cảm thấy hoang mang khi được bạn bè rủ đi chọn mua vang mỗi khi Tết đến. Nói thì lại bảo lười nhưng đúng là lần nào được rủ đi mua rượu, dù để uống hay để biếu, tôi cũng thành tâm khuyên các bạn tôi... tự đi mà hỏi nhân viên bán hàng. Vì dù có là chuyên gia sừng sỏ và học thuộc lòng bảng xếp hạng vang từng mùa nho thì cũng khó nói “đinh đóng cột” khi chưa được uống thử. Và hơn ai hết, người bán hàng sẽ phải hiểu sản phẩm của họ hơn.

Mỗi năm, loài người sản xuất khoảng 36 tỷ chai vang, trong đó có khoảng 31,4 tỷ chai được mua – bán trên thị trường toàn cầu. Đó là số liệu ước tính của FAO – Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp của Liên hiệp Quốc. Còn về số lượng các nhà sản xuất

vang, hồi năm 2011, có người ngời mò mẫm thống kê ra được vài con số tương đối sau: nước Mỹ có 3.500 nhà sản xuất, Bồ Đào Nha có 58.000, Pháp có 115.000, Tây ban Nha có 280.000, Italia có khoảng 1 triệu nhà làm vang, Đức có 69.000, Hy Lạp có 185.000 nhà làm vang... Trung bình, mỗi nhà sản xuất vang ở châu Âu có khoảng 2ha ruộng nho. Australia chỉ có khoảng 3.000 nhà làm vang nhưng trung bình mỗi nhà sở hữu khoảng 50ha ruộng nho. Thế nên chỉ có thiên tài mới nhớ hết được tên các nhà làm rượu này.

Tuy nhiên, đừng quá lo ngại. Đây là những con số không cố định. Hơn nữa, nếu chỉ tính những nhà làm vang nổi tiếng hay đã được các nước sở tại công nhận thì con số cũng không quá lớn: 40.000 nhà làm vang và khoảng 250.000 loại rượu (căn cứ trên nhãn mác), theo thống kê của trang wineweb.com. Nhiệm vụ của chúng ta không phải ngồi học thuộc tên tất cả các nhà làm rượu vang. Chúng ta là những người thưởng thức vang chứ không phải các nhà ngôn ngữ học chuyên việc lập từ điển về vang. Bạn chỉ cần nhớ tên vài nhà sản xuất mà bạn từng

uống nếu thấy thích loại rượu của họ. Và nhiệm vụ của các hãng là tìm đủ mọi cách để làm bạn nhớ tên sản phẩm của họ đúng không?

Thông thường, vang được chia thành năm (05) loại chính theo đặc điểm của rượu: vang đỏ, trắng, hồng, vang nổ và vang cường hóa (nôm na là cho thêm rượu mạnh vào cho nặng). Từ năm loại chính này, người ta chia tiếp ra khoảng 200 dòng vang khác nhau, chủ yếu là theo độ ngọt, dry hoặc hương vị rượu. Nếu bạn có thời gian rảnh thì nên đọc qua để biết. Nó cũng sẽ phần nào giúp việc chọn mua vang dễ dàng hơn.

Vang làm từ nho. Thế giới có trên một vạn chủng loại nho, lưu ý đây chỉ là giống nho. Thế nên một người thưởng thức vang thông thường như chúng ta không cần thiết phải biết hết tất cả các loại nho. Đó là việc của các nhà thực vật học. Chúng ta chỉ cần nhớ khoảng trên chục loại nho đã là đủ để thưởng thức loại “nước thiêng” này. Nếu việc

Vang làm từ nho. Thế giới có trên một vạn chủng loại nho, lưu ý đây chỉ là giống nho. Thế nên một người thưởng thức vang thông thường như chúng ta không cần thiết phải biết hết tất cả các loại nho. Đó là việc của các nhà thực vật học.



Ảnh: Aleksandar Todorovic / Shutterstock.com

đọc tên chúng khó khăn với bạn, hãy làm quen với khoảng dăm loại phổ biến trước rồi dần dần tìm hiểu sau, như Cabernet sauvignon, Shiraz, Merlot, Pinot Noir Chardonnay, Sauvignon Blancs... Nếu thấy loại nào ngon, hãy lôi điện thoại ra chụp ảnh nhãn chai, kèm thêm vài nhận xét cá nhân của bạn. Kể cả những bậc lão luyện về rượu cũng cần ghi chú lại điều đó vào những cuốn sổ. Nếu có trót say thì ngày hôm sau giờ sớm ra là lại nhớ. Thậm chí, nếu chịu khó lưu giữ, bạn còn có thể tổng kết được mình đã từng thưởng thức bao nhiêu trong số hàng trăm nghìn loại vang.

Ngoài giống nho, thổ nhưỡng, chất lượng vang còn phụ thuộc vào từng mùa hái nho. Thế nên hàng năm người ta vẫn làm một việc là chấm điểm các loại vang, phân loại theo vùng và giống nho. Rất may mắn là các danh sách này không phải tài liệu dạng “tuyệt mật”. Bạn hoàn toàn có thể tìm đọc chúng trên các trang mạng như WineSpectator.com. Các từ khóa như Vintage Chart hay Wine Ratings sẽ giúp bạn dễ dàng tìm thấy thứ mình muốn. (Xin được cảm ơn Internet). Nếu cảm thấy khó nhớ, tất nhiên là rất khó nhớ rồi, bạn có thể in ra và mang theo khi đi mua rượu hoặc dùng để tra cứu khi mua hàng online. Thứ bảo bối miễn phí ấy sẽ thuận tiện và dễ dàng hơn rất nhiều lần việc theo một ông bạn sành rượu nào đó đi cùng. Gần Tết ai chả bận.

Và cuối cùng, đừng quên cách nhớ dễ nhất là thử từng loại. Không thể chỉ nói khơi khơi lý thuyết suông được. Thử vang bao gồm cả ngắm, ngửi, ngậm, nuốt chứ không chỉ đơn giản là uống như nước lọc. Nếu chưa mở nút chai để thử mà chỉ nghe người khác tán tụng hay chê bai thì tỷ lệ chọn nhầm sẽ không hề nhỏ. Uống vang là trải nghiệm không thể tùy ý ba hoa được. ♥

Tác giả Lê Tiến Đạt:

Lê Tiến Đạt sinh năm 1976 tại Hà Nội. Anh là một trong những cây bút rất am tường và có kiến thức sâu về lĩnh vực rượu vang. Trước khi tham gia vào lĩnh vực báo chí, truyền thông, anh từng có 8 năm làm quản lý tại nhà hàng Met'puB (nay là Angelina Bar) của khách sạn Sofitel Legend Metropole Hanoi.



Trong lĩnh vực báo chí, anh cũng là cây viết được nhiều người biết tới. Anh từng là biên tập viên của luxevn.com, vanhoabar.com.

Từng làm biên tập và cộng tác với các tạp chí và báo: Đẹp, TTVH & Đàn Ông, Sành Điệu, Elle, Sài Gòn Tiếp Thị, Tiền Phong, Mỹ Phẩm, Gia Đình Trẻ, East & West, Khám Phá, Thế Giới Học Đường, Phụ Nữ (TP Hồ Chí Minh), Sức Trẻ, Sống Trẻ, Phụ Nữ Ngày Nay, NDH.vn...

DOMAINE DE LA ROMANÉE-CONTI

Vùng đất của những chai vang ĐẪT GIÁ NHẤT THẾ GIỚI

Domaine de la Romanée-Conti, (thường được viết tắt DRC) là vùng sản xuất vang ở Burgundy, được mệnh danh là vùng đất của các dòng vang đắt đỏ nhất thế giới, thống trị thị trường vang cao cấp với mức giá kỷ lục tại các sự kiện đấu giá. Hiện tại ở Việt Nam chỉ có duy nhất một chai Romanée-Conti mùa vụ 2009 với giá khoảng 600.000.000VNĐ.



Vùng đất của những chai vang đắt giá nhất thế giới

Lịch sử của Domaine de la Romanée-Conti bắt đầu từ năm 1232 khi giới tu sĩ Saint Vivant bắt đầu trồng trọt và canh tác trên mảnh đất này. Trải qua nhiều biến động lịch sử đầy thú vị, ngày nay Domaine Romanée-Conti thuộc sở hữu của 2 gia tộc đình đám nhất vùng Burgundy đó là Villaine và Leroy.

Domaine de la Romanée-Conti có bảy nhãn vang đỏ hạng nhất Grand Cru và một dòng vang trắng: Romanée-Conti, La Tache, Richebourg, Romanée-St-Vivant, Grands-Echezeaux, Echezeaux, Montrachet và Corton (2009). Đây đều là các dòng rượu ra đời từ vùng đất đặc biệt vốn được giới chuyên gia mệnh danh là 'hệ sinh thái hoàn hảo' để sản xuất rượu vang; từ thổ nhưỡng, độ sâu của đất, hệ thống vi sinh vật, nguồn nước và khí hậu... kết hợp với kỹ thuật trồng và chăm sóc nho tinh tế được nhà Villaine áp dụng.

Sự đắt đỏ của rượu vang từ Domaine de la Romanée-Conti không chỉ đến từ vị ngon độc đáo, không gì sánh kịp mà còn là do sự quý hiếm của các dòng rượu này. Để trái nho đạt được chất lượng tốt nhất, sản lượng luôn được giới hạn ở mức thấp. Nếu so với các nhà sản xuất rượu Grand Cru Bordeaux như Lafite, Mouton, Haut-Brion và Margaux với sản lượng trung bình năm khoảng 100,000 thùng/năm thì Domaine de la Romanée-Conti chỉ sản xuất khoảng 6,000 thùng và trong đó dòng rượu đắt giá nhất - Romanée-Conti chỉ có khoảng 450 thùng/năm.

Năm 2013, một thùng Romanée-Conti mùa vụ 1978 từng phá vỡ mọi kỷ lục tại phiên đấu giá tại Hồng Kông với mức giá đạt 474,000 Đô-la Mỹ. "Các nhà sưu tập châu Á đánh giá cao nhất tính độc nhất vô nhị" theo Elswood, giám đốc rượu vang quốc tế của nhà đấu giá Christie cho biết.

Chai Romanée-Conti mùa vụ 2009 với giá khoảng 600.000.000VNĐ và một số chai vang trong BST của thương hiệu này hiện đang được trưng bày và bán tại Red Apron Fine Wines & Spirits.



Một chai Romanée-Conti có thể có giá lên tới 40,000 Đô-la Mỹ

RED APRON FINE WINES & SPIRITS

Hà Nội: 61 Lý Thái Tổ (9 Lý Đạo Thành), Hà Nội, Tel (04) 3 266 8509

TP. Hồ Chí Minh: 2 Chu Mạnh Trinh (08) 3 822 8260

Đà Nẵng: 46 Phan Chu Trinh (0511) 3 889 126

www.redapron.vn

Những chai vang được SẴN ĐÓN NHIỀU NHẤT

Những quốc gia sản xuất rượu vang chưa bao giờ ngừng ca tụng sản phẩm của quê hương họ như một thứ đồ uống tuyệt hảo nhất trên thế gian. Nhưng vấn đề lại ở chỗ, chai vang này ngon với người này nhưng chưa chắc đã hợp với người khác, điều này cũng đồng nghĩa với việc không phải cứ đắt tiền nhất là ngon nhất, cũng chưa hẳn vang được sản xuất ở những nước "non trẻ" đã là kém cạnh so với những quốc gia có thâm niên. Thương hiệu danh giá, sự quý hiếm mới là những điều đẩy giá trị của chai vang lên cao, khiến chúng được giới cuồng vang săn đón không tiếc tiền.

Những chai vang được giới thiệu đang được trưng bày và bán tại Red Apron Fine Wines & Spirits

www.redapron.vn



1. Penfolds Grange

Từng thất bại và được yêu cầu không bao giờ làm thêm bất kỳ chai Grande nào ngay trong lần đầu ra mắt vào năm 1957, nhà làm rượu trứ danh của Penfolds - Max Schubert và các cộng sự vẫn bí mật thử nghiệm và sản xuất Penfolds Grange. Cho tới năm 1959, sự nỗ lực cùng sự kiên trì của họ đã được đền đáp xứng đáng, những chai Penfolds Grange đầu tiên đều được đón nhận với những lời khen 'có cánh' và trở thành biểu tượng cho dòng vang cao cấp nhất của Úc.

Hiện nay trên thế giới người ta đồn rằng chỉ còn khoảng 20 chai Penfolds Grange Hermitage mùa vụ đầu tiên - 1951. Năm 2004, một nhà sưu tầm tại thành phố Adelaide đã trả 38.420 USD cho một chai vang này tại buổi đấu giá ở Úc.



2. Château Cos d'Estournel, Saint-Estephe

Château Cos d'Estournel vùng Saint-Estèphe là một trong những lâu đài rượu vang cổ kính và nổi tiếng nhất Bordeaux (Pháp). Dòng rượu tuyệt vời mang tên chính Château này được Robert Parker ca ngợi và đánh giá cao. Đặc biệt mùa vụ 2009, Cos d'Estournel đã giành được điểm tuyệt đối 100/100. Một chai Cos d'Estournel, tùy thuộc vào mùa vụ, có giá dao động từ 6 tới trên 20 triệu đồng nhờ chất lượng hảo hạng và sự quý hiếm trên thị trường.

3. Don Melchor

Trải qua 26 mùa vụ, Don Melchor - "Dòng rượu vang mang tính cách mạng và tâm hồn của Chi-lê" - đã thể hiện được tiềm năng của đất nước này trong việc sản xuất những dòng rượu vang đẳng cấp quốc tế. Don Melchor liên tục xuất hiện trong danh sách 100 dòng rượu vang xuất sắc trên thế giới của tạp chí Wine Spectator sáu năm liền.

Mùa vụ 2012, Don Melchor đạt 95/100 điểm trên tạp chí rượu vang Wine Spectator và được đánh giá cao nhờ hương vị mạnh mẽ nhưng đầy tinh tế, thể hiện được tinh hoa của vùng đất Nam Mỹ. Ở Việt Nam, chai vang mùa vụ này có giá khoảng 4 triệu đồng.

4. Domaine Louis Jadot Le Musigny Grand Cru

Là một trong những nhà sản xuất lớn nhất vùng Burgundy (Pháp), Louis Jadot mang đến giới yêu rượu những dòng vang mang tinh túy Burgundy.

Domaine Louis Jadot Le Musigny Grand Cru được làm 100% từ giống nho Pinot Noir cao quý của những ruộng nho Grand Cru ở làng Chambolle Musigny (Burgundy). Các chuyên gia rượu vang, trong đó có Robert Parker, dành cho dòng vang này những điểm số cực kỳ ấn tượng. Đây cũng là một trong những dòng vang cực hiếm trên thị trường Việt Nam. Một chai Musigny mùa vụ 2013 có giá khoảng 20 triệu đồng.





Montes Purple Angel cho tiệc Âu

Lễ hội Rượu vang Vancourve 2016 vừa qua ghi nhận sự góp mặt của nhiều thương hiệu rượu vang uy tín bậc nhất thế giới, trong đó, không thể không kể đến Montes Purple Angel 2013, đã lọt vào top 6 loại rượu vang ngon nhất thế giới.

Montes Purple Angel là sự kết hợp tinh tế từ 92% giống nho đỏ Carmenera và 8% Petit Verdot. Carmenere là giống nho có nguồn gốc từ Bourdeaux, Pháp, được trồng ở Chile và trở thành giống nho tốt hàng đầu của đất nước này. Vị tanin chín mùi với mùi hương hộp xì gà và socola tạo nên hương vị đẳng cấp của Purple Angle. Màu đỏ đậm là thành quả của sự kết hợp với Petit Verdot. Purple Angle đọng lại cho người thưởng thức là sự lan tỏa trong vòm họng toàn bộ dư vị đậm đà bất tận.



Vang hồng Bava Malvasia Rose Sprumante DOC 7% cho mùa lễ hội

Ngoài những dòng Champagne nổi tiếng, vang nổ của Ý cũng góp vào một tiếng nói riêng trong mùa lễ hội này. Đặc trưng bởi những giống nho địa phương để tạo ra những chai vang nổ chất lượng. Điểm nhấn của mùa lễ hội năm nay là dòng vang hồng của Ý: Bava Malvasia Rose Sprumante DOC 7% được làm 100% từ chủng nho Malvasia. Với sắc đỏ anh đào sủi tăm đẹp mắt, người thưởng thức sẽ đắm mình trong hương dâu tây, hoa hồng, vị ngọt dịu dàng và cân bằng với tanin. Chắc chắn đây là lựa chọn hợp lý cho các sự kiện cuối năm.



Vang nổ Gran Baron Cava Brut Reserva cho thời khắc giao thừa

Vang nổ của Tây Ban Nha có thể là lựa chọn thay thế hợp lý cho một chai Champagne truyền thống vào đêm giao thừa. Được sản xuất theo phương pháp truyền thống như rượu Champagne nổi tiếng của Pháp, Gran Bron Cava Brut Reserva nổi bật với sự kết hợp của ba giống nho đặc trưng Tây Ban Nha: Macabeo, Xarello và Parellada. Tất cả tạo nên màu vàng ánh xanh đặc trưng của Cava (cách gọi vang nổ của Tây Ban Nha). Hương vị đặc trưng của rượu này là vị chuối, hạnh nhân, vị trái cây chất nhưng vẫn có dư vị ngọt dịu nhẹ và độ chua cân bằng.

VANG cho mùa lễ hội

RƯỢU VANG LUÔN GẮN LIỀN VỚI VĂN HÓA PHƯƠNG TÂY, ĐƯỢC XEM LÀ THỨ ĐỒ UỐNG KHÔNG THỂ THIẾU TRÊN BÀN ĂN HÀNG NGÀY, ĐẶC BIỆT TRONG NHỮNG BỮA TIỆC QUAN TRỌNG. NÉT ĐẸP VĂN HOÁ ẤY LAN TỎA VÀ TRỞ THÀNH MỘT TRONG NHỮNG NGHI LỄ KHÔNG THỂ THIẾU CÁC BỮA TIỆC TRÊN KHẮP THẾ GIỚI. NGƯỜI DẪN ĐẦU XIN GIỚI THIỆU TỚI ĐỘC GIẢ NHỮNG LOẠI VANG VÀ VANG NỔ CHO MÙA LỄ HỘI THÊM RỘN RÀNG.



Vang trắng Kaiken Ultra Chardonnay

Dòng vang trắng từ Argentina luôn khẳng định được chỗ đứng của mình. Được sản xuất từ giống nho trắng truyền thống, Kaiken Ultra Chardonnay là một trong những lựa chọn đáng chú ý của dòng rượu cao cấp. Sản xuất từ 100% giống nho Chardonnay, Kaiken Ultra Chardonnay mang một nét đặc trưng với sắc vàng óng ả, hương vị trái cây nhiệt đới thoảng mùi vanilla. Chai vang trắng chất lượng được ướp lạnh là một lựa chọn hợp lý cho những món ăn hải sản hay món gà tây vào dịp cuối năm.



Sidewood Mappinga Shiraz – 2013.

Trong danh sách những dòng rượu “có một không hai” năm nay, không thể không nhắc tới Sidewood Mappinga Shiraz niên vụ 2013 – được tạp chí Decanter - một trong những tạp chí có uy tín trong giới rượu vang Thế Giới - đánh giá là chai rượu Shiraz ngon nhất thế giới năm 2015. Mappinga Shiraz là sản phẩm của thương hiệu rượu vang cao cấp Sidewood - một trong 5 nhà sản xuất lớn nhất nước Úc. Những quả nho đạt tiêu chuẩn nghiêm ngặt của hãng mới được dùng để sản xuất dòng rượu Mappinga Shiraz nên số lượng chai sản xuất có giới hạn. Chỉ những năm được mùa nho mới dùng để sản xuất nên hiện tại chỉ còn niên vụ 2013 và 2015. Để đón chào năm mới 2017, hãng Sidewood ưu tiên cho thị trường Việt Nam những chai vang niên vụ 2013 cuối cùng trên thế giới, số lượng còn vài trăm chai. Mappinga Shiraz mang hương vị của các loại trái cây đỏ mọng, bạc hà và sô cô la trắng... **Giá tham khảo 1.850.000 VNĐ**

QUÀ TẾT thịnh vượng

Màu đỏ sẫm sánh quỳên rừ, tượng trưng cho sự may mắn, ngọt ngào, thịnh vượng, những chai vang luôn là một món quà không thể thiếu trong những giờ phút Tết đầu năm.

Primitivo Puglia

Hãng rượu vang đình đám nước Ý với rượu nhãn gấu độc quyền trên toàn thế giới Etiké Vini lần đầu tiên mang tới cho thị trường Việt Nam dòng rượu Primitivo Puglia IGP. Dịp Tết cổ truyền, Primitivo Puglia IGP sản xuất riêng cho thị trường Việt Nam nhãn chai hình con gà trống dũng mãnh, hàm ý như một lời chúc năm Đinh Dậu may mắn, thịnh vượng. Điều đặc biệt ở chỗ, nhãn chai hình con gà trống sản xuất thủ công hoàn toàn từ chất liệu gốm, sống động và tự nhiên. Đây là một bước tiến táo bạo của Etiké Vini khi tạo nên một sản phẩm tiêu chuẩn quốc tế nhưng vẫn hàm chứa nét đặc sắc của văn hóa bản địa tại thị trường tiêu thụ. Chai vang đặc biệt này dự kiến sẽ không thể thiếu trong mỗi giờ phút Tết cổ truyền Việt Nam.

Giá tham khảo: 660.000 VNĐ



2014 Sidewood Shiraz

Với những người sành Vang, chắc hẳn không còn ai xa lạ với rượu Shiraz – dòng rượu Vang đã giúp các hãng rượu Vang Úc ghi dấu ấn trên bản đồ rượu vang thế giới. SideWood Wine là một trong 5 hãng rượu Vang cao cấp hàng đầu nước Úc lần đầu tiên giới thiệu đến Việt Nam dòng rượu Shiraz niên vụ 2014. 2014 SideWood Shiraz là sự phức hợp hài hòa hương thơm của quả mâm xôi, mận đen, vani và gia vị, là sự hòa quyện hoàn hảo của các loại trái cây, hương sô cô la, vani... mang đến dư vị dài lâu, phong phú... Shiraz 2014 đã vinh dự nhận được giải Vàng của Viện Thử nếm Đồ uống Mỹ (Beverage Tasting Institute of USA). **Giá tham khảo 620.000 VNĐ**





Cuộc “hôn phối” của vang & những giác quan

PHƯƠNG PAULA – CHỦ NHÀ HÀNG RƯỢU VANG PAULA'S WINES

Được giới mộ điệu vang và golfer trong nước gọi với tên thân mật là Phương Paula, chị Nguyễn Lan Phương, chủ nhà hàng Rượu vang Paula's Wines là người có niềm say mê đặc biệt với vang. Từng đi nhiều nơi trên thế giới, nhận thấy vang là văn hoá, là tinh hoa trong nền văn minh ẩm thực nên Phương Paula đã có nhiều hoạt động đưa văn hoá vang đến gần hơn với những người yêu vang của Việt Nam. Chị quan niệm vang cũng như con người có thể chất, tinh thần và tâm hồn, với muôn điều thú vị ẩn chứa trong cách đối xử với vang... Người Dẫn Đầu xin giới thiệu những

chia sẻ của chị về một nền văn hóa ẩn sau những ly vang sóng sánh.

Văn hóa nhâm nhi rượu vang

Khác với nhiều loại đồ uống khác, rượu vang có một “đẳng cấp” riêng, chứa đựng sự tinh tế và xúc cảm. Vì lẽ đó nên dùng rượu vang là cả một nghệ thuật lớn về ẩm thực.

Không giống như các loại rượu mạnh, thưởng thức vang cần đến sự thư thái, tao nhã, uống nhâm nhi để thưởng ngoạn. Ở những cái nôi của rượu vang hay các nền văn hóa lớn trên thế giới, người ta sử dụng rượu



vang đúng nghĩa là thưởng thức, là vừa đủ để cho trí tưởng tượng bay bổng chứ không lấy câu chuyện uống rượu là phải say.

Thưởng thức rượu vang thông qua 5 giác quan, ngửi, nhìn, nếm và nghe nữa. Nhìn là thấy màu sắc, ngửi để thấy mùi vị và uống nhắm nháp. Việc cảm nhận được rượu vang ngon hay không nằm ở vòm miệng và mũi. Trên lưỡi và miệng của chúng ta mỗi vùng có những cảm nhận về vị giác khác nhau. Chẳng hạn cảm nhận vị đắng là ở trong chân lưỡi, cuống họng, cảm nhận vị chua là ở hai bên mang tai, cánh lưỡi, ngọt là ở vùng đầu lưỡi. Vùng nào cũng có

thể cảm nhận được vị chua, cay, mặn, ngọt nhưng có vùng cảm nhận được mạnh hơn vùng khác. Vậy nên với một ly vang rất nhiều mùi vị, hương vị khác nhau nếu uống ực vào bụng thì chắc hẳn các khu vực trong vùng miệng chưa kịp cảm nhận hương vị của vang và đương nhiên như vậy người dùng sẽ chẳng cảm nhận được gì. Vang gần như không còn giá trị gì cả. Vậy nên giới sành vang bao giờ cũng nhắm nháp vang để đảo cho rượu chạy khắp khoang miệng và cảm nhận cho hết được mùi vị của loại đồ uống này.

Có một vài nguyên tắc cơ bản trong việc lựa chọn đồ ăn khi dùng vang. Với vang trắng thường kết hợp cùng các loại sa lát, hải sản, thịt trắng, gia cầm. Còn vang đỏ thì đi kèm với các loại thịt đỏ, thịt bò, cừu, thịt nướng. Tuy nhiên, để có được bữa ăn hoàn hảo hơn, người ta còn lựa chọn đồ ăn dựa vào rất nhiều tiêu chí khác như mùi vị, cách nấu, loại nguyên liệu thực phẩm. Chẳng hạn với món hải sản mang vị mặn mòi, tanh của biển nên vang thích hợp dùng với món này hẳn phải là loại vang trắng có độ chua mạnh và

Việc dùng vang đúng phù hợp món ăn vừa giúp vang ngon và vừa giúp đồ ăn ngon. Trong nghệ thuật kết hợp vang với đồ ăn, có muôn vàn kiểu kết hợp, có thể kết hợp theo hướng đối nghịch để làm nổi bật giá trị món ăn hoặc làm tăng hương vị riêng có của vang. Nhưng cũng có thể lựa chọn cách kết hợp để hỗ trợ cho nhau, tức vang và món ăn sẽ cùng tôn nhau lên. Việc kết hợp theo hướng đối nghịch sẽ là lựa chọn mạo hiểm.

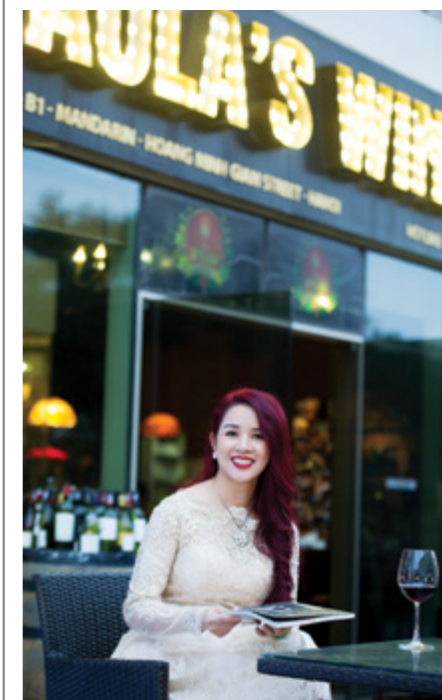
Dùng vang đúng cách không dễ vì nó cần đến sự công phu, sự cảm nhận tinh tế, cầu kỳ tuy nhiên khi đã hiểu và cảm nhận được nét đẹp và sự tinh túy của vang thì chắc chắn ai cũng yêu thích vì sự kì diệu của vang, món đồ uống tuyệt vời mà Chúa đã ban cho loài người. ♥

Khác với nhiều loại đồ uống khác, rượu vang có một “đẳng cấp” riêng, chứa đựng sự tinh tế và xúc cảm.

Rượu vang thường gồm 3 mùi hương. Mùi hương thứ nhất (Primary aroma) là những mùi hương hoa hoặc quả tự nhiên có trong từng giống nho khi vang còn trẻ. Ví dụ nho Pinot Noir thường sẽ có mùi thơm của hoa Violet, hoa hồng. Mùi hương thứ hai (Secondary aromas) là loại hương thơm thứ cấp có được thông qua quá trình lên men, kỹ thuật lên men, cách chọn chủng loại men. Chẳng hạn như mùi vani, bánh mì nướng hoặc mùi dứa ở vang trắng. Và mùi hương thứ ba (Tertiary aromas hay còn gọi là bouquet) là loại hương không phải loại vang nào cũng có được. Kiểu mùi hương này sẽ có những mùi đặc trưng như cà phê, ca ra men, kẹo bơ hay mùi da thuộc ...

Và nghệ thuật kết hợp với những món ăn đi kèm

Ngoài việc uống đúng cách, lựa chọn đồ ăn khi dùng vang cũng là nghệ thuật tinh tế không kém mà những người sành vang luôn đề cao. Có một điều chắc chắn rằng, bạn sẽ không bao giờ nhìn thấy người ta dùng vang đỏ khi trên bàn ăn có những món hải sản như hải tươi.



mùi thơm. Và một chai vang quý không hẳn là chai vang đắt tiền nhất mà là nó phù hợp nhất với khẩu vị người dùng và các món ăn đi kèm. Ở nhiều gia đình sành vang ở nước ngoài, mỗi khi có khách quý đến chơi nhà, người ta thường lựa chọn vang ngay từ khi quyết định nấu món ăn gì để đãi khách.

4 LÝ DO ĐỂ TRÁNH CẨM BẦU LY RƯỢU VANG

Tất cả các loại ly uống rượu vang có một đặc điểm chung đó là đều có chân nhỏ và dài. Và không phải ngẫu nhiên, khi dùng rượu vang người ta luôn đòi hỏi phải cầm ở chân ly, thay vì bầu ly rượu.

- Về mặt thị giác nếu dùng cả bàn tay cầm bầu ly chúng ta vô tình đã che đi màu sắc của rượu, đồng thời dầu vân tay sẽ làm bẩn li rượu gây ảnh hưởng đến thị giác.
- Về mặt thưởng thức việc cầm tay ở bầu ly có thể sẽ gây nên sự thay đổi nhiệt độ của vang nếu cầm quá lâu.
- Về mặt thính giác, nếu cầm ở bầu li khi chạm cốc sẽ phát ra âm thanh cộp cộp chứ không cheng cheng như chuông gây phản cảm cho người nghe.
- Và cuối cùng nếu cầm ở bầu ly sẽ khiến việc lắc ly rượu, một cách giúp vang ngon, trở nên khó khăn.



Tự thú của một kẻ... mộ vang

ĐẠT LÊ

HẦU HẾT CÁC ĐỒNG NGHIỆP, BẠN BÈ VÀ NHẤT LÀ CÁC CÔ GÁI ĐỀU TIN RẰNG TÔI LÀ NGƯỜI HIẾU BIẾT VỀ RƯỢU VANG. TRONG KHI THỰC TẾ, TÔI CHỈ GIỎI GIẢ VỜ HIẾU BIẾT. CHO ĐẾN GIỜ NÀY, CÀNG PHÂN TRẦN THÌ MỌI NGƯỜI CÀNG TIN TÔI CHỈ... KHIÊM TỐN. THÔI LẠI ĐÀN HỒ CỐ RA VỀ SÀNH ĐIỀU VẬY.

Úc ấy tôi mới vào làm khách sạn được ba tháng, đang trong giai đoạn thử việc và công việc chính của tôi là ngày hai ca đến cầm mặt vào chậu rửa cốc chén, bưng đồ ăn lên cho khách rồi dọn bát đĩa bẩn xuống bếp. Thỉnh thoảng may mắn được các anh các chị giao cho pha tách cà phê espresso hay ấm trà Earl Grey. Hạng lính mới lóng ngóng như tôi nhất định không được phép lại gần tủ rượu vì nếu lỡ tay làm vỡ chai nào thì lương cũng chả đủ đền. Kiến thức của tôi về vang chắc chỉ nhỉnh hơn mức zero một chút. Tất cả những gì tôi ghi nhận chỉ là điệu bộ của mấy ông khách Tây khi uống rượu. Uống gì mà chặm chạp, rề rà. Các ông ấy uống xong một ly bằng dân ta uống hết nửa chai cuốc lủi. Tóm lại, rất tốn thời gian. Với tinh thần uống rượu hăng

hái của dân mình mà độ rượu với mấy ông này chắc ngủ gật trước khi say.

Hoàn cảnh xô đẩy khi tôi được dự ké một bữa tiệc của đám bạn, ngoài can bia hơi vì sinh thì có một chai vang đỏ, hình như thố được đồ đem biếu của vị phụ huynh nào đấy. Cả bọn loay hoay mãi không mở được nút bấc, sau lấy đũa chọc cho tụt vào trong rồi cũng xong. Đến lúc uống, tôi bỗng nhiên nhớ lại mấy ông Tây nên bắt chước mấy cái điệu bộ ngấm nghĩa, hít hít, làm ngum rượu xong chép miệng “chẹp chẹp”... Chẳng ngờ chỉ vài động tác ấy sơ đẳng ấy thôi mà ánh mắt đám bạn xung quanh đã ánh lên những tia ngưỡng mộ. Tôi chột dạ nhưng chẳng dừng được nữa. Trước lúc nuốt ngum rượu tôi đành “ừ” lên một tiếng, mắt lim dim ra cái điều đang tận hưởng dù thực ra lúc ấy thấy rượu chua hơn bia. Đã đâm lao thì phải theo lao, sau khi “khà” thì buột mồm khen “ngon quá” trong khi đám kia nhấp xong đều lắc đầu là lười quay sang can bia mà nhường tôi uống cả chai. Rượu được biếu chắc chắn không rẻ, mà không rẻ chắc phải ngon rồi. Thôi đành nhắm mắt nhắm mũi uống nốt vì trót khen ngon.

Từ đấy trở đi, tôi nghiêm nhiên thành thần tượng về vang trong mắt bọn bạn. Ai hỏi gì liên quan đến vang là lại lúi lúi ra. Đi mua rượu biếu Tết mà không rủ được “chuyên gia giả vờ” là tôi thì kiểu gì cũng gọi điện từ cửa hàng để bắt người bán hàng đọc cả đồng nhân mác cho tôi chọn. Tôi thoái thác bằng cách liên tục cáo bận, đang đi làm hoặc đang đi mua rượu cho đứa khác đem biếu. Xong thoát hiểm bằng cách xui bên bán hàng cứ chọn theo giá tiền. Run rui thế nào biếu lần nào cũng được các sếp chúng nó khen ngon. Mà có khi các ông ấy khen ngoại giao thôi chứ chai ấy chắc lại đem biếu sếp trên nữa chứ chắc gì đã được uống. Dù khen ngoại giao hay ăn may thì uy tín lên dữ dội lắm, vang vọng đến tận bây giờ.

Sau đấy thì tôi không còn đường lùi nữa. Dù đam mê của tôi là rượu mạnh và cocktail thì vẫn cứ phải dành thời gian cho thứ nước nho lên men này. Mãi đến khi hết sáu tháng thực tập ở quán bar, tôi mới được giao cho thêm công việc quan trọng hơn là cất rượu vang từ giá vào tủ, sáng ra lau bụi bày lên giá. Tôi làm việc này rất căng thẳng và thực tâm là mong thà mình cứ đứng một góc rửa cốc chén rồi pha cà phê chắc chắn sẽ an toàn hơn. Không

Dù đam mê của tôi là rượu mạnh và cocktail thì vẫn cứ phải dành thời gian cho thứ nước nho lên men này.



hoang mang sao được khi giá tiền chai nào cũng toàn tính vài chục, có khi vài trăm đô. Lương tôi lúc ấy được 36 đô, chưa được hưởng thưởng. Tóm lại là tay run còn hơn lần đầu chạm vào bạn gái. Nhưng thôi, đàn ông ai cũng phải lớn lên. Tôi chấp nhận thử thách và quyết tâm sẽ... giả vờ làm người sành vang tiếp. Bước cao hơn là phải biết cách đọc tên rượu. Ba hoa giới bẻ gì thì cũng phải đọc được cái nhãn chai chứ.

Thề là đọc được cái nhãn chai vang sao mà phức tạp còn hơn học môn Hóa và môn Sinh hồi cấp trung học. Lúc nó là tiếng Pháp, khi là tiếng Anh, có lúc tiếng Ý, tiếng Tây Ban Nha thậm chí cả tiếng Đức! Không lẽ chỉ vì trót dại sỹ diện mà giờ mình phải trở nên thông thái dăm bảy ngoại ngữ. Mấy loại nho không chỉ đơn giản như Merlot, Syrah hay loảng ngoảng như Cabernet Sauvignon, Chardonnay còn cổ treo mồm đọc được, chứ đến như giống nho Gewürztraminer thì thật là mỗi lần nhìn thấy chỉ còn cách nhe răng ra cười gượng. Mãi đến cả chục năm sau, khi có internet tôi mới thực sự biết cách đọc Gewürztraminer mà lo bị ai cười mỉa. Mà kể cả có đọc đi đọc lại rồi thì để lâu vẫn lẫn lộn như thường. Đấy mới là tên nho. Có nước thích để tên nho có nước tự hào dân tộc lại thích để vùng địa lý, có gia tộc kiêu hãnh thì để tên lâu đài.

Trong mớ hỗn độn các chữ cái ấy mà nhậ được ra chữ nào là đất chữ nào là rẻ thì thực là quá quắt. Thế nhưng để đảm bảo danh tiếng không bị mai một, mỗi lần bị bắt đi làm chuyên gia tôi lại nheo mắt nhìn nhãn chai để ra cái vẻ quên kính. Quên kính chỉ quên những chữ khó thôi chứ đến mấy chữ quen quen là lại phải “ô” “a” lên cho nó oách, nào là Sonoma County à, ô Napa Valley này... Xong rồi đừng quên vài động tác giả nhưng cực kì hiệu quả là ngửi ngửi cái nút bấc, lắc lắc cái ly, nhấp từng ngụm nhỏ vẫn không quên chẹp chẹp chép miệng... Cuối cùng, động tác siêu việt nhất, mang lại hiệu quả nhất khiến những người xung quanh phải trầm trồ nhất về sự chuyên nghiệp của mình chính là rút sổ ra ghi ghi chép chép. Nói thật là nếu bạn gặp một người nắn nót ghi chép sau khi uống thử thì bạn không thể không hâm mộ. Kiểu gì anh ta cũng là một chuyên gia, dù là vừa thử nước cam, nước mắm hay xì dầu.

Đã từng có lúc tôi vừa say vừa hối hận mà thú thực với bạn bè rằng mình toàn chọn hủ họa thôi. Nói xong nhẹ lòng lắm nhưng chẳng ai tin. Có nhỏ thêm vài giọt nước mắt chúng nó càng không tin mà đổ tại mình say nên ủy mị. Thôi thì lại một mùa Tết Tây, Tết Ta tất cả chọn rượu sắp đến. Thế nào tôi cũng lại được vài người bạn rủ đi hội chợ mua rượu đem biếu. Cũng may dạo này nhiều loại vang ngon được bày bán hơn ngày xưa nên xác suất chọn chuẩn cũng tăng lên đáng kể. Năm nay tôi vẫn mong mình lại may mắn “bốc thăm” được thứ vang tử tế để không làm các bạn tôi thất vọng. Mùa xuân là mùa của niềm tin mà. ♥



Thưởng thức VANG đúng cách!

Rượu vang dành cho tất cả mọi người. Bạn không cần là một chuyên gia hay làm việc trong công ty về rượu vang mới cần hiểu về vang. Hãy trang bị cho mình kiến thức về rượu vang và cách thưởng thức đúng kiểu để tự tin trong những bữa tiệc sang trọng.

Chọn rượu phù hợp với đồ ăn, cầm ly ra làm sao, ngửi nếm rượu thế nào... chỉ là những kiến thức cơ bản không khó để tìm kiếm. Hiểu về vang, về các dòng nho, thậm chí, phân tích rượu với các dòng nho khác nhau... để biết cách thưởng thức vang, nói chuyện về vang sẽ giúp bạn tạo dấu ấn mạnh với đối tác sành sỏi về ẩm thực trong một bữa tiệc sang trọng.

Tô Việt, chuyên gia rượu vang quốc tế duy nhất tại Việt Nam, có kinh nghiệm hơn 30 năm nghiên cứu và làm việc trong lĩnh vực này hiện đang tổ chức những khóa học ngắn ngày về rượu vang rất thú vị và bổ ích. Anh chia sẻ, ngày càng có nhiều người nhận ra rằng, văn hóa ẩm thực, nghệ thuật thưởng thức rượu vang trong một bữa tiệc thực sự là một thứ “ngôn ngữ lợi hại” để thể hiện bản thân. Không chỉ những người yêu thích rượu vang mà rất nhiều người thường xuyên tiệc tùng, tiếp khách, ngoại giao... cũng tham gia khóa học một cách đầy hứng khởi. Một phần vì họ thấy thực sự cần cho những bữa tiệc. Phần lớn còn lại là do tiệc

tùng nhiều, họ đam mê thích vang và muốn hiểu sâu về cách thưởng thức thứ đồ uống quyền rũ này. Thậm chí, nhiều gia đình, bố mẹ con cái cùng tham gia khóa học.

Không nặng lý thuyết mà vào thực hành luôn để dễ nhớ, khóa học của Tô Việt hẳn sẽ mang đến cho bạn nhiều thông tin và trải nghiệm thú vị từ một chuyên gia rượu vang quốc tế duy nhất tại Việt Nam. Với khoá học, bạn sẽ nắm từ thông tin cơ bản về lịch sử rượu vang, cay nho và các dòng nho làm rượu chính trên thế giới; phương pháp làm rượu



vang đến phân biệt các mùi vị vang; làm việc với các mùi vị cơ bản của rượu vang; thử nếm qua 3 giai đoạn: nhìn, ngửi, nếm; làm quen với các dòng nho chính trên thị trường Việt Nam hay thậm chí, lập phiếu thử nếm và phân tích chéo các dòng nho với nhau. ♥

Một khóa Kỹ năng Thử nếm và Đánh giá chất lượng Rượu vang gồm 5 buổi.
Mỗi buổi học trong 150 phút.
Mỗi buổi học sẽ có tài liệu học tập, dụng cụ là Bộ Thử mùi Jean Lenoir và rượu vang thử nếm.
Cấp chứng chỉ khi kết thúc khóa học.
Một lớp học từ 5-8 học viên.
Học phí: 3.000.000VND/người/khóa 5 buổi.



TO VIET CELLAR

Không gian vang của chuyên gia quốc tế

Nếu bạn muốn thưởng thức vang do chính chuyên gia vang quốc tế duy nhất tại Việt Nam tư vấn và lựa chọn, đừng bỏ qua Toviet Cellar. Với kinh nghiệm về rượu vang hơn 30 năm cùng niềm đam mê chưa bao giờ vơi, anh sẽ tư vấn cho bạn một cách sinh động, thực tế nhất. Thậm chí, anh có thể dành cả buổi để đàm đạo với bạn về tình yêu của anh, hay tư vấn lựa chọn những chai vang phù hợp với phong cách của bạn.

Hầm rượu của Tô Việt được chọn lọc từ hơn 100 loại vang danh tiếng đến từ Chile, Pháp, Italia, Tây Ban Nha, Mỹ, Australia và Argentina. Thực đơn là những món ăn truyền thống cùng rượu vang chế biến từ cá hồi, bò, cừu... Các món đặc sản sẽ được phục vụ nếu đặt trước 8 tiếng.

Một không gian ấm cúng nhưng đậm chất vang của một người dành quá nhiều tình yêu cho thứ thức uống mê hoặc này.

Hầm rượu Toviet Cellar gồm 2 phòng VIP có sức chứa 8 và 10 người, 1 phòng tổ chức sự kiện với sức chứa 20 người, 1 sân nhỏ và 1 quầy Bar cuối sân.

Đây cũng là nơi Tô Việt tổ chức các khóa học về Kỹ năng Thử nếm và Đánh giá chất lượng Rượu vang

TOVIET CELLAR

185 Nghi Tàm,
Tây Hồ, Hà Nội

Tel: 04 3974 9479
Fax: 04 3974 9480



4 lý do để gỗ sồi không thể thiếu trong các bình rượu vang

1. Trong khi các loại gỗ khác có thể mang lại mùi hương quá lấn át và tạo ra một số mùi không mong muốn thì gỗ sồi lại giúp rượu vang thêm hương vị. Trong rượu vang luôn có những mùi thơm đặc trưng như mùi vani, mùi chocolate, mùi caramel, mùi lá xì gà, mùi cà phê, mùi khói... Và gỗ sồi chính là nhân tố góp phần tạo ra những mùi này trong quá trình kiến tạo rượu vang.

2. Gỗ sồi khi khô không bị rở như nhiều loại gỗ khác nên khi dùng gỗ sồi để ủ rượu và nút rượu sẽ không bao giờ xảy ra hiện tượng rượu ngấm vào trong các thớ gỗ làm hỏng vị rượu.

3. Gỗ sồi có tuổi thọ khá lâu. Một thùng gỗ sồi có vòng đời dao động từ 5 – 8 năm nhưng có thể đến 40 năm. Quá thời gian này, thùng gỗ sồi có thể được sử dụng lại cho các hãng rượu mạnh khác.

4. Một đặc điểm nổi bật của gỗ sồi là dễ uốn, không quá xốp rất phù hợp cho sự trao đổi khí và thoát hơi nước vì lẽ nó được xem là loại gỗ lý tưởng để sản xuất rượu vang. Tuy nhiên, trong số hơn 250 loại thuộc họ sồi (Quercus) chỉ có 3 loại được dùng để sản xuất rượu vang là: gỗ sồi Albar, Quercus Petraea và Sessiliflora.



Chuyên mục
**VĂN
HÓA**

Đêm giáng sinh tại Alsace (Pháp)

Tiệc tùng phù phiếm chuyện

♥ THIÊN HÀ

Đến hẹn lại lên, cứ đến những ngày cuối năm là tiệc tùng lại ò ạt... như cơm bữa. Hôm trước vừa “quẩy” tung bừng đến nửa đêm sau lễ tổng kết dự án. Hôm sau lại tiếp tục với liên hoan nhóm. Tối này là tri ân khách hàng. Ngày mai, ngày kia và sau nữa lịch cũng đã cố định: gặp mặt cuối năm, tiệc Giáng Sinh, tổng kết cuối năm, liên hoan công ty... Cuối năm nào chả vậy, đâu chỉ có tiệc tùng ở công ty, bạn bè và trăm mối quan hệ ngoài cũng nở rộ tiệc. Bởi thế mà, thân thể rệu rã còn không khí gia đình đôi khi căng như dây đàn khi mà quả bom “chiến tranh lạnh” chỉ trực chờ kích nổ.

Bơ phờ vì... tiệc

Có lẽ nói không ngoa rằng, chẳng có thời điểm nào trong năm người ta phải kiệt sức khỏe, lao tâm khổ tứ như mỗi dịp cuối năm về. Đã phải gồng mình chạy đua với thời gian để hoàn thành công việc, phải đầu đầu với những khoản chi phí phát sinh, lại còn phải chạy xô tiệc tùng. Mà xem ra cái thứ tốn sức nhất không phải là mấy chuyện đao to búa lớn kia mà lại chính là tiệc.

Thử hỏi, sau vài tiếng, thậm chí đến nửa đêm nói cười, khi mà 10, 15 lon bia hay vô số ly rượu đã ngấm ruột, nếu không say xin hay nôn trớ mặt xanh mặt vàng thì lượng chất kích thích đó cũng đủ sức tra tấn lục phủ, ngũ tạng của người uống đến mức đầu đau như búa bổ, tim đập loạn xạ, huyết áp tăng, thận và phổi làm việc hết công suất còn cái dạ dày tội nghiệp thì oằn mình chịu trận. Tiệc mệt lắm chứ bộ.

Ấy nhưng đó đâu chỉ là chuyện của... cả tháng mới có một lần. Những ngày cuối năm, tiệc tùng cứ đều đặn như cơm bữa. Hôm trước vừa “quẩy” tung bừng đến nửa đêm sau lễ tổng kết dự án. Hôm sau lại tiếp tục với liên hoan nhóm. Tối này là tri ân khách hàng. Ngày mai, ngày kia và sau nữa lịch cũng đã cố định: gặp mặt cuối năm, tiệc Giáng Sinh, tổng kết cuối năm, liên hoan công ty... Cầm chắc hết tuần, mà có khi hết tháng cuối năm này phải báo lỗi cơm nhà. Cuối năm nào chả vậy, đâu chỉ có tiệc



tùng ở công ty, bạn bè và trăm mối quan hệ ngoài cũng nở rộ tiệc.

Cũng vì tiệc tùng cuối năm mà bầu không khí trong gia đình đôi khi căng như dây đàn và quả bom “chiến tranh lạnh” chỉ trực chờ kích nổ. Vợ chồng đang êm ấm, cả ngày xa nhau, tối về ríu rít đoàn tụ, bỗng dưng ngày tháng tiệc tùng khiến gia đình rơi vào cảnh cả tuần không có bữa cơm nào chung, vợ giận chồng, con trách bố... Nhiều gia đình thậm chí mất tết cũng chỉ vì những ngày cuối năm này.

Ấy thế nhưng, mỗi năm hoa đào vẫn nở một lần, tết vẫn đến và trước tết, người ta vẫn tiệc tùng như một lẽ đương nhiên. Người ta có hơn một lý do để không từ chối tiệc. Nào là để cảm ơn, nào là để nhận ơn và hơn hết là triết lý muôn thủa “cả năm mới có một dịp”. Còn giới doanh nhân vẫn truyền tai nhau rằng vô vàn các hợp đồng làm ăn đều nảy sinh từ những bữa tiệc, rằng những mối lương duyên trong làm ăn đều bắt đầu trong ánh đèn đêm hội.

Tiệc tùng cũng không chỉ cuốn hút đàn ông, phụ nữ hiện đại cũng rơi vào vòng xoáy của tiệc cuối năm. Nếu đàn ông có thể say với hơi men thì phụ nữ cũng bị cám dỗ với bầu không khí phấn khích. Trong những căn phòng đẹp đẽ với không khí

quảng giao, cuốn hút, họ thấy lòng thật vui sướng, hạnh phúc, tâm hồn bay bổng, mắt bừng sáng lấp lánh, miệng cười không dừng. Ở đó, họ như biến thành một con người khác, trẻ trung, phá cách và thoát hẳn khỏi bộ mặt nghiêm túc, căng thẳng của những giờ ngồi công sở và bao lo toan thường nhật. Thế nên mới có chuyện, có nhà cứ mỗi cuối năm là phải thuê một người đến nấu cơm riêng cho lũ trẻ để bố mẹ đi tiệc.

Và những anh hùng...

Nếu đặt câu hỏi rằng: Có nên đi dự tiệc cuối năm hay không thì chắc hẳn hầu hết đàn ông sẽ xác nhận “có” mà không cần phải suy nghĩ với vô vàn những lý do kiểu như để mở rộng quan hệ làm ăn, để xả hơi sau cả năm làm việc. Thậm chí nếu có hỏi: Có sẵn sàng trốn việc để dự tiệc không thì cũng rất nhiều người sẽ “khí phách” tuyên bố rằng: Cố gắng cả năm rồi, nghỉ mấy ngày cuối năm đâu có nhằm nhò gì. Chỉ một số rất ít ỏi những người đàn ông còn lại coi tiệc tùng cuối năm là phù phiếm, và rằng họ sẽ không nở đánh đổi những bữa cơm gia đình hàng ngày để dự tiệc. Và thực sự dù ít ỏi, họ vẫn được xem là những anh hùng.

Chỉ một số rất ít ỏi những người đàn ông còn lại coi tiệc tùng cuối năm là phù phiếm, và rằng họ sẽ không nở đánh đổi những bữa cơm gia đình hàng ngày để dự tiệc. Và thực sự dù ít ỏi, họ vẫn được xem là những anh hùng.

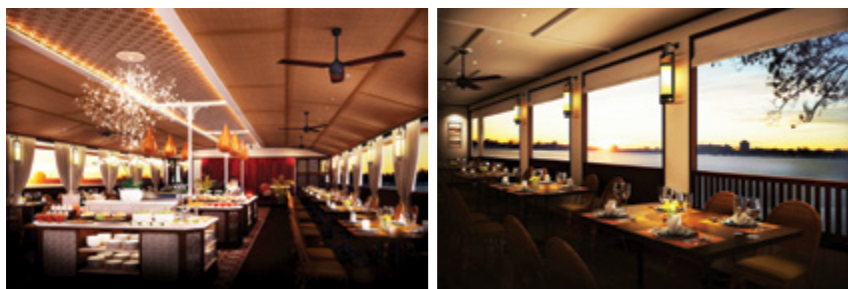
Thử hỏi không đáng ngưỡng mộ sao được khi không khí tiệc tùng cuối năm cứ tung bừng, nhà nhà đàn ông cất cơm tối triền miên vì những liên hoan, gặp gỡ, tổng kết thì họ vẫn cứ một mực đều đặn đi về vì “cả ngày mới có bữa cơm chung, vợ chồng, con cái đoàn tụ”, “Mình không nhà vợ lại chẳng ăn cơm”, “Bố mẹ vắng nhà, lũ trẻ lại bơ vơ”... Bởi lẽ ở xứ mình, việc từ chối tiệc tùng không đơn giản chỉ là buông ra lời từ chối mà sau đó sẽ là việc phải nhận hàng loạt những gièm pha, khiêu khích đầy tính “mạt sát” như kẻ hèn, loại đàn ông sợ vợ, bôn... Thậm chí, có nhiều chủ cuộc vui còn đe dọa cho ra khỏi hội làm ăn, nhóm chơi những người không đi nhậu cuối năm... Nhưng với họ, những người xem tiệc tùng đơn thuần chỉ là cuộc vui phù phiếm và thói quen ăn nhậu là thứ phải gạt bỏ trong đời thì mọi lời thách đố chỉ là vô nghĩa. Trời

không chịu đất thì đất phải chịu trời, người ta có thể chê trách một lần, hai lần nhưng đến lần thứ 3 thì hẳn cũng phải ngậm ngùi: Tính gã ấy vậy rồi, chín chu lắm...

Chẳng hiểu từ bao giờ văn hóa nhậu ở xứ mình mặc định chuyện đã ngồi vào bàn là phải uống, mà đã uống là phải 100%, phải kiệt ly, phải cạn ly, phải theo bàn, phải ôm chai... Nói chung là phải hết mình, ai không theo được như vậy hoặc lên tiếng không uống sẽ bị phán không nhiệt tình, không hết mình, không có tình cảm với anh em, coi thường bạn bè, nặng hơn thì không phải là đàn ông... khiến những kẻ từ lượng kém phải nhiều phen khốn đốn. Ấy vậy nhưng với những người bản lĩnh cao cường nơi bàn tiệc, dù ngồi cùng bàn nhậu dấy nhưng khi mọi người dùng bia, rượu họ vẫn mạnh mẽ... đề xuất nước ngọt. Tất nhiên, hành động khác lạ này của họ lập tức thành chủ đề để trọc ghẹo, bàn tán. Thậm chí, có kẻ trong bàn còn phàn một câu không nề nang gì: “Uống nước ngọt hả, vậy đi về mặc váy với vợ cho rồi”. Làm mất mặt nhau đến vậy, nếu phải kể có hơi men, không đánh nhau sút đầu mé trán thì cũng hẳn học bằng ngôn từ. Tuy nhiên, với kẻ ngoại đạo rượu bia, họ chỉ cười hiên và làm bộ ủng hộ mọi người uống. Với những kẻ đang chênh choáng men say, thì việc bị mất mặt giữa chốn đông người, ăn uống qua loa và rút nhanh ngay sau đó của những người nói không với rượu bia này là gì đó ái ngại hay hèn hèn, ngại ngùng chỉ biết cười trừ nhưng kỳ thực khi tỉnh táo ra rồi có khi mới nhận ra rằng lúc ấy họ cười là cười những người u mê lao vào rượu bia như con thiêu thân...

Thế nên mới có chuyện từng rất nhiều kẻ một thời là “sâu nhậu”, nghiện tiệc tùng mà mọi người hay gán cho biệt danh kiểu “không chiều vui nào vắng mặt”, “không tuần tiệc nào từ chối” một ngày khi bỏ nhậu, chối từ các cuộc vui đã tìm đến những người mà họ từng “đay nghiến” là đàn bà, mặc váy này nọ vì không uống rượu bia để bày tỏ sự khâm phục. Chẳng khéo mà xung, không hỏi mà tự giãi bày rằng: Nhậu nhẹt, sa đà tiệc tùng là thứ khiến sồn cả gai ốc. Phải bỏ hẳn, bỏ tiệc. Ai có cười, có chê tôi tôi cũng bỏ, ai có nói ngược nói xuôi tôi cũng bỏ.

Dẫu muộn màng nhưng có cũng hơn không, có thoát hẳn khỏi thói quen nhậu nhẹt, tiệc tùng triền miên thì mới mong có cuộc sống bình yên, có trí tuệ minh mẫn, và trên hết, bỏ nó mới mong có gia đình hạnh phúc. ♥



TÀU NHÀ HÀNG NỔI BONSAI SẴP HOẠT ĐỘNG TRỞ LẠI

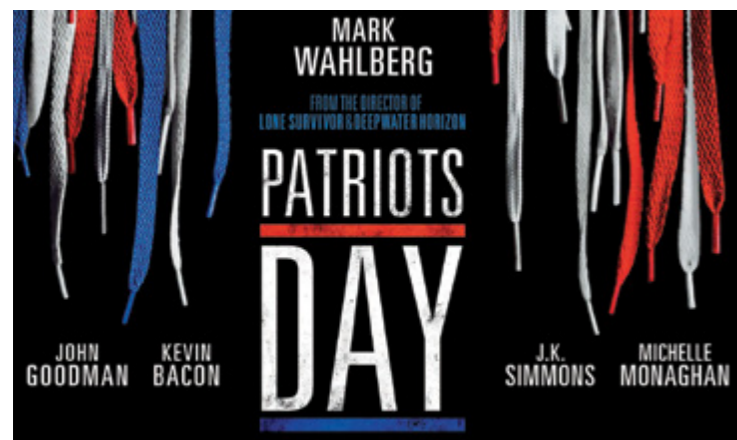
Thực khách yêu vẻ đẹp hoa lệ của Sài Gòn sắp có cơ hội thưởng thức bữa tối theo phong cách hoàn toàn mới trên tàu Bonsai Legacy. Bonsai Legacy tái hiện lại hình ảnh những con tàu xưa có niên đại thuộc thời kì thuộc địa Đông Dương. Phong cách thiết kế là sự pha trộn giữa nét đẹp bản địa với nét tinh tế, quyến rũ theo xu hướng thiết kế hiện đại. Với sức chứa khoảng 200 khách. Bonsai Legacy được thiết kế 2 tầng: tầng chính bao gồm khu vực bếp tương tác, buffet với các món ăn đặc trưng và khu vực sân khấu dành cho các hoạt động giải trí như nhạc sống, khiêu vũ. Tầng trên được bài trí giúp du khách tận hưởng một không gian lãn mạn về đêm. Đặc biệt, con tàu được đầu tư gần 2 triệu USD này còn có một khu lounge riêng và hành lang được thiết kế theo phong cách AI fresco. Tàu Bonsai Legacy - điểm nhấn nổi bật trong bức tranh nghệ thuật ẩm thực về đêm trên sông Sài Gòn sẽ chính thức đưa vào hoạt động cuối quý 1/2017

bonsaicruise.com.vn

PHIM: PATRIOTS DAY

Tiếp nối nguồn cảm hứng từ những sự kiện có thật, bộ đôi đạo diễn Peter Berg và Mark Wahlberg sẽ trở lại với khán giả Việt Nam thông qua bộ phim PATRIOTS DAY – bộ phim tái hiện lại về vụ đánh bom kinh hoàng vào ngày 15/04/2013 tại cuộc việt dã Boston đã bắt ngờ hứng chịu 2 vụ nổ bom, khiến 5 người thiệt mạng và hơn 280 người bị thương. Chúng kiến toàn bộ vụ tấn công, hạ sĩ Tommy Saunders (Mark Wahlberg thủ vai) cùng những người sống sót, điều tra viên và lực lượng FBI đã phải chạy đua với thời gian trong cuộc truy lùng khủng bố chưa từng có trên đất Mỹ. Phim tái hiện lại sự tàn phá cũng như hậu quả thương tâm tới con người từ vụ đánh bom, hay cuộc truy lùng khẩn cấp những tên khủng bố sẽ được tiết lộ phần nào những bí mật lịch sử mà không phải ai cũng được biết tới.

Khởi chiếu tại các rạp trên toàn quốc từ 16/1/2017



BÙNG CHÁY CÙNG CÁC NGÔI SAO CA NHẠC HÀNG ĐẦU VIỆT NAM VỚI "VISION – STEPS OF GLORY"

VISION – Steps of Glory là lễ hội âm nhạc và thời trang dự kiến được tổ chức tại Trung tâm hội chợ và triển lãm Sài Gòn vào ngày 3/12 và 17/12 tại sân vận động Hàng Đẫy – Hà Nội. Điểm nhấn đặc biệt của "VISION – Steps of Glory" là sự kết hợp thú vị giữa hai lĩnh vực thời trang và âm nhạc trong cùng một sự kiện. Sàn runway được thiết kế ngoài trời và đầu tư hoành tráng. Khách mời tham gia chương trình sẽ được "bùng nổ" cùng thần tượng và sống trong không khí ngập tràn các sắc màu thời trang. Lễ hội âm nhạc có sự góp mặt của hàng loạt cái tên hàng đầu trong làng giải trí Việt như Mỹ Tâm, Noo Phước Thịnh, Đông Nhi, Tóc Tiên, Hoàng Thùy Linh, Lê Hiếu, Tiên Tiên, Trung Quân Idol, Trúc Nhân, Fband, Oplus, MC Phan Anh, DJ SlimV... Các nhà thiết kế thời trang: Đỗ Mạnh Cường, Kelly Bùi, Nii, Hà Trương, Vincent Đoàn, Devon Nguyễn... và gần 130 chân dài đình đám.



SHEN YUN - VĂN HÓA THẦN TRUYỀN

Shen Yun mang đến trải nghiệm nền văn hóa thần truyền của vùng đất Trung thổ. Với nghệ thuật bậc thầy, Shen Yun mang những tinh hoa của nền văn minh bị đánh mất này tái hiện trên sân khấu. Khám phá vũ đạo Trung Hoa cổ điển - một trong những hình thức nghệ thuật tràn đầy sức sống và mang vẻ đẹp tinh mỹ nhất trên toàn thế giới. Sân khấu ngập tràn sắc màu và năng lượng với niềm hứng khởi của những điệu múa dân tộc và dân gian; âm nhạc kết hợp phương Đông và phương Tây. Một trải nghiệm thăng hoa cảm xúc, mang đến cảm giác tràn đầy hy vọng. Hãy tận mắt trải nghiệm để thấy được tại sao chương trình biểu diễn này nhận được sự yêu mến, tán thưởng của hàng triệu khán giả.

Tại Hà Nội: từ 22-26/12/2016

Tại TP. Hồ Chí Minh: từ 30/12/2016 – 8/1/2017

Giá vé từ 960.000VNĐ



LỄ HỘI ÂM NHẠC ĐIỆN TỬ CÙNG ALAN WALKER

RAVOLUTION MUSIC FESTIVAL - RMF - Concept lễ hội âm nhạc âm điện tử hoàn toàn mới do Anternation và Kingdom Corporation tổ chức phối hợp cùng Greenhouse hằng năm sẽ là một bước tiến của ngành công nghiệp Festival tại Việt Nam. RMF sẽ lần đầu tiên giới thiệu ra toàn cầu một thương hiệu Festival đẳng cấp riêng của Việt Nam. Phiên bản đầu tiên của RAVOLUTION MUSIC FESTIVAL với thông điệp The Evolution of Rave – Cuộc cách mạng của văn hóa Rave tại Việt Nam sẽ nâng tầm đẳng cấp xu hướng âm nhạc giành riêng cho những raver chân chính và kết nạp những thành viên mới mong muốn bắt kịp xu hướng. Văn minh, phong cách và cùng tôn trọng, chia sẻ thông điệp một thế giới âm nhạc có văn hóa. Alan Walker sẽ chơi set nhạc dài 1 tiếng rưỡi trong lễ hội âm nhạc. BTC chương trình cũng bật mí thêm sẽ có 2 DJ top 15 thế giới cùng các nghệ sĩ Việt Nam tham gia trình diễn bên cạnh Alan Walker.

Địa điểm: sân khấu của SECC, Quận 7, TP. Hồ Chí Minh

Thời gian: từ 15h 8/12/2017, dự kiến trong 9 giờ

17/12 - 23/12/2016

SMARTCITY 2016 - TUẦN LỄ NHÀ VÀ CÔNG NGHỆ

Triển lãm quy mô tầm cỡ khu vực Đông Nam Á tích hợp chuỗi các sự kiện của các lĩnh vực Bất động sản, Công nghệ, Tài chính, Xe hơi,... với những ứng dụng hiện đại lần đầu tiên tại Việt Nam: các màn hình chỉ dẫn cảm ứng hiện đại, xem nhà bằng công nghệ thực tế ảo, các mô hình nhà 3D, robot tự động trả lời, v.v

Địa điểm: Cung triển lãm; Kiến Trúc Quy Hoạch Xây Dựng Quốc Gia; Số 1 Đỗ Đức Dục, Từ Liêm, Hà Nội.

18/12/2016

Hội nghị Công nghệ Việt Nam năm 2017 là một sự kiện thường niên do EdTech Trường Quốc tế Nam Sài Gòn và trường Quốc tế Liên Hợp Quốc Hà Nội tổ chức.

Địa điểm: Saigon South International School; 78 Nguyễn Đức Cảnh, Quận 7, TP. Hồ Chí Minh

Vé từ 2.232.000đ

12/2016 - 15/1/2017

Khách sạn La Residence, Huế chào đón Giáng sinh và Năm mới với gói khuyến mãi 3 đêm bao gồm phòng nghỉ Superior, điểm tâm hàng ngày, 45 phút trị liệu spa dành cho 2 người, dịch vụ đón hoặc tiễn tại sân bay Phú Bài Huế, và giảm giá 10% cho dịch vụ ẩm thực.

Gói nghỉ dưỡng cuối năm có giá 9.130.000 đồng và kéo dài từ ngày 1/12/2016 đến hết ngày 15/01/2017.

18/12/2016

EDM TÂM ĐIỂM ÁNH NHÌN

Một bữa tiệc âm nhạc EDM tâm cỡ, quy mô và hứa hẹn để lại cú HIT lớn cho Giáng Sinh 2016.

Sự xuất hiện của tên tuổi số một trong TOP#10 DJ thế giới đủ sức hợp hồn, khiến bạn phải mong ngóng từng giờ để được đắm mình trong những set nhạc rùng động.

Sân khấu của SECC Quận 7, TP. Hồ Chí Minh

21-23/12/2016

HỘI NGỘ MÙA XUÂN

Chương trình "Hội ngộ mùa xuân" tại Nhà hát lớn Hà Nội là chương trình nghệ thuật tổng hợp, được xây dựng từ những tiết mục tiêu biểu của các đơn vị nghệ thuật, cơ sở đào tạo trực thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch với nhiều bộ môn nghệ thuật thuộc loại hình nghệ thuật Sân khấu và Ca Múa Nhạc.

THÁNG 1/2017

'LỄ HỘI HOA ANH ĐÀO' TẠI ĐÀ LẠT

Đây là lễ hội lần đầu tiên được tổ chức tại khu du lịch Hồ Tuyền Lâm, thành phố Đà Lạt. Lễ hội dự kiến sẽ diễn ra vào tháng 1/2017 và có nhiều hoạt động hấp dẫn như: Lễ hội Ánh sáng; Lễ hội Đường phố tại Đường hầm điêu khắc; Lễ hội Ẩm thực hoa trong khuôn viên TerraCotta; Giải Golf Mai anh đào - Sacom; Thi nhiếp ảnh về hoa mai anh đào...

Đón năm mới trên những “con đường rượu vang” huyền thoại



MÙA XUÂN NÀY, HÃY CHIỀU CHUỘNG MÌNH BẰNG MỘT CHUYẾN DU LỊCH ĐẶC BIỆT TỚI NHỮNG “CON ĐƯỜNG RƯỢU VANG” NỨC TIẾNG: PHÁP, Ý, TÂY BAN NHA, ARGENTINA, CHILE..., CÙNG THƯỞNG THỨC VỊ CHÁT NGỌT CỦA RƯỢU VANG, NGẮM NHÌN NHỮNG CẢNH ĐỒNG NHỎ ĐẸP NHƯ TRANH VẼ VÀ THẨM NHỮNG HẦM RƯỢU VANG TRÚ DANH!



Alsace (Pháp)

Được đưa vào sử dụng từ năm 1953, con đường rượu vang vùng Alsace uốn lượn qua những ngôi làng trồng nho. Trên tuyến đường dài hơn 170km có hơn 300 nhà máy rượu vang và hơn 50 thương hiệu rượu nho. Những hầm rượu vang ngon tuyệt trong khung cảnh thời Trung cổ với những thành lũy, lâu đài... đã giúp “con đường rượu vang” vùng Alsace thu hút hàng triệu lượt khách mỗi năm.



Đến Alsace vào dịp Giáng sinh, đâu đâu trên khắp vùng, từ các đô thị như Strasbourg, Colmar đến các ngôi làng nhỏ xa xôi gần dãy núi Vosges, bạn đều thấy rất nhiều khu chợ Noel gồm hàng chục gian hàng được tổ chức nhộn nhịp, bán nhiều những món đồ long lanh để trang trí Giáng sinh và Năm mới. Và không thể thiếu vin chaud, thứ rượu truyền thống góp phần làm cho không khí Giáng sinh thêm ấm áp. Vin chaud cũng là thức uống phổ biến tại bàn ăn của các gia đình vào dịp gia đình sum vầy hay tiệc tùng chào đón Giáng sinh.

Người Pháp gọi đêm giao thừa là La Saint-Sylvestre. Có câu: “người Pháp dùng rượu để chào đón năm mới”, câu nói này bắt nguồn từ việc người Pháp bắt đầu uống rượu say sưa từ đêm giao thừa cho đến ngày 3/1 mới kết thúc. Người Pháp quan niệm, vào ngày Tết phải uống cạn tất cả rượu mà họ có, làm như vậy thì trong năm mới sẽ được vạn sự như ý. Nếu như uống rượu vẫn còn, trong năm mới sẽ gặp nhiều điềm xui rủi.

Bordeaux (Pháp)

Thành phố Bordeaux nổi tiếng khắp thế giới về sản xuất rượu vang và gắn liền với nhãn hiệu rượu Bordeaux danh tiếng và đắt tiền. Ở Bordeaux có khoảng 13.000 nông trại trồng nho để sản xuất rượu với diện tích khoảng 120.000 héc ta. Trung bình mỗi năm, thành phố Bordeaux tiêu thụ trên 700 triệu chai rượu, đứng đầu thế giới về số lượng rượu được sản xuất. Bordeaux và Burgundy là 2 vùng sản xuất vang lớn và nổi tiếng nhất nước Pháp.

Đến Bordeaux, bạn sẽ có cơ hội tham gia những lớp học nếm và thẩm định rượu vang ở Ecole du Bordeaux, tham quan những khu vườn trồng nho nổi tiếng, những nhà máy sản xuất nên những chai vang trứ danh như Medoc, Saint-Emilion, Sauternes, Graves, Entre-Deux-Mers, Cotes de Blaye, Cotes de Bourg, Libournais are famous in all countries...



Ảnh: maziarz / Shutterstock.com

Mendoza (Argentina)

Những cây nho vùng Mendoza được mọc ở độ cao trung bình 850-1500m trên sườn dãy núi Andes và được thụ hưởng các yếu tố địa lợi đặc trưng của Argentina. Mendoza nhiều nắng ban ngày, nhiệt độ ban đêm rất mát, khí núi khô, tất cả cộng lại tạo nên một vụ mùa rất dài, cho ra đời chất vang Bornada đầy đặn, Cabernet đậm đà và đặc biệt là hương Malbec cay nồng hàng đầu thế giới. Do trái nho ở đây được nằm trên cây lâu nên rượu vang vùng này nổi tiếng là có lượng chất chống ô-xy hóa và resveratrol rất cao, có lợi cho sức khỏe.



Nhờ được thom lây về chất lượng rượu vang nên ngành du lịch ở Mendoza cũng phát triển mạnh. Phong cảnh các vườn nho của Mendoza còn ấn tượng đến nỗi chúng thu hút nhiều người hưu trí trên thế giới đổ về mua vườn làm rượu. Với người dân Argentina, năm mới là một trong những ngày lễ lớn. Trong đêm giao thừa, mọi người trong gia đình Argentina thường quây quần bên nhau cùng thưởng thức bữa tiệc đặc biệt vào lúc 11h, nhâm nhi vang hoặc sampanh và chờ đón thời khắc chuyển giao năm mới.



Tuscany (Italia)

Tuscany thuộc miền Trung nước Ý, bao gồm 10 thành phố và được ví như viên ngọc của châu Âu. Mỗi năm, Tuscany có hàng triệu du khách đến tham quan nghỉ dưỡng. Du khách đến Tuscany đều bị mê hoặc bởi phong cảnh tuyệt đẹp với những ngọn đồi trập trùng, những cung đường uốn lượn qua cánh đồng nho đẹp như tranh vẽ, hay những rừng hoa đầy màu sắc trải dài vô tận. Rượu vang là một sản phẩm nổi tiếng và phổ biến của Tuscany, và còn gì tuyệt vời hơn khi bạn chào đón năm mới trên những cánh đồng nho và thưởng thức thứ đồ uống trứ danh này!



Đây là quê hương của những dòng vang nổi tiếng như Vernaccia, Sangiovese, Brunello di Montalcino... Tạp chí Forbes đánh giá trên thế giới có hai vùng đất mà bất động sản ở đó không bao giờ mất giá. Đó là vùng thượng đông Manhattan, (Mỹ) và đất vùng Tuscany với giá trị của các vườn nho làm rượu. Hình ảnh các vườn nho xinh đẹp ở Tuscany cũng đã từng xuất hiện trong bộ phim Under The Tuscan Sun, dựa trên một cuốn sách cùng tên của nhà văn Frances Mayes.



Rioja (Tây Ban Nha)

Vùng Rioja là vùng trồng nho lớn nhất của Tây Ban Nha, nằm ở phía tây bắc, dọc theo con sông Ebro dài khoảng 60 dặm ở giữa hai thị trấn Haro và Alfaro. Rioja có diện tích trồng nho rộng, tới 124.000ha trên tổng diện tích là 194 km2, cho ra sản lượng khoảng



Ảnh: Matyas Rehak / Shutterstock.com

250 triệu lít/năm. Tại Rioja có tới 14.000 vườn nho và khoảng hơn 150 nhà máy rượu vang.

Những trái nho vùng Rioja có chất lượng rất cao nên vùng này là vùng rượu vang ngon nhất của Tây Ban Nha và thế giới. Có thể kể đến như rượu vang cao cấp Ogga, Rượu vang Aro Muga... Với người dân Tây Ban Nha, trái nho có một vai trò rất lớn trong cuộc sống. Ở đất nước bò tót, vào đêm giao thừa, tất cả mọi thứ kể cả những tác phẩm kịch nghệ và phim ảnh đều ngừng hoạt động. Khi đồng hồ điểm 12 giờ đêm, mọi người sẽ ăn 12 trái nho. Mỗi trái nho như là lệ phí để trả cho sự may mắn trong 12 tháng trong năm mới. Đôi lúc, nho còn được nhâm nhi cùng với rượu vang.

Maipo Valley (Chile)

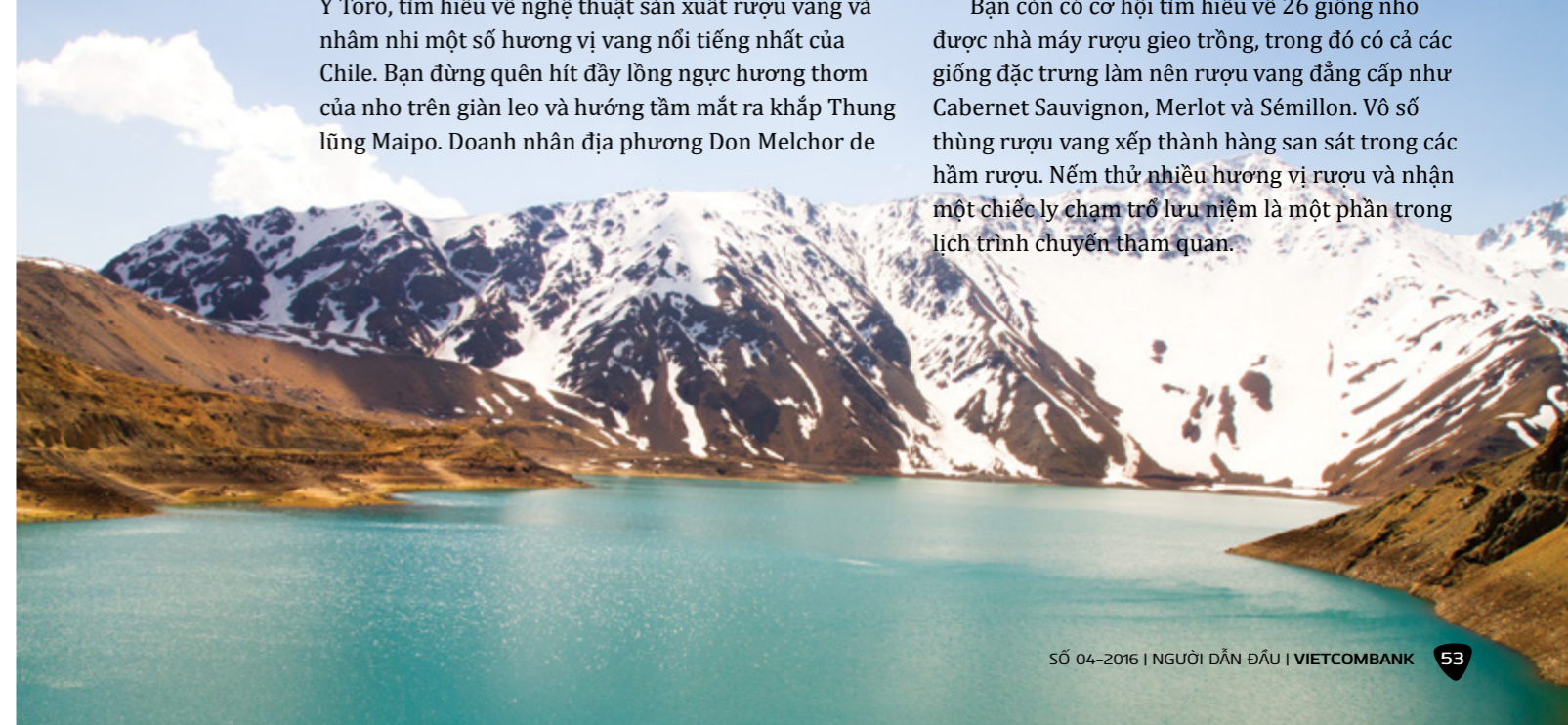
Maipo Valley là vùng rượu vang gần thành phố Santiago. Những vườn nho trải dài về phía đông từ Santiago đến dãy núi Andes và về phía tây tới bờ biển đã hình thành ba khu vực: Alto Maipo, Trung tâm Maipo, Thái Bình Dương Maipo. Rượu vang dòng nho Cabernet có độ đậm đặc cao mang hương vị ngon quyến rũ người uống. Do được ủ rất lâu trong thùng gỗ sồi, nên rượu vang mang hương thơm gỗ sồi ẩn tượng từ thùng ủ.

Đến Chi lê vào mùa xuân, bạn đừng bỏ lỡ cơ hội đi thăm nhà máy rượu đạt nhiều giải thưởng Concha Y Toro, tìm hiểu về nghệ thuật sản xuất rượu vang và nhâm nhi một số hương vị vang nổi tiếng nhất của Chile. Bạn đừng quên hít đầy lồng ngực hương thơm của nho trên giàn leo và hướng tầm mắt ra khắp Thung lũng Maipo. Doanh nhân địa phương Don Melchor de



Santiago Concha y Toro đã thành lập nên nhà máy rượu vào năm 1883 sau khi mang về giống nho từ vùng Bordeaux của Pháp.

Bạn còn có cơ hội tìm hiểu về 26 giống nho được nhà máy rượu gieo trồng, trong đó có cả các giống đặc trưng làm nên rượu vang đẳng cấp như Cabernet Sauvignon, Merlot và Sémillon. Vô số thùng rượu vang xếp thành hàng san sát trong các hầm rượu. Nếm thử nhiều hương vị rượu và nhận một chiếc ly chạm trở lưu niệm là một phần trong lịch trình chuyến tham quan.



TÂY TẠNG

Miền đất của những vẻ đẹp không thể mô tả bằng lời

“KHÔNG MỘT AI ĐẶT CHÂN VÀO TÂY TẠNG MÀ KHÔNG CHỊU ẢNH HƯỞNG CỦA NÓ, VÀ KHÔNG AI CÓ THỂ CHUI RÚC VÀO ĐỜI SỐNG CHẶT HẸP KHI ĐÃ NHÌN THẤY SỰ BAO LA VÀ HÙNG VĨ CỦA RẠNG TUYẾT SƠN”.

📍 BÀI VÀ ẢNH: THÙY VÂN



Khi tình cờ đọc được mấy câu trên trong tác phẩm “Con đường mây trắng” của tác giả Anagarika Govinda (người từng sống nhiều năm và tu tập thiền định khắp Tây Tạng), tôi đã bị trí tò mò thúc giục một cách mạnh mẽ rằng phải đến xứ sở huyền bí này để chiêm nghiệm! Và rồi tôi đã thực sự đặt chân đến miền đất được mệnh danh là “nóc nhà của thế giới” ấy.

Sau một đêm mất ngủ, đầu nặng trĩu vì bị ảnh hưởng độ cao, tôi bước ra khỏi đoàn tàu hỏa chạy từ Tây Ninh (tỉnh Thanh Hải) đến Lhasa – thành phố lớn nhất của Tây Tạng giữa ánh nắng gay gắt buổi trưa. Nhà ga Lhasa rất lớn và đông đúc, nó dễ khiến du khách thấy choáng ngợp vì vẻ hiện đại nếu đã “trót” hình dung Tây Tạng toàn là thảo nguyên và núi non ban sơ.

Anh hướng dẫn viên du lịch người Tạng đón tôi ở cổng ga với nụ cười hiền hậu, đoạn khẽ choàng chiếc khăn trắng lên cổ tôi để chúc lành theo phong tục địa phương. Giữa một nơi hoàn toàn xa lạ với ngôn ngữ khác biệt và nhiều điều cần khám phá, dải lụa trên cổ khiến tôi thấy lòng mình vừa ấm áp dịu lại, vừa dâng lên sự háo hức cho những ngày sắp tới.

Miền đất thiêng của đức tin mãnh liệt

Tôi bắt đầu chuyến đi từ Lhasa, nơi này hiện đã na ná với các đô thị của Trung Quốc trừ khu trung tâm vẫn được giữ kiến trúc kiểu Tạng. Hai ngày ở đây cho quen độ cao, tôi dạo quanh phố Barkhor và Da Jie Lin đầy ắp đồ lưu niệm rồi đến thăm cung điện cao nhất thế giới Potala (trước là nơi ở của các đời Đạt Lai Lạt Ma – người đứng đầu cả về tôn giáo



và chính trị của Tây Tạng - cùng hàng ngàn tăng sĩ). Potala ngày nay vẫn nguy nga trên đồi cao nhưng có một đời sống khác hẳn so với thời hoàng kim của nó. Cung điện 13 tầng gồm hai khu vực chính là Bạch Cung và Hồng Cung hiện tồn tại như một bảo tàng đầy ắp những cổ vật quý giá, trong đó có phần mộ bằng vàng của một số Đạt Lai Lạt Ma. Cách Potala không xa là cung điện mùa hè NorbulingKa với lối kiến trúc giản dị hơn hẳn, nhẹ nhõm và hài hoà giữa các khu vườn đầy ắp hoa lá. Ở độ cao gần 3.700m, mới đầu tháng 9 mà nhiều tán cây đã bắt đầu chuyển sang màu vàng óng ả. Sắc vàng của lá, của những mảng tường bao quanh các cung điện cùng màu xanh ngăn ngắt của bầu trời như dâng cả mùa thu cho những kẻ lãng du.

Đến Lhasa, không ai có thể rời đi mà chưa ghé thăm đền Jokhang - toà kiến trúc có từ thế kỷ thứ 7 gồm 4 tầng, mái mạ vàng với tổng diện tích khoảng 25.000 mét vuông. “Trái tim” của đền là bức tượng thiêng liêng nhất Tây Tạng - Đức Phật Thích Ca (còn gọi là Jowo Rinpoche). Ngay từ phía ngoài đền, tôi đã bắt gặp những người Tạng với đức tin hiển hiện trong ánh mắt vừa đi vừa chú tâm tụng kinh. Nhiều người đầu cao tuổi vẫn thành tâm thực hiện việc chiêm bái hàng trăm, thậm chí cả ngàn lần theo kiểu “ngũ thế nhập địa” (đứng thẳng chắp tay trên đầu vái rồi nằm rạp xuống đất).





Tôi bước vào đền, chậm chậm đi trong ánh sáng mờ tỏ hắt lên những bức tranh tường được vẽ tay tỉ mỉ và lặng lẽ ngắm vô số tượng Phật. Không khí trong đền đặc quánh mùi nến cháy béo ngậy từ bơ bò Yak đựng trong các lư đồng lớn. Và rồi Jowo huyền thoại đã ở ngay trước mắt tôi. Đó là bức tượng Phật tuyệt đẹp đầu đội vương miện khảm đá quý trên khuôn mặt vàng sáng óng, ánh mắt bao dung nhìn xuống nhân gian cùng nụ cười mỉm nhẹ nhàng. Ngay cả với kẻ ít hiểu biết về tôn giáo như tôi mà lúc này bỗng thấy lòng tràn ngập sự bình an khi có duyên được chiêm ngưỡng Jowo. Còn với mỗi người Tạng, hành hương về đền Jokhang đánh lễ là tâm nguyện cháy bỏng của đời họ dù có phải trải qua những tháng ngày dầm mình trên các nẻo đường quanh co nắng gắt và tuyết lạnh.

Mấy ngày tiếp theo tôi đi thăm các tu viện khác như Drepung và Sera ở ngoại thành Lhasa, rồi Ta Shi Lhun Po ở Shigatse – thành phố lớn thứ hai của Tây Tạng. Hiện nay, số lượng tu viện và tăng sĩ đã bị giảm đi đáng kể theo chính sách quản lý mới, cuộc sống của họ cũng thay đổi theo hướng hiện đại hơn nhưng một số nét độc đáo vẫn được gìn giữ. Tôi may mắn đến tu viện Sera vào giờ các vị sư thực hiện màn tranh biện (debate) về kiến thức tôn giáo, triết học và nhân sinh... Giữa khu vườn xanh mát có

rất đông du khách hiếu kỳ ngồi trật tự vòng quanh, các vị sư sắm vai người hỏi giơ tay lên cao đoạn võ xuống đen đét như tập võ mỗi khi thử thách đối phương, còn người bị hỏi cố gắng nhanh nhẩu trả bài. Không khí trong vườn trở nên sinh động, đối lập hẳn với vẻ tĩnh mịch vốn có của tu viện. Các vị sư không phân biệt già trẻ gương mặt bừng lửa nhiệt tình, như thể niềm tin của họ và của người Tạng sẽ còn mãi mãi bất kể đền đài hay tu viện có mai một theo thời cuộc và tháng năm.

Thiên nhiên rạng rỡ cho những tâm hồn khoáng đạt

Toàn bộ diện tích Tây Tạng nằm trên dãy Hy Mã Lạp Sơn (Himalayas) với những ngọn núi cao nhất thế giới quanh năm tuyết phủ. Không khí khô loãng, ánh nắng trong veo, những đụn mây trắng xốp như đứng yên và bầu trời xanh thẳm thăm là đặc trưng mà bất cứ ai cũng ngay lập tức nhận ra khi đến đây.



Dù núi non trùng điệp và các điểm đến đều dao động ở độ cao 4 – 5.000m nhưng nhờ đường sá quá tốt nên du khách chỉ cần quan tâm đến chuyện... thở của mình. Ở độ cao này, áp suất không khí và mức oxy giảm khiến hầu hết du khách bị đau đầu và thở gấp. Qua vài ngày tôi cũng quen dần với việc điều chỉnh nhịp thở nhưng lắm khi lại bị vẻ đẹp của những cung đường làm cho loạn nhịp. Từ thành phố đến nông thôn, từ bình nguyên bát ngát đến núi non hiểm trở, Tây Tạng như một bức tranh thiên nhiên sắc nét và rạng rỡ mà tạo hoá “đo ni đóng giày” cho những tâm hồn khoáng đạt.

Đầu thu trời se se lạnh, nắng gió như hát trên các cánh đồng hoa cải nở vàng và lúa mì chín trĩu bông. Chúng tôi dừng xe để chụp ảnh thật gần đàn bò Yak lông dài gặm cỏ. Chúng góp sức lao động cho nhà nông, phân khô để đốt lò sưởi ấm, là nguồn thức ăn chính cho người và bơ cho những ngọn nến không bao giờ tắt trong hàng ngàn đền đài, tu viện. Chặng đường đến với hai hồ thiêng là Yamdrok và Namtso vì thế tuy xa mà không thấy xa bởi thú vui thưởng thức cảnh sắc hai bên đường. Không quá khi nói rằng những cung đường ở Tây Tạng phải được xếp hạng vào nhóm đẹp nhất thế giới bởi những phượt thủ khó tính nhất.

Núi vẫn ở đó thách thức lòng kiên nhẫn

Nếu đủ sức khoẻ, bạn đừng bỏ lỡ cơ hội đến với công viên quốc gia núi Qomolangma (tức Everest lừng lẫy). Tất nhiên du khách chỉ được phép đến trại 5.200m - điểm đầu tiên để các nhà

leo núi chuyên nghiệp làm quen độ cao trước khi chinh phục đỉnh núi 8.848m này. Tôi đã mơ ước được đến đây kể từ khi xem bộ phim Everest nên rất hồi hộp khi xe bắt đầu rẽ vào những hẻm núi hẹp. 16h50 phút, ánh nắng chiều vẫn bồng bồng rất khi tiếng lao xao của đám đông du khách khuất hẳn. Tôi kiếm một tảng đá to ngồi xuống và lấy chiếc loa nhỏ ra bật nhạc lên. Giữa không gian chỉ có những dãy núi đá trơ trọi vây quanh và đỉnh Everest lấp lánh tuyết trước mặt, tôi cứ để tiếng nhạc dẫn dắt hàng giờ đồng hồ ngắm mây trắng phủ mờ ngọn núi rồi lại tan hết đi. Biết bao người đã tận hưởng niềm vui chiến thắng và bao người đã vĩnh viễn gửi thân nơi tuyết lạnh? Chỉ có Everest kỳ vĩ vẫn ở đó chứng kiến và kiêu hãnh với thế gian!

Tối hôm ấy tôi cùng nhóm bạn ngủ trong một lều của người Tạng ở khu trại này. Nếu chuẩn bị đủ quần áo ấm, thuốc chống sốc độ cao, thuốc xịt chống khô mũi và bình oxy nhỏ thì trải nghiệm này hầu như sẽ suôn sẻ với mọi du khách. Tôi đã ngủ khá ngon trong niềm hạnh phúc thực hiện được mơ ước của mình và tạm biệt Everest trong buổi sớm mà khắp nơi được cơn mưa đá đêm trước phủ lên màu trắng bạc.

Trước khi đến Tây Tạng tôi đã tìm đọc vài cuốn sách. Đây là việc nên làm bởi xứ sở này không những có bề dày lịch sử lâu đời, một nền văn hoá độc đáo mà còn lưu truyền nhiều câu chuyện về đức tin và quan niệm sống khác biệt với phần còn lại của thế giới. Trong cuốn “Mùi Hương Trầm”, tác giả Nguyễn Tường Bách từng phải thốt lên: “Những màu sắc này cố gắng hiển cho những ai tận mắt thấy chúng, không thể mô tả bằng lời”. Tôi xin thêm vào rằng, không chỉ màu sắc mà vẻ đẹp của tạo vật trải khắp xứ tuyết này xứng đáng cho đôi mắt ta bận rộn chiêm ngưỡng và trái tim ta hân hoan loạn nhịp. ♥



Mùa lễ hội

ở THIÊN ĐƯỜNG MÀU XANH

GIẢI PHÓNG BẢN THÂN VÀ TỰ THƯỜNG CHO MÌNH NHỮNG TIA SÁNG BAN MAI TINH KHIẾT ĐẦU TIÊN TRONG NĂM MỚI TRÊN BÃI BIỂN THƠ MỘNG VỚI BIỂN XANH CÁT TRẮNG. CÒN GÌ TUYỆT VỜI HƠN THẾ ĐỂ BẮT ĐẦU NĂM MỚI THẬT LÃNG MẠN THEO CÁCH RIÊNG CỦA BẠN!



Alma Oasis Long Hải, khu nghỉ dưỡng hướng biển đầy thơ mộng chỉ cách Sài Gòn chưa đầy 02 giờ đi xe sẽ là nơi lý tưởng để bạn cùng với người thân yêu chào đón đêm tiệc Giáng Sinh và đêm giao thừa. Khu nghỉ có không gian kiến trúc màu trắng - xanh lấy cảm hứng từ phong cách Địa Trung Hải sẽ mang đến một niềm cảm hứng vô tận cho bạn khi trải nghiệm từng giờ, từng phút trong thời khắc đặc biệt nhất của năm.

Có một thiên đường nơi hạ giới

Nằm trên ngọn đồi với khu vườn cây cối xanh mát lượn vòng xuống bãi biển yên bình đầy cát trắng, Alma Oasis Long Hải giúp du khách thưởng ngoạn một khung cảnh thiên nhiên tuyệt vời từ trên cao. Toàn bộ khu nghỉ được xây dựng với cấu trúc ít tầng, không gian mở, thoáng mát và có nhiều mảng xanh. 5 biệt thự với hồ bơi riêng cùng 69 bungalow nằm trải dài xung quanh ngọn đồi đẹp như một thiên đường rộng lớn, lãng mạn cho những ai đang tìm kiếm một chốn dừng chân sau một năm làm việc đầy nỗ lực và cố gắng. Các phòng đều thoáng mát, tươi sáng và được bao quanh bởi những khu vườn xinh đẹp.

Lấy cảm hứng từ hòn đảo Santorini (Hy Lạp) nổi tiếng khắp thế giới với gam màu trắng - xanh dương, Alma Oasis Long Hải đẹp quyến rũ và trẻ trung. Màu xanh và trắng hiện hữu khắp muôn nơi: xanh của biển, của trời, của những ô cửa, điểm nhấn trang trí...; trắng của cát, của mây, của những bức tường uốn cong duyên dáng. Và tô điểm là

những giàn hoa giấy rực rỡ, căng tràn sức sống, níu chân du khách.

Nếu đi cùng nhóm bạn hoặc đại gia đình vào dịp lễ hội, hãy chọn một căn biệt thự nhiều phòng ngủ. Với phòng khách mở rộng ra biển, ngay phía trước là hồ bơi phản chiếu nền trời xanh thẳm, Beach Front Villa - khu biệt thự hướng biển của Alma Oasis Long Hải sẽ cho bạn một không gian trải nghiệm tuyệt vời với 04 phòng ngủ và phòng tắm lớn riêng biệt. Phòng khách lớn sẽ là nơi họp mặt, chuyện trò rôm rả. Tại đây còn có cả một gian bếp để bạn có thể nấu ăn cho gia đình và cùng tận hưởng bữa trưa ngay phòng ăn lớn.

Mỗi biệt thự hay bungalow đều được trang bị tiện ích đầy đủ như máy pha cà phê, loa Bluetooth cùng lối trang trí hiện đại và tông màu sáng chủ đạo giúp du khách cảm nhận được hơi thở của biển cả dù chỉ ngồi bên trong phòng.





"Ốc đảo" My Soul Spa

My Soul Spa chào đón du khách với lối kiến trúc như một ốc đảo thu nhỏ, xinh đẹp và tĩnh lặng. Những rèm ngăn từ vỏ sò, dây leo xanh, hồ nước trong biếc... xoa dịu mọi giác quan. Có nhiều không gian riêng biệt để bạn cùng một nửa của mình thành thoi tận hưởng từng khoảnh khắc thư giãn.

Rũ bỏ thế giới ồn ào bên ngoài để chuẩn bị cho một hành trình nâng niu cơ thể. Đặc biệt, dịch vụ spa trọn gói, gồm một liệu trình spa 90 phút đã bao gồm trong giá phòng.

Bạn có thể chọn các liệu trình như spa với tinh dầu nhằm khơi dậy các giác quan và làm mới cách bạn cảm nhận xung quanh, spa với ống tre nóng kết hợp ấn huyệt là liệu pháp giúp bạn xoa dịu những vùng cơ mệt mỏi, spa với đá nóng và lạnh kết hợp giúp mang đến cho cơ thể cảm nhận một nguồn năng lượng cân bằng.

Hãy thả lỏng hoàn toàn theo từng thao tác nhịp nhàng của các chuyên viên spa và thả tâm trí theo tiếng nhạc du dương trong suốt liệu trình.



Hồ bơi và bãi biển xanh biếc

Một trong những không gian nổi bật khác của khu nghỉ là hồ bơi lớn gần bãi biển. Những chiếc ghế dựa đặt ngay tầng mực nước thấp sẽ cho bạn một cảm giác thích thú như đang nằm thư giãn nổi trên mặt nước. Và vẫn là gam màu trắng - xanh xinh đẹp của khu nghỉ, các ghế tắm nắng đều mang màu xanh biếc, ẩn dưới hàng cây sứ hoa rắng muốt.

Sắc màu và âm thanh biển cả

Nằm phía dưới chân đồi, đến gần với bãi biển là khu vực hồ bơi chính và quầy bar Blue Waves - nơi mang đến không gian lý tưởng để tắm nắng và tận hưởng khí trời đặc trưng của vùng biển miền Nam Việt Nam. Tại nhà hàng trên cao My Oasis ngập tràn âm thanh du dương của biển cả, du khách có thể thưởng thức các món hải sản tươi sống được đánh bắt trong ngày hoặc lựa chọn các món ăn kiểu Việt



lành được chế biến đầy sáng tạo với các loại rau củ ngay bên cạnh hồ bơi và giao lưu cùng ông già tuyết trong những bản nhạc nổi tiếng của mùa giáng sinh.

Nếu nghỉ tại Alma Oasis Long Hải vào dịp năm mới, đừng quên tham gia đêm tiệc giao thừa đặc biệt ngay Blue Waves Bar - cạnh hồ bơi lớn với nhiều hoạt động hấp dẫn để đón năm mới như "Splash dance" khiêu vũ tạt do, nhảy theo điệu nhạc của DJ. Kế đó, trên bãi cỏ mượt và hướng ra bãi biển là Red Boat Bar - nơi tiệc White Party diễn ra với thực đơn đa dạng bao gồm món salad tươi ngon như ngó sen, sả, cá, salad xoài, đu đủ, cá hồi, hải sản, soup, các món BBQ với bò, tôm, hàu, thịt đà điểu, hải sản...

Tại White Party, hãy nâng ly champagne đỏ cùng người thân hoặc những du khách để mếm, cùng đếm ngược thời khắc chuyển giao năm cũ và năm mới...

Nâng ly chúc mừng trong giây phút đầu tiên của năm mới bên bãi biển cùng ánh lửa bùng cháy, soi rõ những gương mặt hân hoan, những đôi mắt lấp lánh niềm vui... niềm vui ấy cộng hưởng và lan tỏa, cho một năm mới đầy may mắn và ngập tràn hạnh phúc. ♥

Nam, hương vị Thái gần gũi với khẩu vị của chúng ta hoặc những món Âu đặc trưng.

Bãi biển của Alma Oasis Long Hải có dải cát rộng êm và mịn với những hàng ghế ngắm bình minh hoặc hoàng hôn sẽ cho du khách những thời khắc yên bình, cận kề bên thiên nhiên và cảm nhận nhịp thở đều đặn, dịu dàng của biển cả. Hãy mang một ly nước ép trái cây thanh mát cùng một quyển sách thư giãn trên hàng ghế êm đềm, một cảm giác cực kỳ tận hưởng.

Ngắm hoàng hôn từ đồi cao

Lúc chiều tà, đừng bỏ lỡ cơ hội tận bộ ngắm hoàng hôn tuyệt đẹp từ đồi cao của khu nghỉ. Nơi đây hiện đang lưu căn biệt thự cổ được xây dựng từ những năm 1900 và cũng là nơi trưng bày những hình ảnh, vật dụng tưởng nhớ đến Bảo Đại - vị hoàng đế cuối cùng của Việt Nam và Nam Phương Hoàng Hậu. Căn biệt thự ngự trên quả đồi với hướng nhìn bao quát ra biển cả và phía núi non thắm thoáng những ngôi nhà của cư dân vùng biển tạo. Một cảm giác thật tĩnh tâm và yên bình cho những du khách phương xa.

Chọn nghỉ ngơi tại Alma Oasis Long Hải vào dịp Giáng Sinh và lễ hội chào đón năm mới, bạn sẽ tận hưởng thêm những hoạt động đầy ý nghĩa với âm nhạc, ẩm thực cùng nhiều trò chơi thiết thực.

Buổi tối đêm Giáng Sinh, bạn sẽ thưởng thức thực đơn Christmas menu với tôm, cá chẽm, thịt bò... ngon

ALMA OASIS LONG HẢI

Tỉnh lộ 44A, Thị trấn Long Hải, Huyện Long Điền, Bà Rịa - Vũng Tàu. ĐT: + 84 643 662 222 ;

website: www.almaoasislonghai.com.

Giá phòng: từ 4.000.000 đồng ++ (đã bao gồm ăn sáng và spa cho 2 người)

Quyện vị ngon nồng vị vang

CÓ NHỮNG MÓN ĂN, NẾU THƯỜNG THỨC CÙNG LOẠI VANG PHÙ HỢP, HƯƠNG VỊ SẼ ĐƯỢC NÂNG LÊN GẤP BỘI PHẦN



Gan ngỗng áp chảo – Tinh tế ẩm thực Pháp

Foie Gras theo tiếng Pháp nghĩa là Gan béo hay còn được biết đến với cái tên “Gan ngỗng vỗ béo”. Với tên gọi này, nhiều người vẫn lầm tưởng đây là một món ăn béo ngậy, nhưng thật ra món ăn này lại chứa nhiều loại axit béo không bão hòa, được khuyến dùng bởi nó có thể hạ tỷ lệ cholesterol xấu.

Gan ngỗng béo áp chảo là món khó nhất trong các kỹ thuật chế biến gan ngỗng. Việc tiếp xúc trực tiếp với nhiệt độ có thể làm cho gan ngỗng bị khô do chảy mỡ bên trong. Nhưng nếu không đủ nhiệt, món gan ngỗng chưa chín tới sẽ có vị tanh, khó ăn.

Người Pháp thường dùng một lớp bột mỏng phủ qua miếng gan ngỗng sau khi đã ướp tiêu muối cho thực phẩm tươi. Sau đó miếng gan ngỗng được đưa lên chảo nóng để làm chín. Khi phục vụ ra đĩa, miếng gan ngỗng đúng kiểu sẽ có bề mặt khô se nhưng chín mềm và ngậy ở bên trong. Điều đặc biệt ở món ăn này còn nằm thứ nước sốt đi kèm. Tại The Vin Steak, nước sốt cho món Foie Gras là sốt rượu vang đỏ và một chút “ginger chutney” – một loại mứt gừng nấu cô đặc cùng nho và một vài loại hoa quả khác. Hương vị của chutney dậy lên là vị ngọt thanh của hoa quả và để lại dư vị gừng nồng trong vòm họng. Chính những vị này sẽ trung hòa sự ngậy béo của gan ngỗng.

Với gan ngỗng áp chảo, người Pháp khuyến khích thực khách dùng với Sauternes, một dòng rượu ngọt đặc biệt được người pháp khuyến khích thực khách sử dụng với món Gan Ngỗng. Ngoài ra, một vài loại rượu vang trắng cũng được lựa chọn để việc thưởng thức Foie Gras thêm trọn vẹn.

Bò Mỹ nướng kèm sốt vang đỏ - Món ăn Âu cả thế giới yêu thích

Tại các nhà hàng lớn, thịt bò được chú trọng vào chất lượng thịt hơn là việc tẩm ướp gia vị đậm đà như kiểu chế biến món ăn Châu Á.

Thịt bò được tẩm ướp đơn giản qua tiêu muối, nướng trên mặt nướng vỉ. Khi chín, bề mặt thịt chín luôn có vết vỉ nướng đan vào nhau. Trong quá trình nướng, một lớp dầu gia vị được quét lên bề mặt thịt để đảm bảo độ bóng và độ mềm cho thịt. Các cấp độ chín của thịt bò sẽ tùy vào yêu cầu của thực khách. Độ tươi của thịt sẽ được đảm bảo trọn vẹn khi thực khách dùng ở độ chín tới (Medium) hoặc vừa tái (Medium Rare).



Với món bò bít tết, sốt ăn kèm chỉ nhằm đảm bảo nâng cao hương vị cho thịt không nên lấn át vị ngọt tự nhiên của thịt. Sốt rượu vang đỏ là một trong những loại sốt đặc biệt dành cho món ăn hấp dẫn này. Rượu vang để nấu sốt vang đỏ sẽ được đun cùng hành khô phi thơm, đốt cho hết cồn rồi cô lại cùng nước dùng xương bò theo tỉ lệ đặc biệt. Điều cốt yếu để tạo ra sốt ngon chính là việc chế nước dùng công phu của đầu bếp. Khi bí mật về nước dùng được bật mí, bạn sẽ hiểu rằng việc nhà hàng Âu có một giá cao hơn nhiều lần so những nhà hàng Á và là một chi phí đắt đỏ so với việc bạn nấu ăn tại nhà là điều dễ hiểu. Bạn có thể tẩm ướp và nướng thịt một cách hoàn hảo tại nhà, nhưng thật khó để có thể hầm nổi nước dùng trong ba ngày chỉ để cô đặc lại cho bát sốt đi kèm. Sốt rượu vang đỏ tại nhiều nhà hàng cao cấp như The Vin Steak đã được làm ra kỳ công như vậy.

Và vang đỏ là một bạn đồng hành hoàn hảo với món thịt đỏ được ưa chuộng trên toàn thế giới.



Cá hồi áp chảo – Giòn vị cá, thơm ngậy sốt bơ chanh

Thăn cá hồi được chế biến phổ biến nhất là áp chảo để đảm bảo thịt cá chín vừa tới theo yêu cầu của khách, lớp da giòn và lớp thịt mềm. Vị chua của sốt cam là hương vị được nhiều thực khách yêu thích. Cá hồi sẽ được ướp tiêu muối và làm chín trên chảo nóng. Để đảm bảo có một món cá hồi áp chảo đúng kiểu, phần da cá phải được chín giòn, không bị rách nhưng thịt cá phải chín vừa tới không bị khô. Khi cá hồi chuẩn bị được phục vụ ra đĩa, một chút bơ và nước cốt chanh được tưới lên bề mặt cá. Đủ để làm cho da cá vẫn giòn và hương vị bơ chanh hòa quyện làm lớp thịt bên ngoài.

Sốt bơ cam là loại sốt đặc biệt đi cùng với món ăn này. Được nấu với công thức riêng của bếp trưởng bằng việc sử dụng dấm trắng Mỹ, vị bơ ngậy nhưng vẫn giữ được vị chua thanh. Tất cả đều nhằm làm tăng thêm sự đậm đà của thịt cá hồi. Một chút rau gia vị trộn sốt chua đi kèm làm cho món ăn trở nên tuyệt vời hơn.

Hương vị thanh mát sẽ được nâng lên một tầm mới nếu bạn lựa chọn một ly rượu vang trắng để sử dụng cùng món ăn này. Vang trắng luôn cân bằng được giữa vị chua, hương vị hoa quả thanh mát và chút ngọt nhẹ. Quan trọng hơn, rượu luôn được giữ lạnh sẽ làm cho món ăn thêm phần đặc biệt. ♥

Cảm ơn Bếp trưởng nhà hàng The Vin Steak Restaurant – Số 7 Xuân Diệu, Tây Hồ, Hà Nội; Điện thoại: 043.722.4165 đã tư vấn thực hiện chuyên mục này!



THE VIN STEAK RESTAURANT

Không gian châu Âu bên hồ Tây thơ mộng

NĂM TRONG TOP 100 CÁC NHÀ HÀNG ĐỒ ẬU TỐT NHẤT TẠI HÀ NỘI (ĐÁNH GIÁ CỦA TRANG DU LỊCH HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI - THE TRIPADVISOR), THE VIN STEAK ĐƯỢC BIẾT ĐẾN KHÔNG CHỈ BỞI MÓN ĂN ĐẶC TRƯNG TRONG THẾ GIỚI ẨM THỰC CHÂU ÂU, MÀ CÒN BỞI MỘT BÍ MẬT VỀ KHÔNG GIAN, NƠI NHÀ HÀNG CẤT CHỨA HƠN 2000 CHAI RƯỢU VANG NHẬP KHẨU TỪ GẦN 100 ĐẦU RƯỢU TRÊN THẾ GIỚI.

Hơn 100m² Hầm Rượu Vang tại The Vin Steak có thiết kế độc đáo với những giá rượu bao sát tường kéo dài từ chân tường tới trần nhà. Trên các giá rượu làm bằng gỗ tự nhiên, các chai rượu được nhập khẩu từ những quốc gia nổi tiếng trên thế giới về rượu vang như Pháp, Ý, Tây Ban Nha, Argentina, Chile, Mỹ... Gam màu trầm hòa quyện dưới ánh đèn vàng nhẹ dịu tạo cho thực khách cảm giác như đang ở những hầm rượu cổ của Âu châu. Hầm rượu có thiết kế các phòng nối nhau tạo bởi các cửa thiết kế vòm cung, cảm giác giống như một câu lạc bộ dành cho quý ông.



Những món Âu đặc trưng, rượu vang hảo hạng trong một không gian của những hầm rượu cổ, thực sự là một bản hòa âm, đánh thức tất cả các giác quan: thị giác, khứu giác, thính giác, vị giác... để mang đến một cảm giác gắn gũi hơn với văn hóa Châu Âu, ngay tại chính hầm rượu của The Vin Steak.

Hai phòng riêng trong hầm rượu được ốp tường đá ong và được bài trí với nội thất cao cấp sang trọng. Đây là hai phòng ăn nhỏ



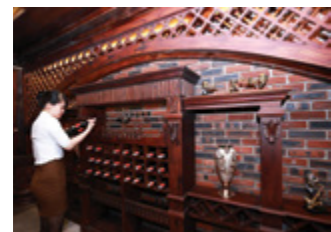
riêng biệt được phân tách bằng tường gỗ di động. Khu vực này luôn là lựa chọn lý tưởng cho những buổi tiệc, sang trọng cần sự riêng tư.

Tại The Vin Steak, với hơn 100 nhãn rượu nhập khẩu, khách hàng có thể tùy ý lựa chọn một loại vang phù hợp với bữa ăn của mình. Những dòng rượu cao cấp của Chile như Montes Alpha, đặc biệt dòng rượu Montes Alpha Purple Angle 2013 đã được bình chọn trong danh sách sáu loại rượu hảo hạng nhất thế giới trong Lễ Hội Rượu Vang Vancouver 2016. Bên cạnh đó, những nhãn rượu trẻ từ Argentina hay Tây Ban Nha cũng là những lựa chọn đáng cân nhắc.

Mùa Lễ tạ ơn và Giáng sinh năm nay, The Vin Steak Restaurant phục vụ một thực đơn đặc biệt dành cho các khách hàng với giá ưu đãi. Thực đơn Mùa Lễ tạ ơn chỉ 650.000 VND (đã gồm thuế) với Set bữa tối 4 món. Thực khách hoàn toàn có thể lựa chọn món ăn đặc trưng mùa lễ hội là Gà Tây hoặc món ăn đặc biệt được đánh giá cao nhất của nhà hàng - Thịt bò úc nướng ăn kèm sốt rượu vang đỏ. Với Set Bữa tối Giáng sinh, khách hàng nhận ngay một ly rượu vang trong bữa tối chỉ với 850.000 VND (đã gồm thuế). 🍷

THE VIN STEAK RESTAURANT

Địa chỉ: Số 7 Xuân Diệu, Tây Hồ, Hà Nội
Điện thoại: 043.722.4165
Website: <http://thevinsteak.com/>



SANG TRỌNG HẨM LÃ VỌNG

Thiết kế và xây dựng hoàn toàn dưới lòng đất với tổng diện tích 1.300m², Hầm Lã Vọng là một trong những nhà hàng rộng và độc đáo bậc nhất Hà Nội. Hầm Lã Vọng được chia là nhiều khu vực khác nhau, trong đó, nổi bật là Bar Lounge - Wine Cellar - Hầm Rượu Vang, có quy mô lớn nhất Hà Thành, với hàng nghìn chai rượu vang nổi tiếng thơm ngon và đắt đỏ trên thế giới đến từ những đồn điền nho nổi tiếng của Pháp, Mỹ, Italia, New Zealand... Không gian sang trọng với gam màu gỗ nâu trầm ấm, phẳng phất những hầm rượu cổ châu Âu. Nhiều loại phòng VIP hoặc khu vực mở với sân khấu chuyên nghiệp, hiện đại sẽ đáp ứng mọi nhu cầu tiệc của thực khách.

Ẩm thực ở Hầm Lã Vọng là hàng trăm các món Âu, Á, hải sản cao cấp. Nếu bạn là tín đồ của món nướng, đừng bỏ qua những món Âu đặc sắc ngon tuyệt khi dùng cùng vang như: đùi cừu nướng sốt mù tạt, thịt vai bò nướng sốt vang đỏ, đùi bò nướng BBQ, thịt cổ bò nướng sốt tiêu xanh, đùi bò nướng BBQ, sườn lợn nướng kiểu Nga...

Bên cạnh đó là những món hải sản tươi sống cao cấp như: cá hồi bỏ lò phomai, cá kiếm nướng, hải sâm om sốt dầu hào, tôm hùm baby bỏ lò sốt phomat, hàu sữa bỏ lò, rêu mực nướng sốt samba, hay món thịt gà cacciatore kiểu Ý, gà nấu với sốt cà chua đậm... đang chờ bạn khám phá

Ngoài thực đơn chính, mỗi ngày nhà hàng đều có các món mời tại bàn hấp dẫn đặc biệt như: Tôm hùm Canada nướng phomai, sườn cừu nướng mù tạt, đùi lợn nướng muối kiểu Brazil, tôm sú phomai bỏ lò...

HẨM LÃ VỌNG
Số 2C Nguyễn Thị Thập, Q. Cầu Giấy - TP. Hà Nội
ĐT: 1900.58.58.36

TINH TẾ PAULA'S WINES

Paula's Wines mang phong cách Châu Âu sang trọng với những mảng tường màu rượu vang sóng sánh, trên một nhánh phố vừa đủ yên tĩnh để mang đến cho thực khách những trải nghiệm trọn vẹn về rượu vang và ẩm thực Âu tinh tế. Paula's Wines phục vụ hầu hết các loại rượu vang được ưa chuộng trên thị trường Việt Nam, được nhập khẩu nguyên chai từ các quốc gia sản xuất rượu vang lâu đời như Pháp, Italia hay các quốc gia mới nổi trong lĩnh vực này như Chile, Úc, Nam Phi, Hoa Kỳ, New Zealand. Tất cả các chai vang được bảo quản liên tục trong nhiệt độ tiêu chuẩn 14-16°C, độ ẩm 75%



Không gian ấm cúng nhưng tinh tế của nhà hàng còn mang màu sắc của môn thể thao Golf. Đây cũng là nơi gặp gỡ của những người yêu thích môn thể thao quý tộc, đến để chia sẻ thông tin và hình ảnh của cộng đồng người chơi golf Việt Nam và tận hưởng hương vị tuyệt hảo của rượu vang và làn khói xì gà quyến rũ.

Thực đơn tại nhà hàng là những món đặc trưng châu Âu, được lựa chọn kĩ lưỡng cho riêng từng dòng rượu, đảm bảo làm hài lòng cả những thực khách khó tính nhất.

PAULA'S WINES
B1 Mandarin Garden, Hoàng Minh Giám, Cầu Giấy, Hà Nội
Phone: (04) 32345057



FREDERIQUE CONSTANT GENEVE



LIVE
YOUR
PASSION

HEART BEAT
MANUFACTURE SILICIUM

Handcrafted in-house movement.
Manufacture Collection: in-house developed,
in-house produced and in-house assembled movements.

More information on www.frederique-constant.com

Nhập khẩu & Phân phối: Hamex Co., Ltd | Đ/c: 41 Thi Sách, Q. Hai Bà Trưng, Hà Nội | Hotline: 0977253186 | www.gallewatch.com

Hà Nội:

*Galle Watch - 25 Hàng Khay, Q. Hoàn Kiếm *Galle Watch - 41 Thi Sách, Q. Hai Bà Trưng *Galle Watch - BigC Trần Duy Hưng, Q. Cầu Giấy *Galle Watch - 202 Thái Hà, Q. Đống Đa *Galle Watch - JW-3, Aeon Mall, Q. Long Biên *Galle Watch - B1/R5/K10/K11/K12, TTTM Vincom Royal City, Q. Thanh Xuân *Duy Anh Watch - 200A Phố Huế, Q. Hai Bà Trưng.

Phú Thọ:

*Quang Minh - 1887 Đại Lộ Hùng Vương, P. Gia Cẩm, TP. Việt Trì

Thái Nguyên:

*Nguyễn Hùng - 111 Hoàng Văn Thụ, TP. Thái Nguyên

Hồ Chí Minh:

*Galle Watch - Vincom Center B, 72 Lê Thánh Tôn, Q1 *Galle Watch - TTTM Maximark, số 3-3C, đường 3/2, Q.10. *Galle Watch - Số 717 đường CMT8, P.6, Q. Tân Bình. *Galle Watch - Gian hàng số 129, TTTM Maximark, số 15-17 đường Cộng Hòa, P.4, Q. Tân Bình *Galle Watch - 352 Lê Văn Sỹ, P.14, Q.3 *Galle Watch - L2 - 03A, TTTM Vincom, 190 Quang Trung, P. 10. Q. Gò Vấp



MC Phan Anh: SỐNG theo tiêu chí của mình

TRẦN PHƯƠNG

SUỐT NHỮNG NGÀY NGƯỜI DÂN MIỀN TRUNG GIAN NAN ĐỐI MẶT VỚI LŨ LỤT, MC PHAN ANH ĐÃ TẠO NÊN MỘT LÀN SÓNG THIỆN NGUYỆN GIÚP ĐỠ BÀ CON VÙNG LŨ TRÊN KHẮP CẢ NƯỚC. SỐ TIỀN QUYÊN GÓP LÊN ĐẾN 24 TỶ ĐỒNG QUA TÀI KHOẢN TẠI VIETCOMBANK CÙNG NHỮNG HOẠT ĐỘNG XÔNG XÁO NƠI VÙNG LŨ CỦA PHAN ANH ĐÃ THỎI BỪNG NGỌN LỬA VỀ NIỀM TIN, TÌNH YÊU VÀ SỰ CHIA SẺ ĐÁNG TRÂN QUÝ. NGƯỜI DẪN ĐẦU ĐÃ CÓ CUỘC PHÒNG VẤN ĐỘC QUYỀN VỚI MC VỀ NHỮNG THÀNH CÔNG TRONG CÔNG VIỆC, GIA ĐÌNH CŨNG NHƯ NHỮNG HOÀI BẢO...

Phan Anh đang có cuộc sống khiến nhiều người phải mơ ước. Danh tiếng, gia đình hạnh phúc, kinh doanh phát đạt. Anh có thể chia sẻ bí quyết để có cuộc sống tròn đầy như vậy?

“Cuộc sống tròn đầy” là những gì bạn cảm nhận, còn tôi thì chưa khi nào tự cho mình như thế. Cuộc sống của tôi, của gia đình tôi không phải tròn đầy hay hoàn hảo. Cuộc sống gia đình tôi cũng có lúc này lúc khác, nhưng chúng tôi chọn cách đón nhận mọi việc một cách nhẹ nhàng, bởi hiểu rằng cuộc sống phải như thế. Nói chính xác, tôi hài lòng với cuộc sống hiện tại. Tôi chưa bao giờ cảm thấy an yên như thế, nhưng có phải như ý chưa thì... vẫn là chưa.





Có một người chồng vừa điển trai, giàu có lại khéo ăn nói như anh, vợ anh có khi nào phải lo lắng chuyện “mất chồng”? Chị ấy có giải pháp đặc biệt gì để giữ anh chồng điển trai mãi chung tình?

Cái này phải hỏi vợ tôi mới chính xác chứ? Nhưng tôi biết vợ tôi sẽ chẳng trả lời đâu. Và đó cũng là sự lựa chọn của chúng tôi để giữ cho cuộc sống gia đình yên ấm. Chuyện của mình mình biết, thế là đủ rồi.

Chúng tôi không giữ nhau cũng không trói buộc nhau. Vợ chồng là duyên, nghĩa, trách nhiệm... Có lúc tưởng như không thể bên nhau nữa rồi lại vượt qua được. Để có điều đó thì cần lắng nghe nhau nhiều hơn, chia sẻ với nhau nhiều hơn, chân thành với nhau, nhìn vào những điều tốt đẹp của người kia, những thứ tích cực mà cả hai từng có.

Trong chương trình “Bố ơi mình đi đâu thế”, Phan Anh trong mắt nhiều người là một ông bố kiểu mẫu. Anh có xây dựng chuẩn mực làm cha cho bản thân?

Kiểu mẫu không có nghĩa là hoàn hảo. Hình ảnh một người cha cứng rắn nhưng chan chứa yêu thương vốn đã là hình ảnh đẹp muôn đời. Đó là điều tôi hướng tới, chứ trong cách dạy con tôi có nhiều bất cập lắm, bởi phương pháp là thứ vô cùng quan trọng, nhưng mình không được dạy. Mình phải học dần dần và một trong số đó là học thông

qua việc quan tâm thực sự đến con, tôn trọng con, lắng nghe con.

Trong chương trình “Bố ơi mình đi đâu thế” tôi cũng bộc lộ một số điểm hạn chế như nóng tính, cục tính, gia trưởng, quá nghiêm khắc... Tôi hi vọng các ông bố nếu thấy mình có nhược điểm gì tương tự sẽ tự sửa được. Con cái chúng ta cần hơn nữa những yêu thương, động viên, quan tâm.

Anh và vợ có “phân cấp” trong chuyện dạy bảo con cái không? Cụ thể là gì?

Chúng tôi không phân cấp nhưng có thống nhất phân chia. Ai chịu trách nhiệm điều gì thì người kia tuyệt đối tránh can thiệp trước mặt các con mà chỉ góp ý riêng với nhau. Và tạm thời thì việc dạy các con vợ tôi phải gánh vác nhiều hơn do thời gian này cô ấy đang tạm nghỉ ở nhà để tôi yên tâm công tác. Đối với tôi, việc làm đó của cô ấy là một hi sinh lớn.

Phan Anh là một doanh nhân thành đạt, một MC nức tiếng, là chồng và cha của 3 nhóc tì đáng yêu. Đã bao giờ anh thấy mệt mỏi muốn buông xuôi vì quá nhiều thứ đặt lên vai?

Nếu những điều bạn khen là có thật thì phải vui chứ có gì phải buông xuôi? Tôi kinh doanh, làm bố, làm MC... hay làm bất cứ việc gì đều hướng tới sự tử tế, cố gắng chân thành hết mực.

Tôi sống trước tiên vì cảm nhận của mình, hạnh

phúc của mình, tiêu chuẩn của mình, chứ không theo thước đo của ai đó nên dễ vui lắm. Hiếm khi tôi cảm thấy áp lực. Thịnh thoảng buồn thì không tránh. Vì tôi yêu cả nỗi buồn, nỗi chán chường, thất vọng... đó là những cảm xúc tự nhiên. Tôi đón nhận nó, yêu nó, rồi nó tự biến mất. Tôi nhận được góc nhìn tích cực mang ảnh hưởng của Phật giáo nên khá bình thân với đời.

Những ngày qua, Phan Anh trở thành tâm điểm của truyền thông khi có những hành động kịp thời, nhiệt tình và đong đầy tình cảm dành cho bà con miền Trung bị lũ lụt. Tuy nhiên, trên trang cá nhân, đôi lúc người ta thấy Phan Anh nói về nỗi buồn, áp lực. Anh có thể chia sẻ về những điều này?

Tôi hơi xấu hổ khi bạn nhắc lại điều đó. Có lẽ, tôi không nên nói những thứ than thở trên facebook. Tôi biết nó chỉ thoáng qua thôi mà. Bởi điều tuyệt vời nhất tôi nhận được là sự đong đầy của niềm tin yêu, là tình cảm của bà con, của người dân khắp nơi. Tôi đã học được bài học làm người quá lớn, đã cảm nhận trọn vẹn giá trị của việc cư xử chân thành và tử tế thế thì hà cớ gì mà tôi không chấp nhận bị hiểu lầm, thị phi đôi chút.

Trên thế giới, nhiều nam nhân làng giải trí thành công khi chuyển qua chính trị như Ronald Reagan, Arnold Schwarzenegger. Nhìn lại những gì Phan Anh đã và đang làm, nhiều người tự hỏi, phải chăng anh đang trên con đường đến với chính trị?

Tôi quan tâm đến chính trị và khá hiểu về chính trị thượng tầng, thậm chí có nhiều nguồn tin rất chính xác vì bạn bè liên quan nhiều. Nhưng, tôi không có ý làm chính trị. Nếu được, tôi đã từng chia sẻ một lần, tôi mong mình có thể làm đại biểu của nhân dân một kỳ. Tôi tin mình sẽ phản ánh tới diễn đàn quốc hội nguyên vẹn, chính xác nhiều ý kiến tâm huyết của cử tri. ♥

MC Phan Anh tên đầy đủ là Hoàng Phan Anh, sinh ngày 30/7/1981. Anh là gương mặt MC sáng giá, gắn tên mình với nhiều chương trình truyền hình như Vietnam Idol, Sao Online, 12 cá tính lên đường xuyên Việt, Vitamin, Cặp đôi hoàn hảo... Phan Anh từng giành giải Mai Vàng 2010 ở hạng mục “Người dẫn chương trình được yêu thích nhất”.

Ngoài vai trò MC, Phan Anh còn được khán giả biết đến qua một số bộ phim ăn khách như “Lời nguyện huyết ngài”, “Cầu vồng tình yêu”, “Có lẽ bởi vì yêu”,... Dù chưa được đánh giá cao ở vai trò diễn viên, nhưng các vai diễn của anh đã để lại trong lòng người hâm mộ những ấn tượng nhất định.



PHAN ANH VÀ 3 CHỮ “T”

Phan Anh được nhiều người gọi là “MC soái ca”, một cụm từ để thể hiện sự ngưỡng mộ với nam MC của Hà Thành. Họ ngợi ca anh không chỉ vì vẻ ngoài điển trai, tài năng, lối sống sạch mà còn bởi những hành động đẹp đã dành cho cộng đồng.

Mặc dù là cái tên nổi đình nổi đám trong giới người nổi tiếng nhưng Phan Anh lại khá kín tiếng trong chuyện đời tư. Công chúng chỉ biết đến cuộc sống sau ánh đèn sân khấu của Phan Anh khi nam MC này tham gia chương trình truyền hình thực tế dành cho các cặp bố con “Bố ơi mình đi đâu thế”.

Trong chương trình này, người ta thấy ở anh không chỉ hình ảnh của một người đàn ông năng động, cá tính mà còn là một ông bố nghiêm khắc nhưng nhất mực yêu thương con gái. Và cũng sau “Bố ơi mình đi đâu thế”, Phan Anh mở lòng hơn với công chúng về gia đình, về người vợ tần tảo và 3 nhóc tì đáng yêu. Trong một lần phỏng vấn, Phan Anh đã chia sẻ, anh và vợ bằng tuổi, họ yêu nhau từ ngày còn là sinh viên.

Nam MC cũng tiết lộ, để có được người phụ nữ tuyệt vời này làm vợ anh đã phải cầu hôn đến 2 lần mới nhận được cái gật đầu của chị. Trước khi “về chung một nhà”, cặp đôi đã có nhiều năm hẹn hò và đến nay, họ đã có gần 17 năm bên nhau.

Phan Anh là một trong những MC được đánh giá là thành công nhất làng giải trí Việt hiện nay. Sự linh hoạt, ứng biến tình huống nhanh và thông minh, tinh tế trong lối dẫn dắt đã giúp Phan Anh trở thành MC được nhiều nhà sản xuất săn đón. Trong một lần trả lời phỏng vấn, MC này đã chia sẻ về quan điểm sống của mình như sau: “Tôi cố gắng trở thành một người tốt, sống có tâm và có tình. Đó là 3 chữ T cần thiết. Còn trong các mối quan hệ xã hội nói chung thì tôi chọn 2 chữ T – “tử tế”. Cũng vì quan điểm sống đó mà Phan Anh đã có những hành động đẹp dành cho bà con miền Trung chịu nhiều khó khăn vì trận lũ lịch sử những ngày qua.



QUÝ CÔ

gợi cảm

NGƯỜI MẪU NGỌC HÂN
PHOTO ĐỨC CHÂN
MAKE UP TONY NGUYỄN
TRANG PHỤC HÀ DUY



SÁNG TẠO THEO Ý
TƯỞNG XUYÊN SUỐT
LÀ NHỮNG ĐIỂM BÈO
MỀM MẠI TRÊN VẢI
XUYÊN THẤU GAM ĐEN -
TRẮNG, KHẮC HỌA HÌNH
ẢNH QUÝ CÔ QUYẾN RŨ
PHA CHÚT BÍ ẨN, BST
HAUTE COUTURE XUÂN
HÈ 2017 CỦA NTK HÀ
DUY THỂ HIỆN SỰ ĐẦU
TƯ, CHĂM CHÚT TRONG
TỪNG CÁNH BÈO BAY
BÔNG.



MỌI YẾU TỐ NHƯ ĐƯỜNG NÉT CẮT MAY, CHỌN LỌC VÀ PHA TRỘN CHẤT LIỆU... ĐỀU ĐƯỢC Á QUẢN "NGÔI SAO THIẾT KẾ 2013" CHĂM CHÙT TÌM TÌ. CHẤT LIỆU REN ĐEN XUYÊN THẤU MỀM MẠI ĐƯỢC XỬ LÝ TINH TẾ, TẠO NÊN BÒ ĐÀM LÃNG MẠN, NHƯNG VẪN CÁ TÍNH. TRONG KHI ĐÓ, SẮC TRẮNG TINH KHÔI ĐEM LẠI VỀ NGỌT NGÀO, THANH KHÍẾT.



XU HƯỚNG KHOE NỘI Y ĐƯỢC HÀ DUY ÁP DỤNG KHÉO LÉO, KHAI THÁC KHOẢNG HỖ MỘT CÁCH CHỨNG MỰC. MẪU ĐẪM DÀI THA THỨT, MẪU VÁY NGẮN XẾP TẦNG BAY BỔNG HAY THIẾT KẾ ĐUÔI CÁ ĐÌNH KẾT CẦU KỲ ĐỀU GIÚP NGƯỜI MẶC KHOE ĐƯƠNG CONG HẤP DẪN, KHẮC HỌA HÌNH ẢNH QUÝ CÔ SANG TRỌNG, GỢI CẢM. ♥

Louis Vuitton

Bữa tiệc đêm của NHUNG

Dường như mọi mùa thu đông đều bị chất liệu nhung lấn át bởi vẻ đẹp mềm mại, quý phái và đặc biệt nữ tính. Nhung đương nhiên đã có một cuộc trở lại đầy ngoạn mục trong mùa Thu Đông 2016-2017 ở các nhà mốt danh tiếng như Prada, Ralph Lauren hay Vanessa Seward. Điều đặc biệt là năm nay, các nhà mốt ưa chuộng chất liệu này trong màu sắc có phần u tối, từ lam sẫm, màu tía, nâu đen cho đến đen tuyền. Tất cả gợi nhắc đến những buổi tiệc đêm sang trọng và có phần kỳ bí. Bên cạnh những chiếc váy mềm mại, những bộ suit trong kiểu dáng tuxedo của thập kỷ 70 chính là lựa chọn lý tưởng cho chất liệu nhung mềm mại và quý phái. ♥

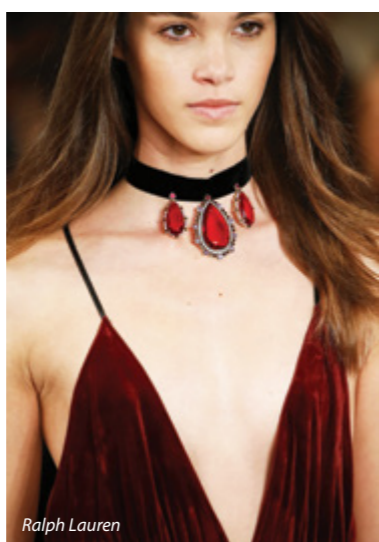
Vanessa Seward



Philosophy di Lorenzo Serafini



Cuore Ferragamo



Ralph Lauren



BVLGARI



Salvatore Ferragamo



Prada



Prada



Prada



Salvatore Ferragamo

Charlotte Olympia

Charlotte Olympia

KIM CƯƠNG quyền lực

♥ TUỆ KHANG

Trong mọi thứ chất liệu xa xỉ, kim cương luôn khẳng định quyền lực của mình bởi vẻ lấp lánh, sang trọng và thuần khiết. Hầu như tất cả các thương hiệu trang sức và phụ kiện đình đám nhất thế giới đều không thể cưỡng lại sức cám dỗ của kim cương khi chất liệu này được đính trên các thiết kế để tôn vinh vẻ đẹp xa xỉ.

Bulgari với các món đồ trang sức hình rắn kinh điển luôn có thể gây bất ngờ với giới mộ điệu khi xen kẽ hoàn hảo giữa những viên kim cương lấp lánh với các loại đá quý sắc màu. Trong khi đó, thương hiệu Cartier lại tạo nên chiếc đồng hồ HYPNOSE có thuật thôi miên với 694 viên kim cương nhỏ được xếp cẩn thận thành 24 vòng tròn xoay quanh tâm đồng hồ để tạo nên một vòng xoáy kim cương dường như vô tận. Kim cương, xét đến cùng không đơn thuần chỉ là một thứ chất liệu xa xỉ mang tính "phổ thông", nó còn là một thứ "ma thuật" có thể hấp dẫn bất cứ người sành điệu nào. ♥

Cartier Magicien

Cartier Magicien



HYPNOSE Cartier



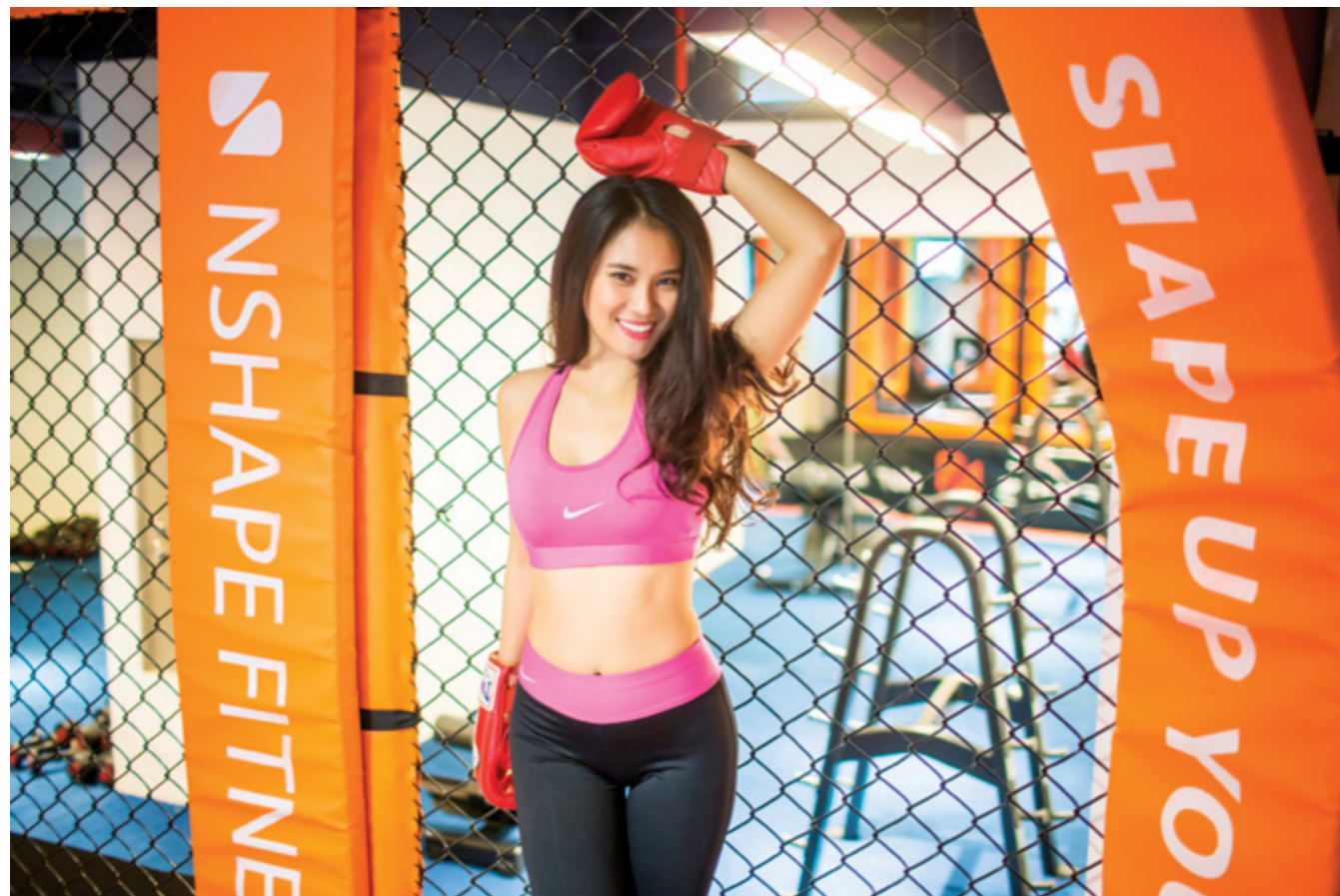
BVLGARI



BVLGARI



BVLGARI



Kickfit

môn thể thao thời thượng cho các quý cô văn phòng

KICKFIT – MÔN THỂ THAO ĐƯỢC XÂY DỰNG DỰA TRÊN CÁC ĐỘNG TÁC CỦA VÕ MUAY THÁI VÀ QUYỀN ANH (BOXING) VỚI CÁC CHUỖI ĐỘNG TÁC LIÊN HOÀN CHẶNG NHỮNG GIÚP CÁC QUÝ CÔ VĂN PHÒNG XẢ STRESS HIỆU QUẢ MÀ CÒN HỖ TRỢ GIẢM CÂN, “TÚT” DÁNG CỰC TỐT KHI KHIẾN CƠ THỂ ĐỐT CHÁY TỪ 800 - 1200 KCALO CHỈ SAU 45 - 60 PHÚT TẬP LUYỆN.

Tập kickfit để giảm stress – tại sao không?

Nhiều người vẫn lầm tưởng rằng kickfit là “cấm địa” của riêng cánh đàn ông, không dành cho phụ nữ. Thực tế hoàn toàn ngược lại. Trên thế giới, đặc biệt là ở Mỹ và các nước châu Âu, kickfit đã phổ

biến từ lâu và rất được phái nữ ưa chuộng, đặc biệt là dân văn phòng bởi những tác dụng rõ rệt trong việc giảm thiểu căng thẳng, áp lực.

Với những bài tập được thiết kế là các chuỗi động tác liên hoàn, dựa vào đòn tay của bộ môn Boxing và sự nhanh nhẹn, dẻo dai của môn võ Muay Thái, cùng cường độ tập luyện cao, đòi hỏi phản xạ nhanh cũng như sự tập trung, kickfit sẽ giúp bạn cải thiện và nâng cao khả năng chịu đựng của hệ thần kinh. Nhờ đó, bạn có thể nhanh chóng vượt qua những áp lực, vất vả trong cuộc sống, công việc và cảm thấy sáng khoái, thư giãn hơn.

Chị Thanh Hà, một chuyên viên văn phòng thường xuyên cảm thấy uể oải, bức bí với những công việc lặp đi lặp lại hàng ngày tại công sở, được bạn khuyên nên đi tập kickfit. Sau 2 tháng tập luyện, chị đã bị “mê mẩn” bộ môn có vẻ khá mạnh mẽ với phái nữ này. Cơ thể và tâm trí chị được giải phóng hoàn toàn. Không chỉ áp lực công việc tiêu tan, khả năng tập trung của chị cũng tốt hơn. Cơ thể săn chắc, dẻo dai và nhanh nhẹn. Ai cũng nhận thấy rõ sự khỏe khoắn, hoạt bát, yêu đời của chị từ gương mặt đến vóc dáng, tinh thần.



Môn thể thao lý tưởng để giảm cân, tút dáng

Tập luyện Kickfit còn là một trong những cách nhanh và hiệu quả nhất để làm săn chắc cơ thể, giảm mỡ thừa ở các vùng bụng, eo, đùi và mông. Sau mỗi buổi tập kickfit từ 45 – 60 phút, cơ thể bạn có thể đốt cháy được từ 800- 1200 kcal, do phải sử dụng tất cả các nhóm cơ và chuyển động toàn thân liên tục. Không chỉ vậy, hầu hết các động tác trong bộ môn này tập trung vào nhóm cơ vùng bụng, vai và tay cũng phải hoạt động thường xuyên, nên với dân văn phòng thường ngồi làm việc lâu trước máy tính, ít có cơ hội vận động, kickfit là môn thể thao lý tưởng để cắt nét vòng 2, khiến vai và cánh tay trở nên săn chắc, gợi cảm.

Ngoài ra, Kickfit còn giúp bạn nâng cao bản năng tự vệ và phản xạ nhanh khi đối mặt với những tình huống nguy hiểm bất khả kháng. Tập bộ môn này cũng giúp bạn tăng khả năng hoạt động của hệ tim mạch và hệ hô hấp, sức bền của cơ thể, độ dẻo dai của cơ bắp không chỉ trong mà còn cả sau quá trình tập luyện.

Tập luyện kickfit mang lại những lợi ích rõ rệt cả về sức khỏe và tinh thần cho các quý cô văn phòng. Nhưng để tập luyện hiệu quả, bạn nên bắt đầu với một huấn luyện viên tại các trung tâm fitness tiêu chuẩn quốc tế. Dưới sự hướng dẫn của một huấn luyện viên chuyên nghiệp, bạn sẽ cảm nhận dễ dàng sự khác biệt của cơ bắp qua từng cú đá và đấm. Nắm rõ kỹ thuật kickfit ngay từ khi mới bắt đầu sẽ giúp bạn nhanh chóng đạt được kết quả mong muốn. Nếu bạn đang ở Hà Nội và có hứng thú với môn thể thao này, NShape Fitness với thể mạnh có đội ngũ huấn luyện viên cá nhân chuyên nghiệp, tận tâm, sở hữu các bằng cấp, chứng chỉ uy tín về kickfit và khu tập luyện hiện đại, tiêu chuẩn quốc tế sẽ là một lựa chọn đúng đắn cho kế hoạch tập luyện kickfit của bạn. ♥

NHỮNG LƯU Ý KHI TẬP KICKFIT

Lên kế hoạch cụ thể và tham khảo ý kiến chuyên gia

Việc này giúp bạn tránh nóng vội mà tập với cường độ cao và mức độ quá khó so với người mới bắt đầu. Trước khi bắt đầu tập luyện, đặc biệt với bộ môn mới, việc đầu tiên cần làm là tham khảo ý kiến của các chuyên gia. Họ không chỉ cung cấp những kiến thức cần thiết mà còn giúp bạn có những kỹ thuật cơ bản, cũng như tránh các chấn thương có thể xảy ra.

Đặt mục tiêu phù hợp

Không một phương pháp nào có tác dụng ngay trong một thời gian ngắn, đặc biệt là giảm cân. Hãy đặt mục tiêu hiệu quả phù hợp và bền vững. Nhờ chuyên gia tư vấn để thiết lập cho mình một chế độ tập vừa sức, cân bằng giữa tập luyện và nghỉ ngơi; tăng dần đều phù hợp để cơ thể thích nghi.

Thở đúng cách

Hơi thở rất quan trọng trong hầu hết các môn tập luyện. Thở đúng cách giúp bạn điều hòa lượng oxy, giữ sức khỏe dẻo dai, tránh tình trạng bị đuối sức. Với kickfit, hãy hít vào bằng mũi và thở ra bằng miệng.

Uống đủ nước

Nước quan trọng với cơ thể, ai cũng biết. Đặc biệt khi tập luyện, cần uống nhiều nước hơn bình thường. Nên uống 1-2 cốc nước ít nhất 3 phút trước khi bắt đầu tập. Sau khi tập, cần uống nước bổ sung lượng nước đã mất trong quá trình tập luyện.

Ăn đủ no

Đừng nóng vội ép cân mà giảm khẩu phần ăn dẫn đến cơ thể không được cung cấp đầy đủ năng lượng cần thiết. Nên chia bữa ăn ra làm nhiều bữa nhỏ trong ngày, đảm bảo quá trình trao đổi chất diễn ra thông suốt.

NShape Fitness Hàm Long: 14 – 16 Hàm Long, HN/ ĐT: 0439 449 920/21

NShape Fitness Nguyễn Chí Thanh: tầng 5, 71 Nguyễn Chí Thanh, HN/ ĐT: 0462 660 495

NShape Fitness Mandarin: tầng 3 -4, khu A, Mandarin Garden, Hoàng Minh Giám, HN / ĐT: 0432 345 012

Website: www.nshapefitness.vn

Hotline: 0902 348 555



“UỐNG RƯỢU KHÔNG TỐT CHO SỨC KHỎE”. TUY NHIÊN, VỚI RƯỢU VANG, ĐẶC BIỆT LÀ VANG ĐỎ, BẠN SẼ THẤY ĐIỀU NÀY KHÔNG HOÀN TOÀN ĐÚNG. NỒNG ĐỘ CỒN TRONG RƯỢU VANG CHỈ KHOẢNG 11 - 14%, BẰNG 1/4 - 1/5 NỒNG ĐỘ CỒN TRONG RƯỢU MẠNH (40 - 75%). RƯỢU VANG MANG LẠI NHIỀU LỢI ÍCH CHO SỨC KHỎE NẾU UỐNG ĐIỀU ĐỘ.

Theo Medical News Today, hợp chất resveratrol được tìm thấy trong vỏ quả nho có rất nhiều lợi ích đối với sức khỏe như kéo dài tuổi thọ, chống ung thư, cải thiện sức khỏe tâm thần, tốt cho tim mạch... Người Dẫn Đầu lược dịch và gửi tặng quý độc giả nhân mùa lễ hội đang đến gần.

1. Giảm nguy cơ trầm cảm
Các nhà khoa học Tây Ban Nha cho rằng, uống rượu có thể giảm nguy cơ trầm cảm. Nghiên cứu thu thập dữ liệu trên 2.683 đàn ông và 2.822 phụ nữ tuổi từ 55-80 trong 7 năm. Những người tham gia hoàn thành một bảng câu hỏi về tần số thực phẩm mỗi năm, trong đó bao gồm chi tiết về lượng rượu tiêu thụ cũng như sức khỏe tinh thần. Các tác giả thấy rằng những người uống 2 - 7 ly vang mỗi tuần ít có khả năng bị chẩn đoán bị trầm cảm hơn những người không sử dụng.

2. Ngăn ngừa ung thư ruột
Báo cáo tại Hội thảo Khoa học Quốc tế lần thứ 2 về Resveratrol và Sức khỏe về tác dụng của Resveratrol của các nhà khoa học từ Đại học Leicester, (Anh): những người sử dụng rượu vang đỏ thường xuyên ở mức vừa phải có tỷ lệ ung thư ruột giảm khoảng 50%.

3. Làm chậm quá trình lão hóa
Vang đỏ có đặc tính chống lão hóa. Resveratrol là hợp chất được tìm thấy ở vỏ quả nho có lợi cho sức khỏe và vẻ đẹp. Resveratrol cải thiện sức khỏe của con chuột và tăng tuổi thọ (Theo nghiên cứu thuộc Trường ĐH Y Harvard). Tác dụng này cũng đã được nói tới từ ngàn năm trước. Các tu viện ở châu Âu tin rằng, các tu sĩ của họ sống lâu hơn (so với người bình thường) một phần là do họ sử dụng thường xuyên một lượng vang ở mức vừa phải. Procyanidin, hợp chất trong vang đỏ còn có tác dụng giữ cho các mạch máu khỏe mạnh, là một yếu tố góp phần kéo dài tuổi thọ của người dân ở Sardinia và phía tây nam nước Pháp.

4. Ngăn ngừa ung thư vú
Khoa học chứng minh, thường xuyên sử dụng đồ uống có cồn làm tăng nguy cơ ung thư

vú. Tuy nhiên, rượu vang đỏ lại có tác dụng ngược lại. Nghiên cứu của Trung tâm y học Cedars-Sinai (Mỹ) chứng minh hợp chất trong vỏ và hạt của quả nho đỏ làm giảm nội tiết tố estrogen nhưng lại làm tăng testosterone ở phụ nữ tiền mãn kinh, điều này sẽ làm giảm nguy cơ phát triển ung thư vú. Họ cho rằng, khi phụ nữ đang lựa chọn một loại nước uống có cồn, hãy xem xét tới vang đỏ.

5. Ngăn ngừa chứng mất trí nhớ
Sử dụng lượng vang đỏ vừa phải có thể làm giảm nguy cơ phát triển bệnh mất trí nhớ (Theo Trung tâm Y tế Đại học Loyola (Mỹ)). Theo đó, những người thường xuyên sử dụng rượu vang đỏ bị mắc bệnh giảm trí nhớ ít hơn những người ít sử dụng. Resveratrol làm giảm độ dính của tiểu cầu trong máu, giúp giữ cho các mạch máu mở và linh hoạt, duy trì nguồn cung cấp máu cho não. Vang đỏ nhiều resveratrol hơn vang trắng vì vỏ nho đỏ có hàm lượng resveratrol cao hơn nho xanh.

6. Bảo vệ da khỏi bị cháy nắng
Rượu nho có thể giúp giảm các tác hại của tia UV, các nhà khoa học từ Đại học Barcelona (Tây Ban Nha) cho biết. Theo đó, khi các tia UV tiếp xúc với da, chúng kích hoạt các loại phản ứng oxy (ROS), oxy hóa chất béo, DNA và các phân tử lớn khác, do đó kích thích các enzyme mà gây tổn hại các tế bào da. Flavonoids trong rượu vang và nho có tác dụng ức chế sự hình thành của ROS trong các tế bào da được tiếp xúc với ánh sáng mặt trời.

7. Bảo vệ não sau đột quỵ
Theo công bố của ĐH Dược Johns Hopkins, rượu vang đỏ có thể bảo vệ não khỏi bị tổn thương nặng do đột quỵ. Resveratrol trong rượu vang đỏ làm tăng mức độ của oxygenase heme, một loại enzyme giúp bảo vệ các tế bào thần kinh trong não khỏi bị tổn thương do đột quỵ.

8. Cải thiện chức năng phổi và ngăn ngừa ung thư phổi
Resveratrol tinh khiết là chất tốt cho chức năng phổi. Nghiên cứu của các nhà khoa học Hà Lan chỉ ra rằng, những người uống lượng rượu vang vừa phải thì chức năng phổi hoạt động tốt hơn. Trong một nghiên cứu khác tại Kaiser Permanente, việc sử dụng lượng vang đỏ vừa phải có thể làm giảm nguy cơ ung thư phổi.

9. Nâng cao hàm lượng của các axit béo omega-3
Theo Immidiet, rượu vang đỏ có tác dụng nâng cao hàm lượng của các axit béo omega-3 trong huyết

tương và tế bào máu. Các nhà khoa học đã khảo sát ở 1.604 người trưởng thành tại Anh, Ý và Bỉ. Tất cả đều được trải qua một cuộc kiểm tra y tế toàn diện với bác sĩ chăm sóc chính và hoàn thành một bảng câu hỏi về chế độ ăn uống trong năm, trong đó nhấn mạnh các thói quen sử dụng thực phẩm và đồ uống. Kết quả, những người uống rượu vang thường xuyên, vừa phải có hàm lượng axit béo omega-3 trong máu cao hơn những người thường xuyên ăn cá.

10. Ngăn ngừa bệnh gan
Những người sử dụng lượng rượu nho vừa đủ có thể giảm 50% nguy cơ bệnh gan nhiễm mỡ so với những người không bao giờ uống. Phát hiện của này của Trường ĐH Dược UC San Diego có vẻ đi ngược lại với quan niệm cho rằng, uống rượu có hại cho gan!

11. Bảo vệ khỏi ung thư tuyến tiền liệt
Tạp chí Y tế Watch Harvard Men thông tin, nam giới uống lượng vang đỏ vừa phải có thể giảm tới 52% nguy cơ mắc bệnh ung thư tuyến tiền liệt so với những người đàn ông không bao giờ uống vang đỏ. Ban đầu, các nhà nghiên cứu không tìm thấy liên quan giữa nguy cơ ung thư tuyến tiền liệt và vang đỏ. Tuy nhiên, khi nghiên cứu sâu hơn vào các đồ uống có cồn khác nhau, họ đã xác định rõ ràng có mối liên hệ giữa việc uống rượu vang đỏ và giảm nguy cơ ung thư tuyến tiền.

12. Ngăn chặn bệnh tiểu đường type 2
Trong một thí nghiệm trên động vật, các nhà khoa học tại Học viện Khoa học Trung Quốc phát hiện, resveratrol trong rượu vang đỏ có khả năng cải thiện sự nhạy cảm với insulin. Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, resveratrol cũng khiến các enzyme SIRT1 tăng lên, giúp cải thiện độ nhạy insulin ở chuột. Tuy nhiên, điều này cần phải được xác nhận trong các nghiên cứu sâu hơn. ♥

UỐNG BAO NHIÊU LÀ ĐIỀU ĐỘ?

Uống lượng “vừa phải” rượu vang tốt cho sức khỏe, nhưng bao nhiêu là “vừa phải”? “Vừa phải” còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố như cân nặng, độ tuổi, giới tính, tầm vóc, tình trạng sức khỏe và ngay cả thời điểm bạn “nạp” vang vào dạ dày. Theo “Hướng dẫn chế độ ăn uống cho người Mỹ” năm 2010, trung bình mỗi ngày, một ly cho phụ nữ và hai ly cho nam giới là “vừa phải”.



Quảng gánh lo đi mà... vui Tết

NGỌC LAN

"MẸ MUA MẶNG, ĐẶT GÀ, GÓI BÁNH, SẮM ĐỒ KHÔ HẾT CHO NHÀ CON RỒI NHÉ, GIÁP TẾT CHỈ CHẠY QUA LẤY LÀ XONG", "BỐ ĐÃ ĐẶT CHO NHÀ CON CÂY ĐÀO THỂ ĐẸP LẮM, TẾT NÀY Ở NHÀ ĐI CON, AI LẠI NĂM MỚI NÀO NHÀ CŨNG KHÓA CỬA LẠNH LỂO"... NHỮNG LỜI MỜI NGỌT LỊM TƯƠNG ĐỦ KHIẾN MÌNH XUÔI LÒNG, AI DÈ VẪN CHỐT HẠ: "NHÀ CON ĐẶT VÉ MÁY BAY TỬ LÂU LẮM RỒI"...

Người bảo vợ chồng mình ham chơi, nhà chẳng có gì nề nếp. Người đổ cho cái tiếng phù phiếm khác người. Mọi người đều bảo thế, và mình tất nhiên chưa bao giờ phủ nhận nó! Cuộc sống luôn cần sự tươi mới và "đi" luôn giúp gia đình mình có được những khoảng thời gian tận hưởng một cách đúng nghĩa sau cả năm bộn bề với những lo toan.

Chỉ còn chưa đầy tuần nữa là bước sang năm mới, vậy mà vẫn còn cả đống việc ngổn ngang trước mặt: Nào phải hoàn thành báo cáo thuế cho

hết năm cũ, nào rờng rần đi tết bên nội, bên ngoại, nào sắm sang, gói ghém đồ đạc cho chuyến đi dài... mà rặt cái, việc nào cũng gấp, cũng phải hoàn thành trước ngày đi mới oái oăm. Những lúc như thế này ước có 10 tay, 2 đầu và ngày kéo dài vài chục tiếng... Cơ mà vẫn thấy phần chần lằm, Phú Quốc độ này biển xanh, vắng lặng và ngát gió.

Cả năm không có chuyến nào theo đúng nghĩa từ "đi", chôn chân giữa Hà Nội mịt mờ khói bụi, giữa những bức tường bê tông quanh năm chỉ tỏa ra thứ hơi mát nhân tạo của điều hòa, người lớn, trẻ nhỏ cứ như cá bị vớt lên cạn, cổ ngáp ngáp lọc tìm chút không khí và ao ước: "Nơi nào có trời xanh mây trắng bay?". Hè đi biển thì điện thoại lúc nào cũng nóng vì cơ quan gọi, đối tác gọi, thậm chí, tắm biển xong phải lên check mail trả lời đối tác. Còn gì là nghỉ ngơi, vùng vẫy, lãng mạn! Vì lẽ đó nên mặc cho mẹ đẻ trách, mẹ chồng chê và họ hàng gièm pha, 10 năm kể từ khi lấy chồng, chưa năm nào mình và chồng thôi ý định... trốn tết. Năm nào cũng 28, 29 tết là xách ba lô, tạm biệt Hà Nội, lên đường. Có điều những năm vợ chồng son trẻ thì mê mãi theo những cung đường khúc khuỷu để ngắm đào trên đỉnh Sapa, để vờn mây giữa cột cờ Lũng Cú, hay trải mình giữa cánh đồng Chum mênh mông ở bên kia biên giới. Còn giờ đèo bồng thêm hai đứa trẻ thì giản đơn lưu chân ở resort biển, hay thành phố hoa êm đềm mà thôi.

Mỗi bầu trời đều xanh theo một cách riêng, gió rầm rì kể chuyện theo một cách riêng, nắng vờn lòng người theo một lối quyến rũ khác mà khi đắm chìm trong đó, người lớn như thấy lòng mình được giãn ra, thư thái đến tận cùng còn lũ trẻ hết như những con chim nhỏ được vút lên giữa trời xanh, chạy nhảy khám phá, năng lượng tràn trề như điều gặp gió.

Giữa bầu không gian bao la, giữa nắng, giữa gió, lòng thật vui sướng hạnh phúc, tâm hồn bay bổng, mắt bừng sáng lấp lánh, miệng cười không dừng lại được, và trái tim ngập tràn tình yêu. Ở đó, mình như biến thành một con người khác, trẻ trung, phá cách và thoát hẳn khỏi bộ mặt nghiêm túc, căng thẳng thường nhật. Còn chồng thả thê "chém" toi bời về những trải nghiệm, những kỷ niệm và thành tích thuở ấu thơ cho lũ trẻ nghe rồi ba con họ lại say mê với những trò chơi tuổi thơ, thả diều, đá bóng, êm đềm như chưa từng có. Và rồi để thấy rằng những khó khăn trong công việc hàng ngày là chuyện nhỏ, những khúc mắc đời thường trở thành vô nghĩa...

Nghĩ cho cùng, Tết là để nghỉ sau cả năm bươn bả với cuộc sống thường nhật, là để tận hưởng chứ không phải... để hành xác với trăm việc không tên, cùng vô số những thủ tục, lễ lạt nghìn năm như một, khuôn sáo và nhàm chán.

Mình "ngưỡng mộ" vô cùng mấy chị đảm đang, tuân thủ tết truyền thống, quần quật từ sáng sớm đến tối hôm để nấu nướng, dọn dẹp, tiếp khách và chạy xô từ nhà này sang nhà kia để chúc đi chúc lại những điều năm nào cũng nói. Cứ nghĩ đến cảnh quần quật làm, quần quật ăn ở những cái tết truyền thống mà thấy sợ. May mà chồng mình cũng cùng quan điểm trốn tết chứ nếu không chắc mình... chết, chết vì tẻ nhạt, vì mệt.

Mỗi bầu trời đều xanh theo một cách riêng, gió rầm rì kể chuyện theo một cách riêng, nắng vờn lòng người theo một lối quyến rũ khác mà khi đắm chìm trong đó

Nếu cứ theo vòng quay thường nhật ở thành phố, thì mình là người đàn bà khô khan, coi những bộ phim sến là thứ đáng mỉa mai, và truyện ngôn tình là thứ phù phiếm. Ấy vậy mà không hiểu sao cứ ở giữa không gian thênh thang của trời đất và giữa những căn phòng khách sạn tịnh không một chút lo toan về cơm, áo gạo tiền mình lại trở về thuở đôi mươi, trái tim căng đầy nhựa sống để bồi đắp tâm

hồn lãng mạn bằng những thứ tình yêu trong mộng tưởng. Mình khóc cười với những thăng trầm của cặp tình nhân ở phim Hàn, mình thức thâu đêm để gặm nhấm tiểu thuyết ngôn tình. Mình vui với những tình tiết yêu đương đẹp đẽ trong tưởng tượng và trải lòng theo những khúc quanh của số phận của một nhân vật nào đó dù thừa biết đó là sản phẩm của tưởng tượng. Thực hay giả, giả hay thực, điều đó không quan trọng mà quan trọng là mình lại được trở về với những cảm xúc thực của mình, được yêu, được ghét chứ không trơ lì, vô cảm như bấy nay. Phim sến, truyện ngôn tình hóa ra cũng đáng giá lắm chứ, ít nhất là chúng giúp trái tim bớt trở nên khô như đá.

Và khi thả mình trên chiếc giường thơm mùi oải hương trong một căn penthouse "view" xuống cả thành phố êm đềm trong những đêm yên tĩnh không ngờ, bên cạnh là người đàn ông dịu dàng trong từng hơi thở, những đứa trẻ đã no say với những niềm vui thú và thế giới riêng của chúng, chợt thấy cảm ơn cuộc đời vô chừng. ♥



Dã ngoại cuối tuần tận hưởng thiên nhiên

Cần một, hai giờ đồng hồ lái xe là cả gia đình đã có thể đắm mình trong một khoảng xanh thoáng đãng, trong lành. Bởi vậy không chỉ có các nhóm bạn trẻ, ngày càng nhiều gia đình có sở thích dã ngoại cuối tuần.

Dã ngoại cuối tuần có thể chỉ là một cuộc “đổi gió” thi vị, nhưng với nhiều người thì đây cũng là một sở thích thường xuyên. Nhất là với những gia đình có xe ô tô riêng, lái xe ra ngoại thành cắm trại là một hoạt động không thể thiếu hàng tuần, hàng tháng. Bỏ lại phố phường ồn ào khói bụi sau lưng, nói “không” với công nghệ, đây sẽ là khoảng thời gian tuyệt vời để các thành viên gia đình gắn kết nhau hơn.

Buổi dã ngoại đầy ắp tiếng cười với bữa tiệc BBQ ngoài trời đầy ngẫu hứng, mọi người cùng bên nhau cảm nhận từng khoảnh khắc yên bình, chụp thật nhiều ảnh vui nhộn. Nếu cắm trại qua đêm, còn có cơ hội thành thơ tận hưởng bầu trời đêm đầy sao mà không phải lúc nào ở trong thành phố cũng có dịp trải nghiệm.

Cách Hà Nội 20km-40km có một số điểm dã ngoại, cắm trại lý tưởng như: Hồ Quan Sơn, Ba Vì, Khu Ecopark (Hưng Yên) Núi Hàm Lợn (Sóc Sơn)... Một số địa điểm như Sơn Tinh Camp ở Đồng Mô còn có sẵn dịch vụ cho thuê lều trại, bếp nướng. 🍃



Với nhiều người, thích thú nhất là lúc tự tay dựng lên căn lều cơ động của mình và sắp đặt những vật dụng cho buổi cắm trại chuẩn bị bị dụng cụ cần thiết để cho chuyến đi đầy đủ tiện tích và nhiều trải nghiệm hơn. Dưới đây là những vật dụng không thể thiếu cho buổi cắm trại qua đêm:

1. Lều trại: Một chiếc lều tốt phải đảm bảo những tiêu chí như gọn nhẹ và thuận tiện khi di chuyển, dễ dựng - tháo, chắn mưa, côn trùng, chống thấm. Các thương hiệu lều Việt Nam như Rocky Mountain sẽ là lựa chọn phù hợp với những người không có quá nhiều chi phí cho lều.

2. Túi ngủ: Túi ngủ sẽ giúp cho bạn ngon giấc hơn mà không lo thời tiết, côn trùng, bất kể mùa đông hay mùa hè. Mùa đông bạn có thể lựa chọn túi ngủ 2 lớp, mùa hè bạn có thể lựa chọn túi ngủ lùa.

3. Đèn pin: Khi lựa chọn đèn, nên tìm hiểu thật kỹ về các tính năng như tầm phát sáng (xa - gần), độ sáng, loại pin sử dụng (kèm thời gian sử dụng), các chức năng phát sáng (phản tán - hội tụ - SOS)

4. Bếp nướng và dụng cụ nướng: Tiệc BBQ thì không thể thiếu bếp nướng và các phụ kiện đi kèm như vỉ, xiên, than, bùi nhùi bắt lửa. Có nhiều loại bếp nướng dã ngoại, phổ biến nhất là các sản phẩm của Coghlan's với giá khá dễ chịu.

5. Trang phục mau khô: Hiện trên thị trường có 2 dòng sản phẩm đang được ưa chuộng là hàng ngoại nhập hiệu Columbia và hàng do Việt Nam sản xuất hiệu Nomad.

6. Các đồ dùng khác: thùng đá, xít côn trùng, hộp y tế...

(Tư vấn của Umov - Chuyên gia về phụ kiện du lịch và dã ngoại tại Việt Nam)

ROAMER OF SWITZERLAND



SWISS MATIC SWINGING HEART

WWW.ROAMER.CH

Phân phối chính thức: Công ty Phân phối Sản phẩm Cao cấp LPD
Trụ sở: 41 Thi Sách, Q. Hai Bà Trưng, TP. Hà Nội | Hotline: 0977 253 186 | www.gallewatch.com

Hà Nội: *Galle Watch - 27 Hàng Khay, Q. Hoàn Kiếm *Galle Watch - 41 Thi Sách, Q. Hai Bà Trưng *Galle Watch - Vincom, 191 Bà Triệu, Q. Hai Bà Trưng *Galle Watch - 56A Bà Triệu, Q. Hoàn Kiếm *Galle Watch - 309 Kim Mã, Q. Ba Đình *Galle Watch - BigC Thăng Long, 222 Trần Duy Hưng, Q. Cầu Giấy *Galle Watch - B1-R5-K10/K11/K12, Royal City, 72A Nguyễn Trãi, Q. Thanh Xuân *Galle Watch - B1/DD1/K8, Times city, 458 Minh Khai, Q. Hai Bà Trưng *Galle Watch - 202 Thái Hà, Q. Đống Đa *Galle Watch - JW-3, Aeon Mall, Q. Long Biên *Galle Watch - Vincom, 54A Nguyễn Chí Thanh, Q. Đống Đa *Chiến Minh - 115 Cầu Giấy **Hải Dương:** *Galle Watch - 8 Trần Hưng Đạo **Hải Phòng:** *Galle Watch - BigC Hải Phòng, Ngã 5 Sân Bay Cát Bi **Thái Nguyên:** *Nguyễn Hùng - 106 Hoàng Văn Thụ, **Nghệ An:** *Đồng hồ Dung Chiểu- BigC Vinh, 2 Quang Trung, TP. Vinh **Vinh Phúc:** *Đồng hồ Trường Hằng - 8 Lê Xoay, Ngô Quyền, TP. Vinh Yên **Lào Cai:** *Đồng hồ Bình An - Đường Hoàng Liên, Cốc Lều **Đà Nẵng:** *Galle Watch - Vinh Trung Plaza, 225-227 Hùng Vương **Đông Nai:** *Galle Watch - L1-K6, Vincom 1096 Phạm Văn Thuận, P.Thống Nhất, TP Biên Hòa **TP. Hồ Chí Minh:** *Galle Watch - Tầng L1-45, Vincom, 72 Lê Thánh Tôn, Q.1 *Galle Watch - BigC, 202B Hoàng Văn Thụ, Q. Phú Nhuận *Galle Watch - BigC Phú Thạnh, 53 Nguyễn Sơn, Q. Tân Phú *Galle Watch - Maximark, 3-3C Đường 3 Tháng 2, Q.10 *Galle Watch - BigC Pandora, 1/1 Trường Chinh, Q. Tân Phú *Galle Watch - 352 Lê Văn Sỹ, P.14, Q.3 *Galle Watch - 393 Điện Biên Phủ, P.4, Q.3 * Galle Watch - Maximark, số 15-17 Đường Cộng Hòa, P.4, Q. Tân Bình *Galle Watch - 717 CMT8, P.6, Q. Tân Bình *Galle Watch - L1-K3, Vincom, 216 Võ Văn Ngân, P. Bình Thọ, Q. Thủ Đức *Galle Watch - Vincom, 190 Quang Trung, P.10, Q. Gò Vấp.

ĐÁNH THUẾ

từ ngôi nhà thứ hai:

cần lộ trình và cách thức phù hợp

DỰ THẢO LUẬT VỀ ĐÁNH THUẾ KHI MUA NGÔI NHÀ THỨ HAI TẠI VIỆT NAM ĐANG THU HÚT NHIỀU SỰ QUAN TÂM CỦA DƯ LUẬN TRONG THỜI GIAN GẦN ĐÂY. VIỆC ĐÁNH THUẾ LÊN NGÔI NHÀ THỨ HAI TRỞ ĐI LÀ KHÁ PHỔ BIẾN Ở CÁC NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI. TUY NHIÊN, THEO NHẬN ĐỊNH CỦA CÔNG TY NGHIÊN CỨU BẤT ĐỘNG SẢN TOÀN CẦU JONES LANG LASALLE (JLL), VIỆC ÁP DỤNG LUẬT NÀY TẠI VIỆT NAM SẼ KHÁ PHỨC TẠP VÀ CẦN ĐƯỢC XEM XÉT Ở NHIỀU KHÍA CẠNH.

Việc làm cần thiết

Theo thông tin từ Bộ Tài chính, Bộ đã giao Vụ Chính sách thuế nghiên cứu dự thảo đánh thuế nhà ở, nhất là những chủ thể có từ 2 - 3 nhà trở lên. Tuy nhiên, nhiều khả năng trong năm 2017 chưa thể áp dụng sắc thuế này vì phải có thời gian xây dựng, xem xét kỹ. Còn trong tương lai, đại diện Bộ Tài chính cho biết, chắc chắn sẽ phải thu, không chỉ vì ngân sách khó khăn mà các nước họ đã đánh thuế này từ nhiều năm nay.

Trước đây, trong quá trình xây dựng Luật Thuế nhà đất, Bộ Tài chính cũng từng đưa ra ba phương án tính thuế nhà ở. Trong đó, phương án 1 là chỉ thu đối với nhà thứ hai trở lên theo thuế tuyệt đối. Nhà dưới hai tầng không thu thuế, nhà từ hai tầng trở lên có mức thu là 2.000 đồng/m²/năm. Nhà cấp 3 và chung cư thu 1.000 - 4.000 đồng/m²/năm. Phương án 2 là thu theo giá trị nhà, phần giá trị trên 1 tỉ đồng mới chịu thuế 0,03%. Phương án 3 là thu thuế phần diện tích nhà trên 200 m². Nhà cấp 4 không thu thuế, còn nhà hai tầng trở lên thì thu 2.000 - 4.000 đồng/m²/năm. Với nhà chung cư thì thu từ 1.000 - 3.000 đồng/m²/năm tùy loại nhà.

GS. Đặng Hùng Võ, nguyên Thứ trưởng Bộ Tài nguyên và Môi trường cũng cho rằng, việc thu thuế với ngôi nhà thứ hai trở đi là cần thiết để thị trường



bất động sản phát triển ổn định. Đồng quan điểm ủng hộ quan điểm đánh thuế nhà ở thứ hai trở đi, chuyên gia kinh tế Trần Du Lịch cho rằng, đó là một sắc thuế bình thường và cần được thực thi để giống với thông lệ quốc tế. Còn theo Chủ tịch Hiệp hội Bất động sản Tp. Hồ Chí Minh Lê Hoàng Châu, việc đánh thuế nhà ở thứ hai là giải pháp tốt để hạn chế đầu cơ bất động sản.

Còn theo ông Stephen Wyatt, Tổng giám đốc JLL Việt Nam, ở các nước khác, điều luật này đã góp phần đáng kể vào nguồn thu ngân sách của chính phủ, nhưng cũng sẽ tác động đến số lượng giao dịch các bất động sản trên thị trường. Nhìn chung, việc đánh thuế vào người mua bất động sản ở các nước trên thế giới và cả Việt Nam sẽ có tác động tích cực lên thị trường khi có một hệ thống thuế thích hợp được áp dụng.

Chuyên gia của JLL cũng đưa ra những ví dụ điển hình ở Singapore và Anh về vấn đề đánh thuế lên người mua bất động sản thứ hai trở lên. Theo đó, Singapore là nước có nhiều điểm tương đồng với Việt Nam. Khi mua bất động sản, người mua sẽ phải trả 3%. Tuy nhiên khi mua từ bất động sản thứ hai trở đi, thì có một chút khác biệt là người Singapore sẽ phải trả thuế thêm là 7%. Do đó, người mua có quốc tịch Singapore sẽ phải trả tổng cộng là 10% cho ngôi nhà thứ hai này. Nếu người mua là người nước ngoài thì họ phải trả thêm là 15% cho ngôi nhà thứ hai. Vì vậy, nguồn thu từ thuế sẽ tăng lên đáng kể và phụ thuộc vào từng nhóm người mua.

Hiện tại, thách thức lớn nhất khi áp dụng luật điều luật này tại Việt Nam là có thể xây dựng một hệ thống để nhận biết và quản lý người mua bất động sản.

Hay tại Anh, năm ngoái nước này đã thông qua việc đánh thuế vào người mua bất động sản, nếu mua bất động sản thứ nhất sẽ phải trả một mức thuế cơ bản và cộng thêm 3%. Mức thuế sẽ dựa trên giá trị của ngôi nhà đó, tuy nhiên việc xác định giá trị nhà khá phức tạp. Mức đánh thuế sẽ khác nhau tùy theo giá trị tài sản.

Như thế nào là hợp lý?

Hiện tại, thách thức lớn nhất khi áp dụng luật điều luật này tại Việt Nam là có thể xây dựng một hệ thống để nhận biết và quản lý người mua bất động sản. Cần nghiên cứu, có đề án cụ thể, đưa ra lộ trình và cách thức đánh thuế cho phù hợp. Theo ông Trần Du Lịch, về cách thức, có thể áp dụng tương tự như cách đánh thuế thu nhập cá nhân là theo định mức, tùy theo các tiêu chí như vị trí của tài sản, hay diện tích căn nhà.

Cái khó ở Việt Nam lúc này là làm thế nào để xác định được căn nhà thứ hai để đánh thuế. Hiện tại, các thủ tục mua bán bất động sản vẫn phải thực hiện trên hệ thống văn bản, giấy tờ, việc áp dụng công nghệ thông tin vẫn còn rất hạn chế. Và nếu như một người mua một bất động sản khác ở Việt Nam, làm thế nào để chính quyền biết người đó đã sở hữu một bất động sản mà không phải thông qua việc xem xét lại một loạt các tài liệu, giấy tờ liên quan?

Theo quan điểm của JLL, việc này sẽ rất khó khăn và mất thời gian nếu như không có sự trợ giúp của hệ thống công nghệ thông tin. Để thực hiện việc này hiệu quả trong toàn bộ hệ thống, Việt Nam cần phải thiết lập một hệ thống thông tin để lưu trữ tất cả các hồ sơ về các giao dịch bất động sản, các chủ sở hữu bất động sản. Tuy nhiên, sẽ vẫn còn thách thức khi các thành viên trong gia đình có thể thay phiên sở hữu bất động sản nhằm tránh thuế.

Việt Nam cần phải nghiên cứu khá kỹ lưỡng về vấn đề này, có thể tham khảo theo mô hình của Singapore, bằng mức thuế cơ bản hiện hành và mức thuế tăng thêm dựa trên mức thuế hiện hành. Hoặc như Anh, đối với những bất động sản dưới 250,000 USD thì không cần phải đóng thuế, còn trên 250,000USD - 500,000USD thì áp dụng mức thuế khác nhau. Nhìn chung có rất nhiều phương án cho điều luật này. Còn đối với Việt Nam, có thể áp dụng một mức thuế ngang nhau là 3%. “Theo tôi nghĩ những điều luật mới, cần phải có sự tham gia của các Cấp chính quyền và các sở ban ngành liên quan, cũng như các công ty nghiên cứu thị trường bất động sản chuyên nghiệp để có thể xây dựng một hệ thống phù hợp có thể áp dụng vào thực tiễn”, ông Stephen Wyatt nói.

Ngoài ra, vấn đề công bằng trong việc đánh thuế ngôi nhà thứ hai trở đi cũng nhận được nhiều sự quan tâm của dư luận. Có nhiều ý kiến cho rằng, phải tăng thuế nhà đất đối với các khu vực đô thị, các thành phố lớn, vì người dân ở đây đều được hưởng các hạ tầng đồng bộ, hiện đại hơn khu vực nông thôn. Phải đánh thuế cao để tái đầu tư công trình ngay tại đó và san sẻ cho các khu vực thiệt thòi khác.

Tuy nhiên, trong quá trình thực hiện cũng cần xem xét thực tế đối với từng trường hợp cụ thể. Bởi việc đánh thuế từ nhà thứ hai, thứ ba nhưng hiện nay ngay tại Tp. Hồ Chí Minh có nhiều nhà mua cả 3 căn hộ thì diện tích cũng chỉ xấp xỉ 100m², trong khi đó, có người chỉ sở hữu một căn biệt thự đã lên tới hàng trăm m². Câu hỏi đặt ra là liệu có công bằng với những người sở hữu nhiều nhà, diện tích bé bị đánh thuế trong khi có người mua một căn nhà nhưng diện tích lớn lại không bị đánh thuế? Đại diện HOREA cũng cho rằng, việc làm sao để xác định được đâu là căn nhà thứ ba, căn nhà thứ ba là một việc “cực kỳ khó khăn”. ♥



Beitou

vẻ tinh tế từ
thiết kế tối giản

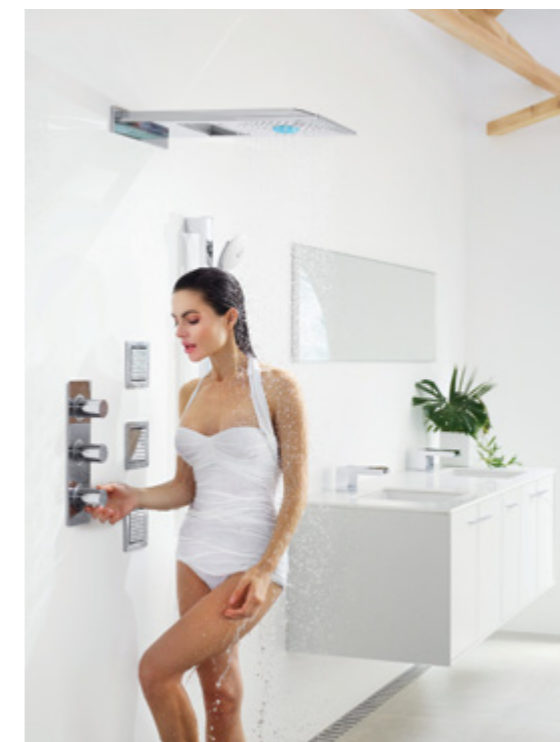
VỚI BỀ MẶT CONG HOÀN HẢO, BỘ SƯU TẬP VÒI NƯỚC BEITOU LÀ SỰ CÂN BẰNG GIỮA KIỂU DÁNG ĐẬM CHẤT KIẾN TRÚC VÀ SỰ SẮP ĐẶT TUYỆT VỜI CỦA THIÊN NHIÊN. THÀNH QUẢ ĐẠT ĐƯỢC LÀ SỰ TƯƠNG TÁC HÀI HÒA GIỮA SỰ ĐỘT PHÁ CỦA CÔNG NGHỆ VÀ SỨC HẤP DẪN CỦA THIÊN NHIÊN ĐỂ LÀM NÊN MỘT CHỐN BÌNH YÊN ĐẦY MỜI GỌI.

Các sản phẩm trong BST Beitou tập trung vào sự hài hòa giữa sự hiện đại nhưng gần gũi với thiên nhiên, mang lại cảm giác thoải mái cho người sử dụng. Beitou sở hữu đường nét thiết kế tối giản đầy chủ ý. Nước tuôn trào như suối và chảy êm ái qua một lòng máng như được xối mòn bởi chính sức mạnh của nước trong tự nhiên. Máng nước được nâng đỡ bởi thân vòi hình trụ mang đến kiểu dáng đơn giản và hiện đại phù hợp với rất nhiều phong cách bài trí.

Những cảm nhận và trải nghiệm về nước được nâng tầm với đầu sen Beitou đa chức năng. Đầu sen mưa được trang bị các bề mặt phun đa dạng như dòng chảy dạng màn nước, dòng chảy dạng thác nước với tùy chọn đèn LED cam nhạt, trắng ấm áp hay xanh da trời được kích hoạt bởi chuyển động của dòng nước.

“Nhiệm vụ” lớn nhất mà dòng sản phẩm Beitou mang trên mình đó là phản chiếu được trọn vẹn vẻ đẹp tinh túy của nước trong tự nhiên. Với Beitou, đội ngũ thiết kế tại Thượng Hải đã làm nên một kiểu dáng tôn vinh vẻ đẹp của nước và xem đó là giá trị cốt lõi hàng đầu.

Mỗi sản phẩm đều được thiết kế tỉ mỉ với mục đích mang lại tiện ích nhất cho người sử dụng



Với bề mặt mạ Chrome bóng, BST Beitou đem lại một số lựa chọn mặt nạ điều khiển để kết hợp thêm với các thiết bị khác, chẳng hạn như đầu sen gắn tường WaterTile, sen cầm tay, v.v., mà vẫn giữ nguyên vẹn sự hài hòa về mặt thị giác và cảm nhận.

BST Beitou bao gồm 13 sản phẩm như: vòi chậu rửa cao, vòi chậu rửa, bộ sen và vòi bồn tắm cảm biến nhiệt gắn thành bồn, vòi chậu rửa gắn tường, sen tắm gắn tường đa chức năng Beitou sử dụng công nghệ Catalyst Air, Mặt nạ điều khiển 2 chức năng Beitou, cảm biến nhiệt âm tường, Mặt nạ điều khiển 3 chức năng Beitou, cảm biến nhiệt âm tường, Mặt nạ điều khiển 5 chức năng Beitou, cảm biến nhiệt âm tường... Mỗi sản phẩm đều được thiết kế tỉ mỉ với mục đích mang lại tiện ích nhất cho người sử dụng đồng thời tạo cảm giác êm ái, mượt mà.

Với cấu tạo từ các chất liệu bền đẹp, được chế tác bằng những đôi tay khéo léo, tỉ mỉ, các mẫu thiết kế và chuỗi những dòng sản phẩm đa dạng, Kohler mang đến cho người sử dụng những sản phẩm với cam kết về chất lượng ưu việt đồng nhất. Luôn coi trọng công nghệ và thiết kế, sự đa dạng trong sản phẩm của Kohler không ngừng định ra những tiêu chuẩn mới cho thiết kế, chế tác và cải tiến, mang lại cho người tiêu dùng những sự lựa chọn tốt nhất.

Rũ bỏ bộn bề bên ngoài của, thả mình với làn nước tinh khiết, trong một không gian lãng mạn, với các thiết bị tinh tế và tối tân, phòng tắm bỗng chốc trở thành thiên đường thư giãn của riêng bạn. ♥

Liên hệ: Kohler Việt Nam
ĐT: (08) 3744 4399/ (04) 6282 2846
Website: Kohlernv.com



Ferrari LaFerrari Aperta 2017

duy nhất, đặc biệt nhất & hoàn toàn mới

LÀ CHIẾC XE ĐẶC BIỆT RA ĐỜI CHỈ 10 NĂM MỘT LẦN, TRIẾT LÝ CỦA FERRARI LAFERRARI APERTA LÀ DUY NHẤT, ĐẶC BIỆT VÀ HOÀN TOÀN MỚI. CHỈ CÓ 2 CỬA Ở PHẦN EO CÙNG CÁC ĐƯỜNG LỢN TẠO HÌNH TRÊN THÂN XE, VÀ MUI TRẦN ĐÓNG/MỞ TÙY Ý, LAFERRARI APERTA TRỞ NÊN ĐỘC ĐÁO, NỔI BẬT KHÔNG CHỈ ĐỐI VỚI CÁC MẪU FERRARI KHÁC MÀ CÒN VỚI NHỮNG SIÊU XE HIỆN ĐẠI BẬC NHẤT HIỆN NAY.

Điểm khác biệt lớn nhất của Ferrari LaFerrari Aperta đương nhiên nằm ở phần mui đóng/mở tùy ý. Theo hãng Ferrari, khách hàng có thể chọn mui nỉ chỉnh điện hoặc mui cứng bằng sợi carbon tháo lắp bằng tay.

Khi nhìn từ cạnh bên thì cả mui mềm và mui cứng sợi carbon của LaFerrari Aperta khá giống như bản coupe. Tuy nhiên, đã có những thay đổi liên quan tới khí động học đảm bảo rằng khi mở mái và cửa kính kéo lên thì sẽ không bị ảnh hưởng so với khi ngồi trong chiếc coupe.

Sự thay đổi đáng chú ý nhất của siêu xe là phần cánh gió trước dài hơn và phần gầm hạ thấp để giảm tác động của dòng khí xoáy dọc, đồng thời tăng tốc vòng quay của động cơ. Bộ kit aero mới được tạo thành bởi 2 nắp hình chữ L nhỏ trên góc trên của kính chắn gió. Trong trường hợp không có mui cứng sợi carbon, luồng khí được tạo ra, tương tác với dòng chảy phía sau, đẩy nó lên trên, có tác dụng giảm sức nén phía sau của cabin và giảm lực cản.

Chiếc Aperta có cửa xe hình cánh bướm giống như bản coupe LaFerrari, nhưng khi mở cửa ra sẽ thấy một vài sự khác biệt về góc độ ngồi. Đây là kết quả của sự thay đổi hình học của cả phần vòm che bánh xe lẫn hông xe và thêm một chi tiết làm bằng sợi carbon, kết hợp khí động học, cho phép các cánh cửa xoay.

Về nội thất bên trong, Aperta khá giống với các bản coupe khác cả về thiết kế lẫn tính năng. Khoang ngồi thể hiện sự sang trọng như thương hiệu vốn có của Ferrari, với các tính năng phù hợp với xe đua. Ghế ngồi được bọc bằng da Ý mềm hoặc Alcantara, với sự phối hợp màu tinh tế, tạo không gian rộng rãi.

Rất nhiều chi tiết trên LaFerrari Aperta sử dụng vật liệu nhẹ sợi các-bon như bộ điều khiển trung



một đơn vị tái tạo năng lượng KERS. Động cơ V-12 cho công suất 789 mã lực, mô men xoắn 516lp-ft, bộ tái tạo KERS thêm 161 mã lực và mô men xoắn 148lp-ft, vậy nên tổng công suất của Aperta là 950 mã lực và mô men xoắn 66 lp-ft.

Hệ dẫn động hybrid mạnh mẽ cho phép Ferrari LaFerrari Aperta tăng tốc từ 0-96 km/h trong thời gian dưới 3 giây, 0-200 km/h trong 7 giây, 0-300 km/h trong 15 giây và đạt vận tốc tối đa 350 km/h.

Về mức tiêu thụ nhiên liệu, tiêu thụ 14,7 lít/100km đường cao tốc, 19,6 lít/100km đường thành phố, 16,8 lít/100km khi đi kết hợp. LaFerrari cũng tuyên bố rằng, siêu xe này sẽ thải ra 330g CO2/km. Ngoài ra, hãng không cung cấp bất cứ một thông số kỹ thuật nào liên quan tới chiếc siêu xe này.

Hãng Ferrari chỉ xuất xưởng đúng 209 chiếc LaFerrari Aperta, 200 chiếc đã được bán cho khách hàng trên toàn thế giới (từ trước khi trình làng trong triển lãm Paris 2016). 9 chiếc còn lại được Ferrari giữ để trưng bày tại các sự kiện trong năm 2017, thời điểm kỷ niệm 70 năm thành lập hãng. Giá khởi điểm lên đến 1,86 triệu Euro, tương đương 2 triệu USD. ♥

Siêu xe Ferrari LaFerrari lần đầu tiên được ra mắt công chúng vào năm 2013, trở thành chiếc xe đua có sức hấp dẫn nhất thậm chí vượt qua cả những dòng xe đua khủng như McLaren P1 và Lamborghini Veneno. Không chỉ là mẫu siêu xe tốc độ cao nhất mà thánh địa Maranello đã chế tạo, LaFerrari cũng là mẫu xe đua Ferrari đầu tiên sử dụng hệ thống truyền động hybrid. Siêu xe Ferrari LaFerrari được kế thừa những ưu điểm của các mẫu Enzo và F50, nhưng LaFerrari là chiếc Ferrari đầu tiên không do Pininfarina thiết kế kể từ năm 1973.

Chỉ có 499 chiếc được sản xuất với giá khoảng từ 1,7 triệu USD, LaFerrari lập tức khiến những người mê siêu xe phải gấp rút móc ví đặt hàng và Ferrari hết sạch hàng chỉ sau vài tháng.



tâm, vô lăng, các bảng cửa và sàn xe, kể cả ghế để giảm trọng lượng xe. Với phần mái di động người lái xe sẽ có cơ hội tận hưởng thế giới xung quanh mà không bị giới hạn và có thể cảm nhận tiếng gầm mãnh liệt của cỗ máy V-12.

LaFerrari Aperta sử dụng hệ thống truyền động hybrid cộng với động cơ V-12 dung tích 6,3-lít và



TỪ BỎ VỊ TRÍ NGƯỜI ĐIỀU HÀNH MỘT CÔNG TY DƯỢC CHUYÊN NHẬP KHẨU VÀ PHÂN PHỐI CÁC SẢN PHẨM THUỐC TÂN DƯỢC LỚN MẠNH, VỚI DOANH THU VÀI TRĂM TỶ ĐỒNG MỖI NĂM, VỊ DOANH NHÂN TUỔI U40 RẼ SANG CON ĐƯỜNG MỚI THEO ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN KHÁC HẸN: THEO ĐUỔI ƯỚC MƠ NGHIÊN CỨU VÀ PHÁT TRIỂN CÁC SẢN PHẨM CÓ NGUỒN GỐC TỪ NGUỒN DƯỢC LIỆU THỂ MẠNH CỦA VIỆT NAM BẰNG VIỆC ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ BẢO CHẾ HIỆN ĐẠI.

Xây dựng công ty từ con số không, sau 3 năm, Dược sĩ Phan Văn Hiệu đã cùng người đồng hành xây dựng nên một doanh nghiệp gặt hái thành công. Công ty Dược Mỹ phẩm CVI với sứ mệnh kết nối chuỗi giá trị 3 nhà: nhà nông, nhà khoa học và doanh nghiệp giúp nâng cao giá trị sản phẩm từ dược liệu thuần Việt, với nhiều thương hiệu sản phẩm uy tín. CVI không chỉ đem đến những sản phẩm thay thế một số thuốc ngoại nhập mà còn hướng tới xuất khẩu.

Người Dẫn Đầu trò chuyện cùng Thạc sỹ - Dược sỹ Phan Văn Hiệu về sứ mệnh mà CVI đang theo đuổi, cũng như tâm huyết của một vị doanh nhân từng là sinh viên xuất sắc của Đại học Dược Hà Nội và nhận học bổng Furyo của Chính phủ Nhật Bản.

Từ bỏ vị trí CEO của một công ty dược phẩm lớn chuyên kinh doanh thuốc nhập khẩu để theo đuổi một con đường đầy chông gai, hẳn không phải đơn giản. Ông có thể chia sẻ cách làm của mình?

Làm việc trong công ty dược phẩm nhập khẩu và phân phối dược phẩm ngoại hơn 10 năm là bước đệm để kiếm tiền và tích lũy kinh nghiệm làm thị trường. Năm 2012, cảm thấy đã có đủ nội lực để thực hiện mong muốn lâu nay của mình, tôi cùng với anh bạn thân Nguyễn Trường Thành đồng sáng lập CVI.

Định hướng chiến lược của chúng tôi là kết nối những ứng dụng công nghệ hiện đại vào các vị thuốc dân gian để nâng cao giá trị của thảo dược truyền thống, tạo ra các sản phẩm thuần Việt thay thế thuốc nhập khẩu. Hiện CVI đang ứng dụng công nghệ nano tiên tiến của thế giới mà các nhà khoa học Việt Nam đã làm chủ công nghệ.

Để phát triển sản phẩm, chúng tôi kết hợp với các trung tâm nghiên cứu thuộc viện Khoa học công nghệ Việt Nam cùng khai thác các đề tài khoa học và công nghệ cao, từ đó ứng dụng cho sản xuất dược phẩm để tạo ra các sản phẩm có hiệu quả điều trị cao và chăm sóc sức khỏe cho cộng đồng; khai mở thị trường rồi mới đầu tư vào sản xuất. Chúng tôi kết nối các nguồn lực và hợp tác chặt chẽ để cùng phát triển thành công.

Có thể hình dung cụ thể chiến lược này qua thành công của dòng sản phẩm ứng dụng công nghệ Nano

Curcumin. Tiêu biểu là nhãn hàng Cumargold hiện đem lại nguồn thu trên 100 tỷ đồng/năm cho CVI. Câu chuyện bắt đầu vào năm 2013, chúng tôi tìm thấy đề tài nghiên cứu về công nghệ Nano đã được nghiệm thu tại Viện Hàn Lâm Khoa học & Công nghệ Việt Nam. Chúng tôi cùng kết hợp với Viện để phát triển đề tài đó thành công nghệ Nano Curcumin ứng dụng vào sản phẩm phòng và trị bệnh. Viện đã chuyển giao công nghệ này thành công cho chúng tôi, từ đó chúng tôi cho ra đời sản phẩm Cumargold có công dụng hỗ trợ điều trị viêm loét dạ dày tá tràng và ung thư, sau đó là một seri các sản phẩm có các công dụng khác nhau dựa trên nền tảng nguyên liệu cốt lõi là Nano curcumin.

Là doanh nghiệp đầu tiên của Việt Nam ứng dụng công nghệ Nano Curcumin vào sản phẩm phòng và trị bệnh, CVI tạo được tiếng vang lớn với dòng dược phẩm bảo chế từ củ nghệ vàng trồng ở Việt Nam. Cá nhân ông đánh giá thế nào về thành công này?

Câu chuyện về Cumargold cho thấy hiệu quả của việc ứng dụng công nghệ hiện đại vào phát triển sản phẩm, gia tăng hiệu quả và thay đổi cách dùng. Người dân Việt Nam vốn có hiểu biết về sử dụng tinh bột nghệ truyền thống để chữa dạ dày, ngứa ung thư, làm đẹp... tuy nhiên hiệu quả chưa rõ ràng, cách dùng còn rườm rà, tinh bột nghệ lẫn nhiều tạp chất gây nóng. Cumargold được đón nhận bởi đây là tinh nghệ nano có tác dụng gấp nhiều lần so với tinh bột nghệ thường, được loại bỏ tạp chất, được trình bày trong viên nang gọn gàng, thuận tiện cho người dùng.

Ngay sau khi công bố công nghệ sản xuất Nano curcumin từ nghệ, chúng tôi nhận được nhiều lời mời hợp tác của các khách hàng đến từ nhiều quốc gia như Pháp, Indonesia, Pakistan, Đan Mạch... Họ muốn CVI làm đối tác gia công cho họ, còn sản phẩm sẽ phải mang thương hiệu của họ. Chúng tôi đã từ chối những lời mời này, chúng tôi không thể biến mình thành nhà sản xuất gia công dưới tên thương hiệu khác. Thay vì vậy chúng tôi tập trung vào việc phát triển thị trường trong nước, đồng thời tìm kiếm cơ hội đưa sản phẩm ra nước ngoài dưới tên thương hiệu của CVI. Sau khi khảo sát nhu cầu của thị trường quốc tế, công ty đã đăng ký bảo hộ thương hiệu tại thị trường Bắc Mỹ và sẽ tiến vào thị trường này trong năm 2017.

Ngoài dòng sản phẩm tinh nghệ nano, CVI có kế hoạch khai thác dược liệu nào khác?

Mở rộng sự hợp tác với nhiều nhà khoa học trong các lĩnh vực khác nhau. Hiện nay chúng tôi đã làm chủ nhiều công nghệ bào chế và chiết xuất hiện đại. Kết nối với các nhà cung cấp đầu tư chuyên sâu vào



Định hướng chiến lược của chúng tôi là kết nối những ứng dụng công nghệ hiện đại, vào các vị thuốc dân gian để nâng cao giá trị của thảo dược truyền thống, tạo ra các sản phẩm thuần Việt thay thế thuốc nhập khẩu.

trồng dược liệu công nghệ cao. Trong thời gian tới, chúng tôi chọn hướng đầu tư vào những cây thảo dược thể mạnh của Việt Nam có thể phát triển đại trà và đã được đưa vào nghiên cứu chuyên sâu trong nhiều công trình khoa học trên thế giới. Hiện ở Việt Nam có một số cây đáp ứng được đó là: nghệ, gấc, tỏi, gừng, ba kích, sâm Ngọc Linh, tam thất...

CVI sẽ nghiên cứu và khai thác các loài cây này để ra mắt một sản phẩm hỗ trợ điều trị ung thư, kết hợp Nano Curcumin, Fucooidan chiết tách từ tảo nâu và Saponin từ tam thất. Ngoài ra, chúng tôi đang nghiên cứu khai thác cây ba kích tím ở Quảng Ninh. Loài cây này có các nhóm hoạt chất giúp chống ô xy hóa, chống loãng xương, cải thiện sinh lý cho nam giới, giảm béo. CVI sẽ ứng dụng công nghệ nano chiết tách các hoạt chất quý và mang các tác dụng cộng hợp của ba kích tím, để tạo nên sản phẩm tiện lợi, cải thiện hiệu quả chứng suy giảm sinh lý nam với tác dụng cao. Dự kiến tháng 5/2017 sẽ có sản phẩm đến tay cộng đồng.

Niềm vui lớn nhất của tôi là kinh nghiệm về dược học dân gian được thăng hoa thành sản phẩm chăm sóc sức khỏe hiệu quả, tiện dụng nhờ biết tận dụng sức mạnh công nghệ hiện đại. Tiềm năng của cây thuốc Việt còn lớn lắm, còn rất nhiều ý tưởng để tôi theo đuổi.

Xin cảm ơn ông. Xin chúc ông sức khỏe và nhiều thành công cùng dược liệu Việt! ♥



Hoàng Mỹ Liên - Sáng lập Hải Liên Marketing Communications:
Người tạo nên NGÔN NGỮ cho những món quà

LỰA CHỌN ĐƯỢC ĐỐI TÁC TIN CẬY VÀ CHUYÊN NGHIỆP CUNG CẤP DỊCH VỤ QUÀ TẶNG TRỌN GÓI CAO CẤP TỪ Ý TƯỞNG QUÀ TẶNG CHO ĐẾN THIẾT KẾ, SẢN XUẤT VÀ DỊCH VỤ HẬU CẦN LÀ MONG MUỐN CỦA NHIỀU DOANH NGHIỆP. HẢI LIÊN MARKETING COMMUNICATIONS ĐƯỢC NHIỀU ĐỐI TÁC "CHỌN MẶT GỬI VÀNG" CHO NHỮNG MÓN QUÀ QUAN TRỌNG. NGƯỜI DẪN ĐẦU CÓ CUỘC TRÒ CHUYỆN VỚI CHI HOÀNG MỸ LIÊN, NGƯỜI SÁNG LẬP VÀ ĐIỀU HÀNH CÔNG TY HẢI LIÊN HƠN 16 NĂM QUA. VỚI CHI MỖI SẢN PHẨM QUÀ TẶNG ĐỀU CHỨA ĐỰNG MỘT CÂU CHUYỆN Ý NGHĨA.

Hơn 10 năm trước dịch vụ quà tặng cao cấp vẫn còn khá xa lạ với nhiều người Việt nam. Con đường nào đưa chị tới nghề này?

Tôi đam mê thiết kế từ nhỏ. Sau khi tốt nghiệp PTTH, tôi theo học thiết kế đồ họa và làm việc tại công ty 3D MARCOM – một công ty thiết kế và thi công hàng đầu tại Hà nội thời đó. Được làm việc trong môi trường chuyên nghiệp và thử sức với các công việc khác nhau, tôi tích lũy được kinh nghiệm trong nghề. Nhưng có lẽ động lực thúc đẩy tôi dần thân vào lĩnh vực dịch vụ và yêu thích những quà tặng thẩm mỹ là thời gian làm tại công ty phân phối sô-cô-la Bỉ tại Việt Nam. Sự hấp dẫn của sô-cô-la không chỉ bởi sự thơm ngon mà ở cả vẻ đẹp bắt mắt và những hộp sô-cô-la nhiều màu sắc, vậy nên nó luôn là một món quà hấp dẫn vượt thời gian và biên giới.

Sau này, khi làm về dịch vụ quà tặng tôi vẫn luôn bị ám ảnh bởi sự mê hoặc của những món quà sô-cô-la và coi đó là tiêu chí để tôi và các cộng sự xây dựng những ý tưởng quà tặng cho khách hàng sau này. Đến nay, Hải Liên đã trở thành một nhà cung cấp giải pháp quà tặng trọn gói từ xây dựng ý tưởng, thiết kế, sản xuất đến giao hàng.



Và các sản phẩm của chị đã chinh phục khách hàng như thế nào?

Con đường chinh phục sự tin tưởng và hài lòng của khách hàng của chúng tôi là nhờ sự tìm tòi và sáng tạo. Tôi và các cộng sự luôn tìm tòi ra những cách xử lý mới, các chất liệu độc đáo để mỗi sản phẩm có những màu sắc riêng, nhưng khi cạnh gần nhau đều thể hiện phong cách của quà tặng Hải Liên. Sự tìm tòi đối với tôi là một việc rất tự nhiên. Cùng với óc thẩm mỹ được bồi đắp qua nhiều năm, sự tìm tòi của chúng tôi đã mang lại những món quà được khách hàng đánh giá cao. Ví dụ như từ mong muốn của một khách hàng là một ngân hàng, tôi và các cộng sự đã đưa ra những sản phẩm tre khảm đồng vừa truyền thống nhưng lại độc đáo. Cho đến nay, chúng tôi đã được rất nhiều khách hàng tin cậy cho những "ca khó", đặc biệt là các ngân hàng, ví dụ như HDBank, PVcombank, TPBank...

Đó là những điều tốt đẹp tôi mong muốn gửi gắm trong những món quà tặng đến với mọi người, nâng cách tặng quà lên một tầm cao hơn, tinh tế hơn.



Điều gì khiến Hải Liên đang thành công với các ấn phẩm lịch thiết kế độc quyền lại chuyển hướng sang cung cấp dịch vụ quà tặng trọn gói?

Thực ra tôi coi lịch Tết cũng là một món quà do vậy cần thiết phải đầu tư nhiều công sức cho mỗi quyển lịch Tết, giống như khi đưa ra ý tưởng cho mỗi món quà. Mà đã gọi là quà tặng thì ngoài giá trị sử dụng thì cần mang giá trị tinh thần, giá trị văn hóa. Có dịp làm việc với các doanh nghiệp, tôi nhận ra một điều: họ sẵn sàng dành ngân sách

đáng kể cho hoạt động tiếp thị và thương hiệu, với điều kiện phải chứng minh được hiệu quả. Quà tặng doanh nghiệp là một trong số các công cụ đó, nhưng thị trường quà tặng của Việt nam còn khá hạn chế, ít sáng tạo. Mong muốn làm điều ý nghĩa hơn cho khách hàng, để đồng tiền họ bỏ ra xứng đáng, tôi đã triển khai chiến lược kinh doanh mới, tập trung vào mảng dịch vụ quà tặng cao cấp trọn gói cho doanh nghiệp.

Những giá trị mà quà tặng Hải Liên mang lại cho khách hàng là gì?

Cách cũ xưa có câu : Cửa cho không bằng cách cho. Nhiệm vụ Hải Liên là thay đổi nhận thức của khách hàng về cách tặng quà theo kiểu truyền thống và nâng tầm giá trị của quà tặng thông qua cách thức thể hiện. Đó là những điều tốt đẹp tôi mong muốn gửi gắm trong những món quà tặng đến với mọi người, nâng cách tặng quà lên một tầm cao hơn, tinh tế hơn. Khi chọn công ty Hải Liên làm đối tác cung cấp sản phẩm quà tặng, khách hàng được tư vấn chu đáo từ ý tưởng, cung cấp các giải pháp phù hợp và cùng nhau xây dựng nên câu chuyện ý nghĩa trong mỗi món quà.

Trên thị trường quà tặng hiện nay, sự cạnh tranh cũng không còn nhỏ như gần 20 năm trước. Sản phẩm Hải Liên có gì khác biệt, độc đáo?

Tuy hiện nay có nhiều công ty quà tặng nhưng tôi có thể khẳng định dịch vụ quà tặng của Hải Liên thì chưa có công ty nào làm như vậy. Hải Liên đã chọn cho mình cách làm dịch vụ rất khác biệt mà đòi hỏi sự đầu tư cho cả một bộ máy vận hành từ nhân sự cho đến nguồn lực được tích lũy và củng cố qua nhiều năm.

Sự say mê và tình yêu với các chất liệu truyền thống đã thôi thúc tôi chọn các chất liệu của Việt nam như sơn mài, tre, gấm, đồng....để làm điểm nhấn cho các mẫu quà tặng của Hải Liên. Mỗi món quà đều mang một câu chuyện, gửi vào đó cái tâm của người tặng, sự trân trọng của người nhận và tâm huyết, niềm đam mê của người sáng tạo ra chúng.

Với những người sản xuất, đó là sự cầu kỳ của người thiết kế, là sự chần chừ, tùy mẫn đến từng góc cạnh của nghệ nhân, là sự chau chuốt của những người thợ lắp ráp, hoàn thiện sản phẩm. Những bộ quà tặng của Hải Liên không chỉ đơn giản được đặt vào một chiếc hộp đựng đẹp, sang trọng, mà sau khi sử dụng xong, người nhận có thể giữ những chiếc hộp như những tác phẩm nghệ thuật hay biến chúng trở thành những món đồ tiện



ích trong gia đình. Từng món quà còn được khắc tên người nhận, cùng với thiệp chúc, túi đựng...chứa đựng bao tâm tình của người trao gửi.

Chị có thể chia sẻ bí quyết để đưa Hải Liên đạt được những thành công như hiện nay?

Với tôi, tất cả đều xuất phát từ sự chân thành. Chân thành với đối tác, nhân viên và với chính bản thân mình. Chân thành với khách hàng, tôi chỉ hứa những điều mình có thể làm được và bằng mọi cách phải làm được để giữ uy tín cho công ty. Trong công việc, chắc chắn không tránh khỏi những sai sót, bất đồng quan điểm, nhưng tôi luôn ngồi cùng khách hàng, tìm hướng giải quyết hợp tình, hợp lý nhất. Nếu sai, mình sẵn sàng xin lỗi và thành tâm sửa chữa những khuyết điểm của mình. Với nhân viên, tôi tạo cho họ một môi trường yên tâm làm việc, đối xử rõ ràng, minh bạch, và luôn mong muốn truyền cho các bạn trẻ niềm đam mê, không ngừng mơ ước để tạo ra giá trị tốt đẹp nhất cho bản thân và cộng đồng.

Có lẽ chính sự chân thành đó đã giúp tôi có thêm nhiều người bạn thân thiết, cùng nhau đi suốt chặng đường dài, sẵn sàng cùng nhau giải quyết khó khăn trong công việc và cuộc sống.

Mùa quà tặng cuối năm đang đến, Hải Liên có kế hoạch gì cho năm nay?

Mùa Tết năm nay, chúng tôi phát triển các bộ quà tặng đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng về các nhóm quà khác nhau với các mức ngân sách. Do đó, khách hàng có thêm sự lựa chọn tùy theo nhóm khách hàng và ngân sách mà vẫn đảm bảo sự trang trọng, tinh tế của từng món quà tặng.

Năm nay, chúng tôi cũng giới thiệu thương hiệu quà tặng ẩm thực Moon n Sun với gần 20 mẫu quà Tết, phục vụ các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Đó là những hộp quà tặng được thiết kế tinh tế, sang trọng với các loại mứt Tết hoa quả sấy dẻo của Việt Nam.

Xin cảm ơn chị. ♥



Chị Hoàng Mỹ Liên, sinh năm 1977, là người sáng lập và điều hành công ty Hải Liên Marketing Communications

Tham khảo sản phẩm của công ty tại: **Hải Liên Gift Boutique**: 64A Quán Sứ, Quận Hoàn Kiếm, HN và 115 Hai Bà Trưng, Quận 1, TP. HCM

ANNIVERSARY 5 YEARS

vietjet Air.com

SĂN MÁY BAY VÀNG ĐÓN NGÀN NIỀM VUI

Vé chỉ từ **5000đ** (*)

5 TRIỆU VÉ CHO TOÀN MẠNG BAY

Bay khắp Việt Nam & Quốc tế

- HONG KONG
- THÁI LAN
- HÀN QUỐC
- SINGAPORE
- ĐÀI LOAN
- MALAYSIA
- MYANMAR

NGÀY NÀO CŨNG TRÚNG VÉ

TUẦN NÀO CŨNG TRÚNG VÀNG

Hàng ngàn quà tặng đang chờ đón bạn bay từ 28/12/2016 - 28/02/2017

Bay là Thích ngay!

Mừng sinh nhật 5 năm, săn ngay 5 triệu vé chỉ từ 5,000 đồng cực "hot" vào 12h -14h mỗi ngày từ 28/12/2016 - 28/2/2017 tại www.vietjetair.com. Chương trình áp dụng cho toàn mạng bay trong nước & quốc tế của Vietjet.

Đặc biệt, các hành khách mua vé thành công trong khung giờ vàng 12h - 14h sẽ được tham gia chương trình siêu may mắn "Săn máy bay vàng - Đón ngàn niềm vui" với hàng ngàn cơ hội rút thăm trúng thưởng các quà tặng giá trị:

- Giải đặc biệt: Máy bay 01 kg vàng
- Giải tuần: 01 chỉ vàng
- Giải ngày: Vé máy bay miễn phí

Truy cập www.vietjetair.com từ 12h - 14h mỗi ngày để Bay là Thích ngay & nhận khuyến mãi mỗi ngày cùng Vietjet.

MUA VÉ Ở ĐÂU?

www.vietjetair.com <https://m.vietjetair.com> www.facebook.com/vietjetvietnam mục "Đặt vé"

Thanh toán ngay bằng các loại thẻ Visa/Master/AMEX/CB/thẻ ATM của 29 ngân hàng lớn tại Việt Nam.
(*) Điều kiện và điều khoản

Hotline 19001886

TẶNG ĐẾN
300.000 VNĐ



Quẹt thẻ Vietcombank Visa Debit, rinh lộc may mắn về nhà

- Ưu đãi 1: Hoàn **150.000** đồng cho giao dịch đầu tiên của chủ thẻ
Ưu đãi 2: Hoàn tiếp **10%** cho giao dịch tiếp theo, tối đa **150.000** đồng
Từ 15/10/2016 đến 31/12/2016

