

01

2 ĐẸP

FEB
2021

TẠP CHÍ
MỸ THUẬT ỨNG DỤNG

MINIMAL

EVERYTHING STARTS FROM NOTHING

10

OPENING

Một năm
“đơn sắc” mới

18

BEAUTY

Vẻ đẹp
nguyên bản

50

FASHION

Hình ảnh
của tối giản

84

ARCHITECTURE

Không gian
vắng lặng





EDITOR'S LETTER

Mọi sự đủ đầy đều khởi sinh từ trống rỗng. Mọi sự thành công đều bắt nguồn từ số không. Và mọi vẻ đẹp đa dạng trong cuộc đời này đều phân nhánh từ điều tối giản nhất gọi là Bản Nguyên. Ta chợt nhận ra rằng, cầu kỳ là những nhánh cây đầy lá, để rồi không sớm thì muộn, lá cũng rụng về cội, ta lại khao khát sự đơn giản trong một bối cảnh tự nhiên, mà ở đó ta tự do, phóng khoáng, ta thoả sức phá vỡ mọi biên độ, mọi giới hạn để tiếp tục nảy mầm những đa dạng mới.

Quý độc giả thân mến, trên tay bạn là số đầu tiên của tạp chí 2Đẹp dưới dạng bản in. Lúc bạn mở những trang giấy này, một mùa xuân mới đã lại về ở khắp mọi nơi. Và để bắt đầu cho một năm 2021 tràn đầy hy vọng vào những điều tốt đẹp đang chờ phía trước, chúng tôi chọn chủ đề Tối giản - Minimal như một cách học hai chữ “bình thường”. Bình thường với Một năm “đơn sắc” mới (Opening), với Vẻ đẹp Bản nguyên (Beauty), Hình hài của Tối giản (Fashion) và Không gian vắng lặng (Architecture). Sự bình thường vốn rất dịu dàng và gần gũi, nhưng tin chắc sẽ mở ra một chân trời xúc động với cái đủ. Và có lẽ khi biết đủ, ta sẽ biết hạnh phúc.

Trước khi kết thư, xin trích một đoạn thơ trong bài Xuân của cố thi sĩ Xuân Diệu:

“...Tôi đi giữa buổi đầu ngày, đi giữa
Buổi đầu xuân - đi giữa buổi đầu tiên
Như sáng nay cuộc đời vừa mới mở.
Và ban đầu cây với gió cười duyên.”

**Managing Editor
Nam Thi**

**HIỆP HỘI THIẾT KẾ MẪU &
SÁNG TẠO MỸ THUẬT VIỆT NAM**
Tạp chí Mỹ thuật Ứng dụng

Tổng Biên Tập
Luong Xuan Duc

**Phụ trách sản xuất /
Production Director**
Tony Cao

**Trưởng ban nội dung /
Managing Editor**
Nam Thi

**Giám đốc sáng tạo /
Creative Director**
Dany Nguyen

**Thiết kế mỹ thuật /
Art Designer**
Quan Nguyen & Dang Nguyen

**Phát triển kinh doanh /
Sales & Marketing**
Cham Tran

Phó Trưởng ban Tạp chí điện tử
Quyên Do

Thư ký tòa soạn Tạp chí điện tử
Hoang Hong & Ha Chan

Cố vấn / Advisor
Chi Lemon
Kendall Nguyen
Chau Tran

**Tòa soạn /
Editorial Department**
P105 E4, Tập thể Thanh Xuân Bắc,
quận Thanh Xuân, Hà Nội, Việt Nam

**Giấy phép xuất bản /
Publication Permit**
No.59/GP-BTTTT

Printed at
Tran Chau Phuc Co., Ltd.



CONTENTS

2 Intro

5 Editor's Letter

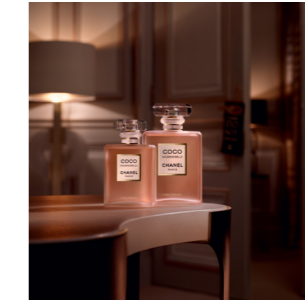
6 Credits

10 I. Opening

12 Đơn giản để hạnh phúc hơn.

18 II. Beauty

20 Hương đêm dịu dàng.



26 Mùi hương quy chiếu tâm hồn.

32 CEO Nguyễn Diệu Linh:
Cứ mơ và tiến lên, thành công
sẽ đến!



40 Mái tóc của nàng thơ.

44 Hoa hậu Ngọc Hân: Cái nết rất
"kết" cái đẹp.

50 III. Fashion

52 Art Class: Khoác tấm áo tối giản
cho biểu tượng tối đa.

68 Thời trang trong suốt và sự trưng
bày nội tâm.

72 Gia Studios: Bản Haiku của thời
trang.



84 IV. Architecture

86 Lâm Giang Khang House: Tối giản
triển lãm tâm hồn.

94 Wendelbo: Sự tinh tế tối giản của
không gian sống.



100 Outro

I.

Opening

Một Năm “Đơn Sắc” Mới

Đơn giản hơn để hạnh phúc hơn

Chúng ta bắt đầu năm mới khi cả thế giới đang dần dọn dẹp những hỗn loạn vì đại dịch toàn cầu, không khó để bạn có thể liệt kê ra những mất mát và trì trệ một năm qua ảnh hưởng như thế nào lên nhịp sống thường ngày của mỗi người. Giữa những khó khăn ấy, tối giản trở thành từ khóa được tìm kiếm và nhắc đến nhiều nhất trong các cuộc đối thoại, phong cách tối giản như một luồng gió sáng khoái thổi qua, xua tan những sự rối ren trong tâm trí và cuộc sống.

Editor Thư Vũ Photo Source Sư tầm





Muốn biết chúng ta cần tối giản đến đâu, hãy bắt tay vào dọn dẹp

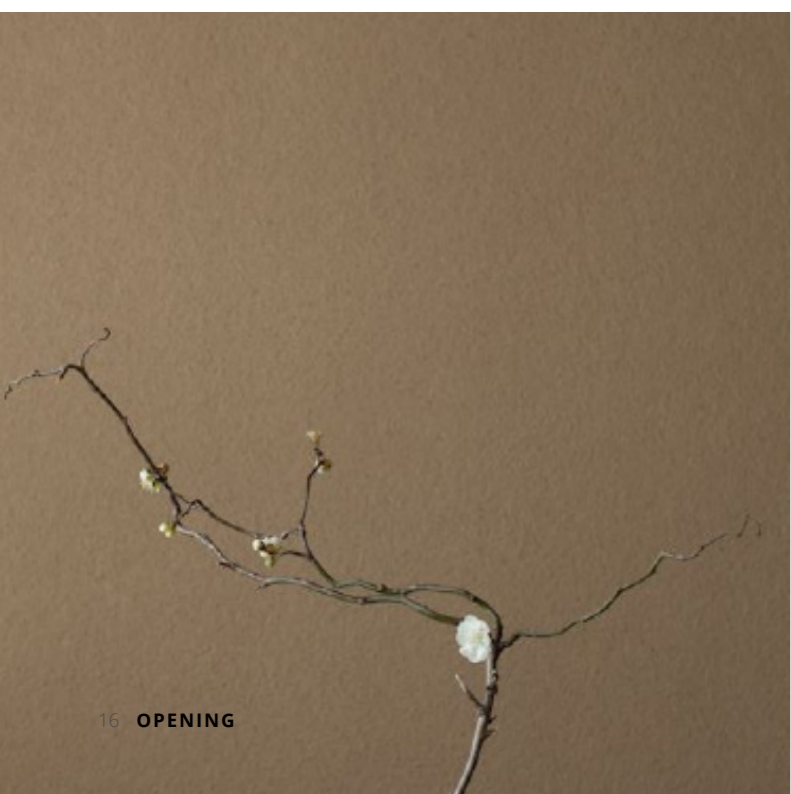
2020 bắt đầu với thật nhiều những ước vọng thành sự lạc quan, rằng khi bắt đầu một thiên niên kỷ mới, chúng ta có nhiều hơn những may mắn và sự mới mẻ, chúng ta sẵn sàng cho một hành trình nhiều thử thách, chúng ta lên kế hoạch cho những dự định lớn lao, nhưng rồi mọi thứ đều phải tạm dừng vì một con virus. Năm 2020 - khi mọi kế hoạch đều bị hủy, dọn dẹp trở thành một niềm an ủi to lớn, đồng thời cũng là một cơ hội để nhìn lại. Một số nghiên cứu tâm lý đã chỉ ra rằng, dọn dẹp có tác dụng rất tốt lên tinh thần của chúng ta. Giữa những mông lung, bất định, việc dọn dẹp khiến ta nhìn lại mọi thứ xung quanh, cân nhắc giữa những thứ loại bỏ hay giữ lại, kiểm soát một không gian của riêng bản thân. Không chỉ ở ngôi nhà, chúng ta còn có thể dọn dẹp cả các mối quan hệ xã hội, từ tủ quần áo đến các món đồ công nghệ, hay thậm chí là tâm trí của chính mình.

Đã bao giờ bạn ngồi sắp xếp lại các sự kiện trong cuộc đời mình? Điều gì khiến cuộc sống của bạn dễ dàng hơn? Những kế hoạch nào bạn đã hoạch định từ lâu nhưng vẫn chưa thể thực hiện? Món đồ gì bạn đã mua và quên mất nó tồn tại? Nhìn lại những thứ đã xảy ra và tương tác thường xuyên với chúng. Hiểu được giá trị cốt lõi của những thứ bạn đang sở hữu và hài lòng với điều đó là bước đầu tiên để đi đến lối sống tối giản. Không cần phô trương, không cần hào nhoáng, chỉ cần những gì thật sự quan trọng với bạn và giúp ích cho bạn trong cuộc sống hàng ngày là đủ. Hiểu được thế nào là "đủ" cũng sẽ khiến bạn cảm thấy hạnh phúc hơn.

1. Thiết kế hoa Ikebana của bậc thầy Ikebana Toshiro Kawase



Đi qua một năm thế giới oằn mình với những chuyện buồn và lao đao, ai cũng đã tìm thấy cho mình những bài học và trải nghiệm cá nhân riêng. Chúng ta tìm ra những điều thiết yếu trong cuộc sống giữa cơn đại dịch, học cách biết ơn những gì cuộc sống này đã mang lại cho mình, cân bằng giữa sức khỏe và công việc, dọn dẹp, chăm chút cuộc sống và bản thân cẩn chu hơn, biết yêu thương mình và mọi người xung quanh vì chính những điều tốt đẹp nhất, không cần quá quan tâm đến sự đánh giá hay phán xét của ai khác.



Để cho mình những khoảng trống vừa đủ trong suy nghĩ và cuộc sống



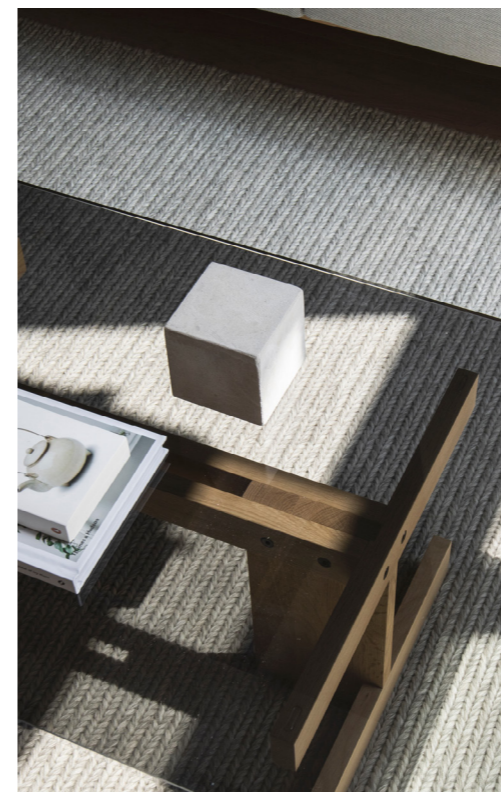
1. Căn hộ Kinuta Terrace tại Tokyo được thiết kế bởi Keiji Ashizawa và Norm Architects

Nhà văn Alice Williams đã từng có một nghiên cứu về đất nước Nhật Bản và kết luận rằng nếu có thể làm chủ được thời gian mỗi ngày của mình, bạn sẽ cảm thấy hạnh phúc hơn. Do đó, để kiểm soát được thời gian, bạn cần ăn tốt hơn, mặc đơn giản hơn, sống lành mạnh hơn nhưng không quá bận tâm đến nó. Và một trong những cách để không quá bận tâm đến mọi thứ, đó là dành một chút thời gian cho việc dọn dẹp suy nghĩ trong đầu.

Thử nghĩ về ngày hôm qua xem, có bao nhiêu khoảng thời gian trong ngày đầu bạn thực sự rảnh, trống không, không suy nghĩ về một chuyện gì đó? Không nhớ lại chuyện quá khứ, cũng không tưởng tượng các viễn cảnh tương lai. Nếu may mắn, bạn sẽ có vài khoảng trống như vậy vào lúc chạy xe, lúc tắm, lúc chuẩn bị ngủ. Mà có khi những lúc đó não bạn cũng đang suy nghĩ hết công suất luôn. Bởi vì nhịp sống của chúng ta lúc nào cũng phải cân chỉnh để chạy kịp theo guồng quay chung. Chạy mãi với tốc độ cao đương nhiên sẽ làm bạn mỏi mệt. Những lúc như thế, chúng ta có quyền cho mình đi chậm lại bằng cách hướng sự quan tâm ngược về bản thân, để cơ thể có những khoảng nghỉ cần thiết, để tâm trí và tinh thần có thể giản lược những suy nghĩ, lo lắng.

Những suy nghĩ và ý tưởng xuất thần thường xuất hiện vào những lúc nào chúng ta "rỗng", giống như nước ở dòng sông sẽ trong và nhìn rõ khi cát lắng hết xuống đáy. Năm mới chính là cái cơ để chúng ta dành thời gian dọn dẹp tâm trí để tâm trí có những lúc sạch sẽ, gọn gàng, thoáng đãng như dọn nhà.

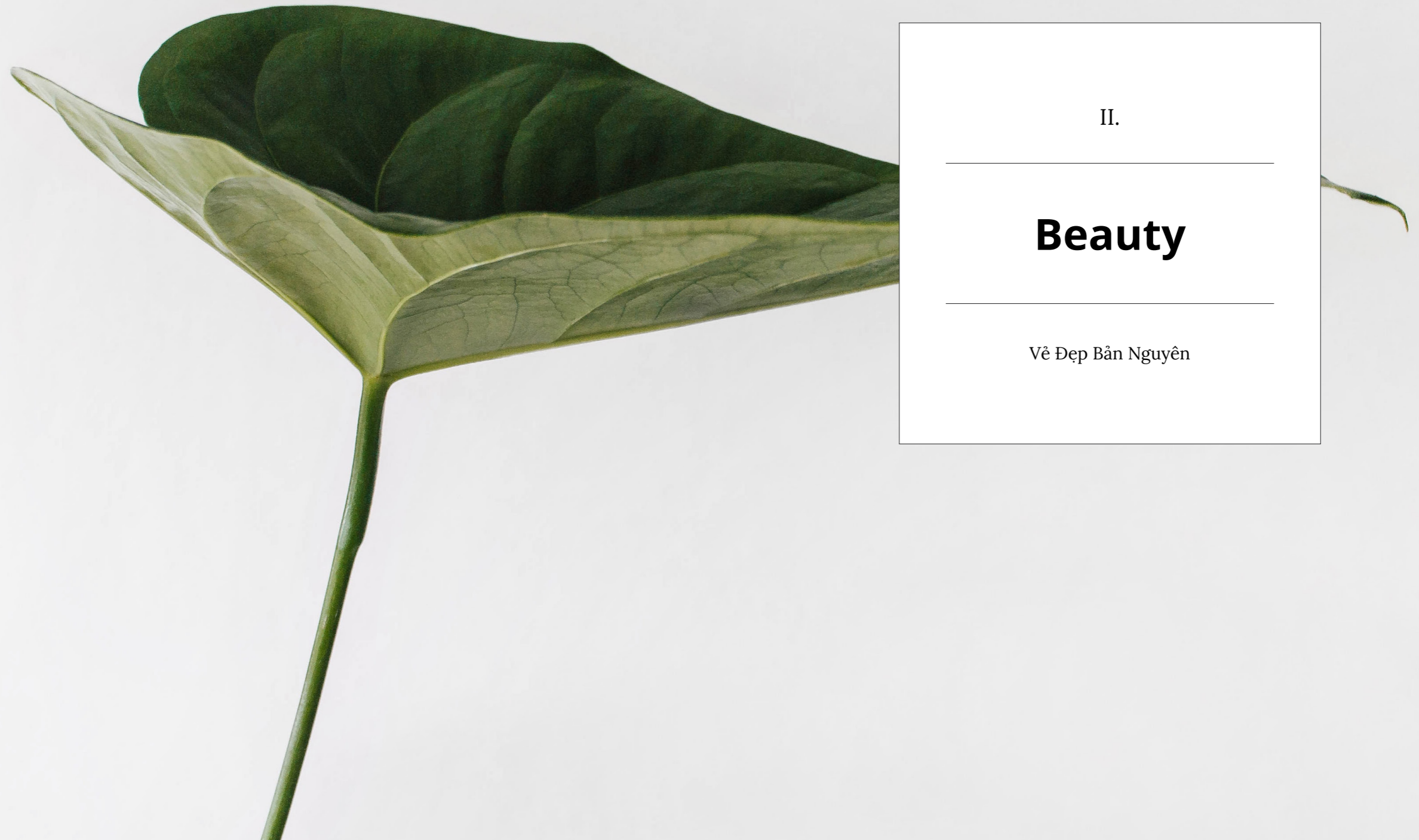
Đón năm mới tối giản thật ra là gạn lọc hết những rườm rà hình thức để một mùa xuân thật sự gõ cửa trái tim ta. Tối giản đâu phải cứ "vứt bỏ" hết mà là chọn lọc một cách sáng tạo để tạo nên một bản sắc riêng của mình.



2021 nhắc chúng ta rằng năm mới không cần cứ phải bắt đầu với một to do list dài dằng dặc hay những mục tiêu lớn lao. Khi thế giới bị cuốn đi trong vòng xoáy của chủ nghĩa tiêu dùng, áp lực phát triển và thành tựu cá nhân thì những biến cố xuất hiện để chúng ta hiểu được hạnh phúc nhiều khi không phụ thuộc vào những vật chất xa hoa hay thành công vang dội mà bạn có thể tìm thấy nó trong sự hiện diện của người thân xung quanh mình. Một bữa cơm ngon đủ đầy, một công việc vui vẻ ổn

định, một suy nghĩ đơn giản thanh thản... có thể lại là tất cả những gì chúng ta cần và luôn tìm kiếm.

Cuối cùng, mong bạn một hành trình mới luôn tìm được sự cân bằng vừa đủ trong cuộc sống của mình, biết cách loại bỏ những phức tạp của cuộc sống, tập trung vào cái sạch sẽ nhất, khoan khoái nhất, để dù có thêm bao nhiêu năm Covid nữa đi qua thì vẫn luôn biết cách chuẩn bị và tận hưởng nó một cách trọn vẹn nhất.



II.

Beauty

Vẻ Đẹp Bản Nguyên

Hương đêm dịu dàng

Editor Hà Trần

Brand Chanel



Khi một người phụ nữ “khoác” lên mùi hương Coco Mademoiselle L’Eau Privée là lúc nàng mang trên mình những bí ẩn dịu dàng bí ẩn của đêm. Không còn những bộ trang phục cầu kỳ, nốt hương trở thành thứ trang sức lấp lánh vô hình đầy mong manh và quyến rũ.

Chuyện người đàn bà “mặc” nước hoa đi ngủ

Trong cuộc phỏng vấn với tờ Life magazines vào năm 1952, biểu tượng gợi cảm của Hollywood Marilyn Monroe đã thú nhận rằng khi đi ngủ cô không mặc gì ngoại trừ 5 giọt Chanel No 5.

Nàng đã nói thật!

Nàng không mang phục đầu có nghĩa nàng ở trần, nàng “mặc” đến 5 giọt nước hoa ưa thích. Bởi, nước hoa với nàng là trang phục vô hình mà chân thực, thậm chí để chịu hơn bất kỳ lụa là cao cấp nào.

Nói về nước hoa, người ta nghĩ ngay đến quyền năng được nhiều người tận dụng nhất của nó: ẩn tượng và vấn vương.

Thật vậy, dù khởi đầu của mùi hương, nước thơm và sau này là nước hoa vốn dùng để đem lại cho người dùng cảm giác dễ chịu nhưng theo thời gian và sự xoay chuyển của dòng chảy văn hoá, chẳng biết từ khi nào, người ta thích dùng mùi hương như một món “trang sức vô hình” để làm nổi bật cá tính sâu thẳm của mình.

Người phụ nữ nào cũng muốn mình lộng lẫy.

Khi cô ấy chọn trang sức, kể cả “vô hình”, là lựa chọn sự lấp lánh khiến người đối diện lập tức bị thu hút một cách đặc biệt. Để nếu như có chàng trai nào lặng lẽ dõi theo nàng nhờ sự dẫn dắt mê hoặc của các nốt hương thì có lẽ điều đó cũng không có gì ngạc nhiên. Thế nhưng, người ta có thể xiêm y lộng lẫy để đi tiệc vài tiếng, có thể ráng giữ sự hoàn hảo cả một ngày nhưng...chỉ thế mà thôi. Không ai có thể “gồng mình” mãi giữa đám đông mà quên sự riêng tư cần thiết, và cũng không ai có thể ngủ ngon trong chiếc đầm sequin hay chiếc vương miện nặng trĩu trên đầu. Cũng như trong những khoảng thời gian riêng dành cho bản thân trong phòng ngủ, điều tuyệt vời nhất là được trút bỏ hết thủy lộng lẫy nhưng mệt mỏi nhiều lễ nghi để khoác lên người chiếc váy lụa mỏng mềm, hoặc không mặc gì ngoại trừ đồ ngủ từ nước hoa như Marilyn Monroe.



Trong khi nhiều người vẫn đang loay hoay đi tìm “thứ lụa vô hình” thì vừa may, Coco Mademoiselle L'Eau Privée xuất hiện. Flanker của chai nước hoa gói gọn tinh thần của Gabrielle Chanel vừa chào sân tháng 8 năm 2020 này được nhà chế tác nước hoa nổi tiếng Olivier Polge tạo đặc biệt dành cho ban đêm, và hoàn hảo để theo các quý cô vào giấc ngủ.

Trên Fragrantica, L'Eau Privée nhận được vô số lời khen từ giới mộ điệu. Có người cho rằng hương thơm của L'Eau Privée trên da mang đến cho họ cảm giác như đang mặc thứ nội y bằng chất liệu tốt, mềm mại, nhẹ nhàng. Sự nhẹ nhàng đó có chút gì đó e ấp, riêng tư, gieo cho họ cảm giác vô cùng nữ tính, chút gì đó hơi ngại ngùng, riêng tư. Và tất nhiên, có những người đàn bà đã thú nhận rằng, mùi hương mới của Chanel này khiến họ ngủ ngon hơn, điều họ chưa từng nghĩ một chai nước hoa có thể đem lại.

Coco Mademoiselle L'Eau Privée như một phụ nữ đẹp ý thức rõ về việc mình đẹp nhưng lại hiểu rằng điều làm nên giá trị không chỉ nên nằm ở vẻ ngoài mà còn phải là ở trong tâm hồn, trí tuệ. Ẩn sau lớp thủy tinh mờ màu hồng nhạt là bản giao hưởng của xạ hương, hoa hồng, quýt hồng và nhài trắng được tiết chế khéo léo để đem lại sự dễ chịu tối đa cho người dùng.



Hương mềm như lụa

Nhiều năm trôi qua, câu nói của Marilyn Monroe vẫn được nhắc đi nhắc lại khi có ai đó đề cập đến huyền thoại N°5. Nhưng ít người để ý rằng, ẩn sau câu nói bông lơn ấy là một bầu trời nghiêm túc về quyền năng khác của nước hoa: yên bình. Và cũng ít ai để ý rằng, trong thế giới “muôn hình vạn trạng” của nước hoa, để tìm được mùi hương gây ấn tượng dễ hơn nhiều so với việc tìm một mùi hương như mềm như lụa ôm ta dịu dàng.

1. Nữ diễn viên người Anh Keira Knightley.
2. Nước hoa Coco Mademoiselle L'Eau Privée của Chanel Paris.

Sự nhẹ nhàng nữ tính đó có chút gì riêng tư, khao khát trải nghiệm ngọt ngào mà giữ nguyên nét ngại ngùng. Một sự bày tỏ tâm lý phụ nữ thật chính xác, bởi đêm tuyệt vời nhất không phải đêm lộng lẫy, hơn cả là đêm thư thái, bình nhiên. Đêm được là chính mình để nuôi dưỡng và cảm nhận hạnh phúc dài lâu từ sâu trong tâm hồn. Khi màn đêm buông xuống, hương nước hoa Coco Mademoiselle L'Eau Privée lan tỏa trên da và trong không gian như một cái ôm dịu dàng của người yêu thương sau một ngày dài hẳn là một điều mà mọi phụ nữ đều mong ước.





Mùi hương quy chiếu tâm hồn

“Mùi hương của nàng nói về nàng nhiều hơn cả chữ viết tay” - Christian Dior

Editor Ly Lương Photo Source Sưu tầm

Những ký ức rộng dài trong mùi hương chật chội

Khi còn nhỏ, chúng ta đều muốn mình có thể lớn thật mau để nhanh chóng thoát ly khỏi vòng tay cha mẹ và làm những điều chúng ta muốn mà không bị ai ngăn cấm. Để rồi đi qua những phút giây nổi loạn, đến lúc nếm trải giống bão cuộc đời, mỗi khi lòng chùng xuống, mới nhận ra đôi khi tất cả những mơ ước xa xôi bỗng chốc thu bé lại chỉ vừa bằng một giấc ngủ vùi trong lòng mẹ, một cái nép mình dưới bờ vai cha, được trở về với tuổi thơ hồn nhiên ngây thơ không vướng bận.





Nhưng ước mơ chỉ là mơ ước, cuộc đời là một chuỗi tình tiến, còn trưởng thành là một hành trình mà ta không có quyền lựa chọn, chỉ được bước vào chứ không được quyền từ chối và tự ý rút lui. Không phải Nobita để có thể mượn Doraemon cỗ máy thời gian, ta chỉ có thể trở về với tuổi thơ của mình bằng những hồi tưởng, nỗi nhớ, hương vị, và đặc biệt là mùi. Mong manh, mơ hồ nhưng diệu kỳ và đầy sức mạnh, những mùi hương loang lổ và nổi trôi có thể đưa một người đến cuối đất cùng trời rồi neo bám vào những ký ức nhuộm màu xưa cũ.

Đó là giây phút chúng ta nhận ra mình hoàn toàn có thể rơi nước mắt chỉ vì một mùi hương. Là khoảnh khắc nơi căn bếp cửa đóng then cài ngày giáp Tết ở phố thị xa lạ, nồi đun lá mùi già hé mở, hương thơm bung tỏa như đóa thực dược mùa xuân, ấm cúng, bảm víu, lay động từng centi-mét vuông không khí trong phòng. Những ký ức rộng dài bỗng hiển thị trong một mùi hương chật hẹp. Là khi bạn nhận ra mỗi hạt oxy và carbon đều đầy ắp tinh dầu. Chúng ríu rít chuyện trò, thỉnh thoảng ngân nga, có lúc reo vang, đôi khi chùng xuống, sau cùng bật khóc nức nở giống như tôi lúc bấy giờ - vỡ òa bao nhiêu hi, nộ, ái, ố mà cả một hành trình trưởng thành đã cố gắng vùi sâu chôn chặt.

Tôi bỗng nhớ xóm nhỏ tuổi thơ, nhớ dãy nhà tập thể bé xinh với những khung sắt phơi quần áo chằng chịt như tổ tò vò. 30 âm lịch, bố đun một nồi nước mùi với những thân gốc chớm chuyển sang xơ cỗi, mẹ hòa ấm để cả nhà cùng tắm gội. Hạt mùi tan vào trong nước, li ti và xao xác xanh. Tôi nghiêng nghiêng cho mẹ vớt nước

lên đầu. Hương mùi quẩn quýt thân quen, đơn đả như vị khách của muôn năm cũ mà dịp Tết nào cũng hò hẹn ghé xông đất, thăm nhà...

Những năm tháng sau này, hương mùi già vẫn thế, vẫn đều đặn ghé chơi mỗi độ Tết đến Xuân sang, chỉ một mình tôi là lỡ hẹn. Nên tôi không khóc vì mùi hương nhớ thương năm ấy. Tôi rơi nước mắt vì cách nó dẫn dắt và mở ra chiếc rương kí ức - nơi chứa đựng những hồi tưởng mà đôi khi bạn rộn với việc trưởng thành, tôi quên mất rằng những niềm vui, nỗi buồn kia từng tồn tại.

Tình cờ làm sao, hương mùi già hoà cùng mùi khói thuốc khét và khô, trộn lẫn với mùi mồ hôi đặc quánh nhưng ấm mượt - cũng là ấn tượng đầu tiên về người đàn ông tôi yêu say đắm sau này. Cho nên ngẫm lại, tôi có thể không biết màu của tình yêu, cũng chẳng biết nó có hình dạng thế nào, nhưng tôi biết nó có mùi gì. Thứ mùi đậm sâu mà chỉ cần thả lỏng và nhắm mắt sẽ biết mình thuộc về, để rồi cảm thấy được vượt ve, che chở.

1. Cây mùi già thường dùng để nấu nước tắm ngày Tết theo phong tục của người Việt Nam

Mùi hương: Dấu vân tay của khứu giác

Mùi hương khơi dậy ký ức nhiều hơn bất cứ giác quan nào khác, điều này nghe qua giống như một sự thi vị hóa cuộc sống nhưng thực ra mọi chuyện đều có nguyên do. Vốn dĩ, khoa học chứng minh rằng mùi hương kích hoạt những khu vực ghi nhớ trên vỏ não và kích thích nhiều ký ức rung cảm nhanh và mạnh nhất, hơn bất cứ giác quan nào.

Vì vậy mùi hương - chứ không phải khuôn mặt hay vóc dáng là thứ đầu tiên ghim cảm nhận về một người xa lạ trong mênh mang tiềm thức. Như ngọn hải đăng soi chiếu, như con thuyền neo đậu, mùi hương định hướng và trở thành "dấu vân tay của khứu giác", giúp trả lời câu hỏi: Trong trái tim này, người ta vô tình gặp là người thương hay mãi mãi người dưng.

Trong các giác quan, khứu giác cũng là cơ quan phát triển sớm nhất. Nên dù trẻ sơ sinh chưa nhìn rõ hình hài mẹ thì đã sớm nhận ra mùi của mẹ. Mùi của mẹ dỗ trẻ sơ sinh nín khóc, như một vòng tay vô hình, an ủi vỗ về, dịu dàng cung nựng.

Và bạn biết không, mùi của một người phản ánh trung thực về người đó hơn cả cách họ phô bày thể hiện. Christian Dior từng nói rằng: "*Mùi hương của nàng nói về nàng nhiều hơn cả chữ viết tay*". Người ta có thể quên một khuôn mặt, một giọng nói nhưng mãi mãi trong tiềm thức sẽ luôn ghi nhớ mùi hương của người họ yêu thương sâu đậm.

Đó là thứ mùi không thể trộn lẫn, cũng chẳng thể lãng quên. Nhớ một ai đó, thứ ta thêm là mùi của họ. Nhưng mùi hương khác tình nhân ở chỗ tình nhân có thể phản bội. Mùi hương thì không:

Cô bán cá không có mùi của chị bán chà là
Mùi của người sửa xe không giống người khiêng củi

Mùi hương chân thành và không bao giờ lừa dối. Nó phản ánh bản thể sâu kín và trần trụi nhất của một con người.

Trong bối cảnh xã hội hiện đại, mùi hương tự thân không phải là mùi da thịt nguyên thủy của một người đàn bà, mùi đậm đặc testosterone của một người đàn ông, mà là những hương thơm do người đàn bà và người đàn ông đó tự mình lựa chọn, tự mình quyết định. Giống như chúng ta lựa chọn "mặc" hương mùi già vào những ngày tất niên. Giống như người yêu tôi không từ bỏ hương khói thuốc. Giống như Marilyn Monroe khoác hờ hững Chanel N° 5 khi nàng khóa thân trên giường ngủ.

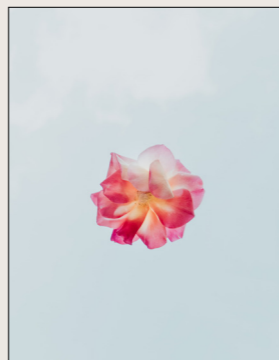
Vì mùi hương bám chặt vào làn da, định danh và trở thành "dấu vân tay khứu giác" của một con người, nên điều quan trọng là phải tìm ra mùi hương phù hợp, và bản thân chúng ta phải đạt được trạng thái thoải mái, vui vẻ nhất khi lan tỏa lẫn tận hưởng mùi hương ấy.

Những cách tìm và tạo mùi hương signature cho bản thân

Vì mùi hương là tính cách sâu kín của mỗi người, nên tìm ra mùi hương signature cũng chính là hành trình tìm về bản ngã. Tuy rằng sự lựa chọn tìm về bản ngã. Tuy rằng sự lựa chọn ấy hơi mất công và không dễ dàng nhưng nếu chọn đúng, nó sẽ giúp bạn hiểu rõ chính mình qua hai lần phản chiếu: Lần đầu soi mình để tìm mùi hương, lần thứ hai soi vào những tầng hương để nhận ra và hiểu rõ chính bản thân mình. Và vì vậy, mùi hương đắt hơn hay rẻ hơn, bình dân hay cao cấp, phổ thông hay giới hạn không quan trọng bằng hợp với bạn hơn, người thương hay mãi mãi người đứng.



Để tìm ra mùi hương tri kỷ và phù hợp với chính mình, một trong những điều chúng ta phải làm là mở tủ quần áo và xác định phong cách thời trang của bản thân:



Hoa

Nếu bạn thích những thiết kế lãng mạn và nữ tính, rất có thể bạn nên tìm kiếm một hương hoa với những nốt hương thật ngọt.



Gỗ

Nếu phong cách của bạn gợi cảm, bạn có lẽ phù hợp với mùi hương gỗ: Ấm, và lay động lòng người.



Cam chanh

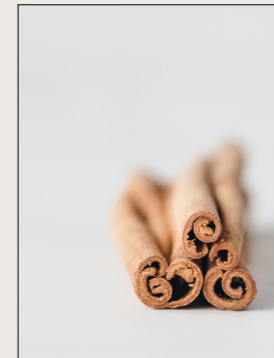
Người tối giản ưa thích phong cách gọn gàng có thể lựa chọn một mùi hương cam quýt thanh tao.



Gia vị

Người thích thời trang sắc sảo có thể tìm kiếm chính mình trong những mùi gia vị phương Đông huyền bí.

Ngoài ra, nếu không thích sử dụng nước hoa, bạn vẫn có thể tạo ra mùi hương signature bằng cách sử dụng các hương liệu tự nhiên:



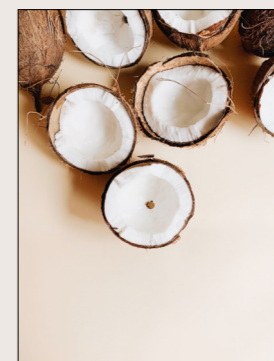
Bột quế

Bột quế chống viêm nhiễm, ngừa sâu răng, phòng ung thư, dưỡng da, trị mụn và tạo hương thơm.



Trà xanh

Lá trà xanh giàu chất chống oxy hóa ngăn ngừa hôi miệng, mùi cơ thể và hôi chân, làm chậm quá trình tiết mồ hôi, đồng thời ức chế sự phát triển của vi khuẩn.



Dầu dừa

Dầu dừa chứa nhiều axit béo lauric có tác dụng ngăn ngừa sự gia tăng của các vi khuẩn gây mùi, giúp cơ thể tỏa ra hương thơm dịu nhẹ, tự nhiên.



Rau mùi

Chất diệt khuẩn trong rau mùi có thể kiểm soát mùi hôi hiệu quả.



CEO Nguyễn Diệu Linh / Cứ mơ và tiến lên, thành công sẽ đến!

Trong cuốn Tôi nói gì khi nói về chạy bộ, Murakami viết: “Có ba lý do khiến tôi thất bại. Tập luyện không đủ. Tập luyện không đủ. Và tập luyện không đủ.” Ở Nguyễn Diệu Linh - CEO Wonder Union kiêm Million CEO Weilaiya, ba lý do thất bại nếu có là: “Mơ ước chưa đủ. Mơ ước chưa đủ. Và mơ ước chưa đủ.”

Editor Hoàng Hồng Photographer bachnq



Tốt nghiệp chương trình thạc sĩ chuyên ngành Quản trị Kinh Doanh tại London, Vương quốc Anh, CEO Nguyễn Diệu Linh hay còn gọi thân mật là Linh Berry đã đưa thương hiệu Weilaiya về Việt Nam, sáng lập và phát triển hệ thống công ty Wonder Union và đạt được những thành tựu nhất định trong kinh doanh. Hướng tới hình tượng người phụ nữ khí chất, tiêu biểu trong thời đại mới, Linh Berry luôn sẵn sàng

chia sẻ những kiến thức, kinh nghiệm quý báu của mình và cố gắng lan tỏa năng lượng tích cực tới cộng đồng.

Trên con đường xây dựng và phát triển sự nghiệp, cô đã không ngừng giúp đỡ, truyền cảm hứng để đội nhóm cùng phát triển. Trên thực tế, hàng ngàn người sau khi gia nhập hệ thống của Wonder Union đã thực hiện được ước mơ lập nghiệp, đạt mức thu nhập lý tưởng, tự lên kế hoạch và làm chủ cuộc đời mình.

Nguyễn Diệu Linh

CEO Wonder Union

Thành công là một khái niệm mơ hồ để diễn đạt về cuộc sống của nữ Million CEO Weilaiya. Còn chính cô tự phác thảo thì là: Muốn ngủ đến mấy giờ thì ngủ, muốn mặc gì là mặc được, muốn giúp ai là giúp được. Phụ nữ thành công hóa ra luôn quy những mong cầu của cuộc sống về tối giản: Được ngủ - tận hưởng sự thư giãn riêng tư; được mặc - tận hưởng sự thoải mái hình thức; và được giúp đỡ - tận hưởng sự cho đi không toan tính. Tối giản tới nỗi, Diệu Linh thừa nhận chưa bao giờ đủ rảnh rìa để nghĩ về một mệnh đề tưởng là nỗi trăn trở của mọi phụ nữ: Hạnh phúc là gì? Nhưng bù lại, cô có câu trả lời rất chi tiết cho niềm đau đầu của một vài người đàn ông thành đạt: Tiền nhiều để làm gì?

Trò chuyện với Million CEO của Weilaiya trong một chiều Hà Nội cuối năm, 2ĐẸP ấn tượng khi nghe cô chia sẻ rằng: "Để mỗi người trong Wonder Union đều có một con đường rộng mở và một sức mạnh của sự tự tin. Vì thế cô đã tạo nên một môi trường làm việc mà ai cũng được phát triển bản thân, được đào tạo chuyên sâu bài bản, được ghi nhận xứng đáng những đóng góp và đặc biệt là tạo

nên một gia đình thân tình, trở thành một phần ý nghĩa trong cuộc sống của mỗi thành viên". Khi mỗi người đều vững vàng, cả công ty sẽ cùng phát triển mạnh mẽ. 2ĐẸP tin rằng đây sẽ là nguồn cảm hứng sống mạnh mẽ cho độc giả trước thềm năm mới.

Tôi không bận kiếm tiền, tôi chỉ bận làm việc

30 tuổi, thành công, giàu có, chị có nghĩ đến lúc cần tìm kiếm hạnh phúc riêng thay vì vẫn mãi mê kiếm tiền chăng?

- Ồ, tôi đâu có bận kiếm tiền. Tôi chỉ bận làm việc. Tôi đã đi qua các mục tiêu tài chính. Kinh doanh với tôi bây giờ là chơi hết trò chơi này đến trò chơi khác, làm sao đạt được sự thăng tiến về tư duy và sự sáng tạo, phá vỡ các giới hạn của bộ não và thể hiện phong cách sống. Tôi cũng có mục tiêu về tình yêu hay như chị nói là hạnh phúc riêng, nhưng không phải thời điểm này.

Nếu nói kinh doanh chỉ để chơi như giải một bài toán sudoku bậc cao thì ít người tin lắm. Mục tiêu của kinh doanh vẫn phải là tiền...

- Tôi lại nghĩ đó là mục tiêu của những người mới đang ở giai đoạn đầu của kinh doanh thôi. Sẽ đến một giai đoạn tích lũy đủ và họ nhận ra tiền chỉ là phần ứng phụ của cuộc chơi kinh doanh. Tôi bắt đầu kinh doanh vào năm 17 tuổi với khao khát kiếm tiền nhưng không phải vì tôi cần tiền mà vì thích thời trang. Sau này tôi sang Anh lấy bằng thạc sĩ ngành quản trị kinh doanh trong một ngôi trường mỹ thuật là Middlesex University London. Chỉ vì ở trường đó, tôi vẫn được vẫy vùng trong giấc mơ thời trang của mình. Tôi muốn kinh doanh thời trang vì tôi nghĩ được kiếm tiền bằng việc mình thích sẽ không cảm thấy mệt mỏi. Sau này dù không theo đuổi thời trang như giấc mơ lúc nhỏ thì việc tôi làm vẫn phải liên quan tới cái đẹp.

Khởi nghiệp bằng thời trang, được đào tạo về kinh doanh thời trang, nhưng giờ lại làm về hóa mỹ phẩm, chị có phải bắt đầu từ con số 0?

- Về mặt khởi nghiệp là con số 0, vào thời điểm 3 năm trước khi tôi bắt đầu quay lại công việc kinh doanh sau 5 năm gián đoạn. Nhưng về mặt kinh nghiệm thì không.



Bên cạnh đó, lợi thế của tôi khi kinh doanh so với những người làm kinh doanh khác là tôi được đào tạo ở một trường mỹ thuật, cảm nhận của tôi về sản phẩm tốt hơn. Vì tiêu chuẩn tôi đặt ra cho bản thân về thời trang và phong cách sống rất cao rồi, nên sản phẩm tôi chọn để kinh doanh chỉ có thể ngang bằng và cao hơn nữa. Tôi sẽ không làm nhãn Weilaiya nếu nguyên liệu của nó không nhập khẩu ở Đức, hương thơm không được đặt từ Pháp, tại nhà máy Givaudan - nơi chuyên sản xuất nước hoa cho Chanel và Dior.

Những năm ở Anh, ngoài đi học thì tôi hay shopping tại các phố đồ hiệu để mua sắm, để cảm nhận và để xem mẫu gì đang là một nhất. Ở trường, tôi gần như không vắng mặt trong các show thời trang, rồi sang khoa khác xem người ta dạy vẽ, dạy cắt may, dựng mẫu. Quãng thời gian đó giúp tôi trau dồi vốn kiến thức về mode, về trend và tư duy thẩm mỹ một cách tự nhiên nhất. Để sau này khi khởi nghiệp với Weilaiya, tôi tự tin rằng sản phẩm của mình chắc chắn đẹp, sang và dẫn đầu xu hướng không thua kém dòng sản phẩm cao cấp nào. Bởi thời trang cao cấp đã ngấm vào tôi từ trong máu.



Kinh doanh không có đúng sai, chỉ có sự dễ chịu

Điều tôi tò mò là, một người trẻ như chị làm thế nào để thuyết phục được một tập đoàn của Trung Quốc nhận lời hợp tác độc quyền phân phối các nhãn hàng, một người chủ trương kinh doanh không phải là kiếm tiền, trong khi con số với nhãn hàng luôn là mục tiêu số 1?

- Chị tin không, đó mới là lý do họ chọn tôi. Người dành cho tôi vị trí đặc biệt này trông công ty đó chính là thầy Tom - Phó chủ tịch nhãn hàng Weilaiya. Thầy nói tôi là người chấp nhận sự dấy bảo của người khác, có đạo đức trong kinh doanh, nhưng đặc biệt là vì tôi có giấc mơ lớn. Nếu không có giấc mơ thực sự lớn thì người ta sẽ không biết đi về đâu. Tôi luôn biết bản thân mình muốn đi về đâu.

Vậy chị muốn đi về đâu?

- Tôi muốn chinh phục những cuộc chơi trong kinh doanh và truyền cảm hứng cho những người phụ nữ khác gia nhập cuộc chơi ấy với mình, bao gồm cả những người phụ nữ bắt đầu từ con số âm, không sinh ra trong giàu có và trưởng thành trong thuận lợi như tôi. Tôi khao khát giúp họ thành công, phát triển bản thân bởi họ xứng đáng được như vậy.

Làm sao để họ tin chị và sẵn sàng bước vào cuộc chơi cùng chị?

- Tôi hoàn toàn không chủ đích làm sao để người ta tin mình. Đến giờ, khi xung quanh tôi có hàng trăm cô gái xinh đẹp, tài năng cùng đồng hành, tôi nghĩ đầu tiên là sự chân thành. Thứ nữa là nguyên tắc đạo lý trong kinh doanh của tôi: Nếu bạn được 1 đồng, tôi được 1 đồng thì cả 2 cùng vui, còn nếu tôi được 2 đồng mà bạn không được đồng nào thì chẳng có gì là vui cả. Mà trong kinh doanh nếu không vui sẽ không làm. Kinh doanh không có đúng sai, chỉ có sự dễ chịu.

Bài học đầu tiên trong kinh doanh mà chị sẽ truyền đạt cho những người tham gia vào cuộc chơi của chị là gì?

- Là học tiêu tiền trước khi học kiếm tiền. Người làm kinh doanh phải biết cách tiêu tiền thì mới kiếm được nhiều tiền. Thứ nhất là phải tiêu tiền đúng người, thứ hai là phải tiêu tiền đúng việc, thứ ba là phải tiêu tiền tạo ra giá trị. Nhiều người nói tiêu tiền tạo ra giá trị tức là dùng tiền để ra tiền nhưng tôi nghĩ khác. Tôi tiêu tiền mà không thu hồi vốn, nhưng tạo ra những người đồng hành thành công thì chính là giá trị.

Làm những người đồng hành cùng mình trưởng thành hơn trong kinh doanh thì tôi cảm thấy tiền mình tiêu đi rất xứng đáng.

Sắp tới, công ty Wonder Union của tôi sẽ mở các khóa đào tạo dành cho con cái của những nhà phân phối trong công ty. Tôi là con của bố mẹ bận rộn. Bố mẹ tôi từng rất ít có thời gian ở gần con cái, khiến tôi trải qua thời gian đầu du học khá khó khăn vì cái gì cũng không biết, đơn giản như việc phải lau sạch tủ trước khi cất quần áo. Nhưng không phải đứa trẻ nào cũng may mắn không sa ngã như tôi. Tôi muốn tạo ra một môi trường để hỗ trợ những người bố mẹ bận rộn dạy dỗ con cái họ những kỹ năng từ nhỏ nhất như lau tủ đến cách tiêu tiền, quản lý tài chính cũng như về ý nghĩa của cuộc sống có giá trị.

Thông qua đó, những đứa trẻ cũng hiểu hơn về công việc của bố mẹ, biết chia sẻ và yêu thương. Cũng chính chúng sau này sẽ tạo ra của cải giàu có cho xã hội. Tôi vô cùng quan tâm đến giáo dục trẻ nhỏ nên hầu hết các chương trình từ thiện của công ty thường là xây trường là mua sách báo cho trẻ con.

Cứ đi và không dừng lại thì luôn tiến lên

Phụ nữ, nhất là phụ nữ giàu, thường khó để luôn tiêu tiền đúng việc. Ví như họ rất khó kiểm soát bản thân trong việc mua sắm, tìm kiếm những niềm vui phù phiếm nơi áo quần, mỹ phẩm...

- Tôi không chi tiền vào chuyện phù phiếm, kể cả thời trang. Tôi thường không có thời gian để đi mua sắm, nên mỗi lần đi shopping, tôi sẽ đến NTK mà tôi yêu thích để mua cả bộ sưu tập. Một bộ sưu tập mới ra của họ tôi mặc được trong 3-4 tháng mà không mua sắm gì thêm. Tôi không thích mua đồ sale vì tôi thích những gì trend nhất, mới nhất hoặc dạng classic không lỗi thời.

Đồ skincare tôi dùng sản phẩm của chính công ty mình, ngoài ra có thêm Dior là thương hiệu mà tôi yêu thích. Trong nhà tôi có rất nhiều đồ make up của Dior dù tôi không dùng tới, nhưng không phải vì sở thích phù phiếm mà vì tôi cần cảm nhận mẫu vỏ chai lọ cao cấp. Tôi làm sản phẩm Weilaiya của mình cũng đều dùng những bao bì "trend" nhất thế giới.

Người ta hay nói: Đằng sau một người đàn ông thành đạt là một người phụ nữ, đằng sau một người phụ nữ thành đạt là một khoảng trống đáng sợ? Đằng sau chị là gì?

- Là bức tường vững chắc của thành công (cười). Tôi nghĩ người nói câu vừa rồi là một người đàn ông nên họ chưa từng cảm nhận được sự vững chãi của một người phụ nữ thành đạt.

Điều gì giúp chị cân bằng trong cuộc sống?

- Khi tôi không vui, tôi làm việc để vui. Khi tôi mất cân bằng tôi làm việc để cân bằng.

Vậy thế nào là một cuộc sống hạnh phúc với chị?

- Là muốn ngủ đến lúc nào thì ngủ, muốn mặc gì thì được mặc đấy, muốn giúp ai là có thể giúp được. Từ nhỏ tôi đã mơ ước như vậy và bây giờ cuộc sống của tôi diễn ra đúng như mơ ước.

Còn tình yêu có vai trò gì trong hạnh phúc?

- Tôi nghĩ tình yêu là một trong những nguyên liệu và cũng là nguyên liệu cao cấp đấy. Tiền bạc, sự thành công, giá trị mà mình tạo ra... tất cả đều là nguyên liệu của hạnh phúc. Nhiệm vụ của bạn

trong cuộc đời mình là chế biến những nguyên liệu ấy thành món ăn hạnh phúc mỗi ngày. Nếu bạn là đầu bếp giỏi, bạn sẽ khéo léo gia giảm nguyên liệu sao cho vừa vặn thì món ăn hạnh phúc của bạn sẽ luôn tròn vị. Tôi nghĩ rằng khả năng nấu nướng của mình cũng không đến nỗi nào.

Có khi nào chị thấy áp lực và muốn bỏ cuộc vì chính khát khao thành công trong những cuộc chơi hay không?

- Chưa bao giờ. Vì đó là cuộc chơi thôi mà. Và lại, tôi rất thích một câu trong cuốn "Tôi nói gì khi nói về chạy bộ" của Murakami: "Tôi ở một mức bình thường hơn - hay có lẽ giống như tâm thường hơn. Nhưng vấn đề không phải ở đấy. Vấn đề là ở chỗ tôi có hoàn thiện hơn ngày hôm qua hay không." Với tôi, cứ đi và không dừng lại thì luôn tiến lên.

Cảm ơn chị về cuộc trò chuyện này!





Mái tóc của nàng thơ

Editor Nam Thi

Người Việt Nam luôn quan niệm rằng: **“răng với tóc là góc con người”**. Câu nói đó càng đúng hơn với người phụ nữ bởi mái tóc vừa là biểu tượng cho vẻ đẹp vượt thời gian, vừa nói lên cá tính và tâm hồn của cô ấy. Mái tóc của nàng thơ không chỉ gói gọn trong hình ảnh **“suối tóc”** dài truyền thống, mà hôm nay, nó có thể là tóc ngắn, tóc tém, tóc màu... hay bất kỳ kiểu dáng nào, miễn cô gái ấy tự tin là chính mình. Thế nhưng, dù là phong cách nào, trước hết mái tóc vẫn cần chắc khỏe, bóng mượt và đầy sức sống.

Tiên phong chăm sóc sắc đẹp

Để chăm sóc cho mái tóc đẹp là cả một sự kỳ công của người phụ nữ. Trong cuộc sống hiện đại tất bật, ta không có nhiều thời gian để dưỡng tóc bằng cây lá tự nhiên như ngày xưa, thế nhưng, sự phát triển nhanh chóng của ngành công nghiệp làm đẹp lại dễ khiến người phụ nữ bối rối trong việc lựa chọn sao cho chất lượng tốt, cùng giá cả phải chăng. Hiểu được nỗi lo lắng đó, thương hiệu Weilaiya đến từ Đức là đơn vị tiên phong nghiên cứu phát triển dòng sản phẩm dành riêng cho người Châu Á. Ra đời từ năm 1985, Weilaiya được giới chuyên môn cùng khách hàng toàn cầu tín nhiệm với các sản phẩm làm đẹp tự nhiên, kết hợp hoàn hảo giữa sức khỏe và sắc đẹp cho phái nữ.

Với tinh thần **“Vẻ đẹp chạm tới giấc mơ”**, thương hiệu cao cấp này hiểu rằng ước mơ về một vẻ đẹp vượt thời gian không những giúp cho phụ nữ đẹp hơn mà còn khiến họ tự tin, hạnh phúc hơn trên mọi hành trình. Sản phẩm của Weilaiya đều được chọn lọc và chiết xuất từ các loại thực vật quý trên khắp thế giới, được nuôi dưỡng từ ánh nắng và sương mù, hấp thụ tinh hoa của trời đất, tạo nên một gen thiên nhiên thuần khiết - tinh túy riêng biệt.

Đồng hành cùng vẻ đẹp Việt

Weilaiya có trụ sở chính tại HongKong, mạng lưới vươn rộng 23 nước trên thế giới: Đức, US, UK, Malaysia, Sing, Hong Kong, Đài Loan... Tại Việt Nam, Wonder Union - với sự lãnh đạo của nữ CEO tài năng Nguyễn Diệu Linh - là đơn vị được ủy thác độc quyền phân phối Weilaiya từ tháng 5/2017. Mỹ phẩm Weilaiya chuyên các dòng sản phẩm chăm sóc tóc, sản phẩm dưỡng da, làm trắng và trẻ hóa làn da.

Điều đặc biệt hơn cả là các nguyên liệu đều được nhập khẩu từ Đức, còn hương liệu nhập khẩu từ Pháp, ngay tại nhà máy Givaudan chuyên sản xuất cho Chanel cùng các thương hiệu nước hoa lớn trên thế giới. Nhờ vậy, sản phẩm của Weilaiya luôn đảm bảo chất lượng tốt và an toàn sức khỏe cho người sử dụng

Trong đó, dầu gội Weilaiya trị rụng tóc, kích thích mọc tóc được hàng triệu phụ nữ tin dùng. 2ĐẸP xin giới thiệu tới quý độc giả những sản phẩm chất lượng nổi bật, cùng giá cả hợp lý giúp mang lại **“mái tóc của nàng thơ”**.

Bộ dầu gội gừng Weilaiya

Dầu gội Weilaiya đứng top 1 Toplist Việt Nam về hiệu quả trị rụng tóc, kích thích mọc tóc; là sản phẩm thiên nhiên an toàn cho cả mẹ và bé, được Bộ Y tế cấp phép lưu hành trên toàn quốc. Nguyên liệu chính của sản phẩm là Gừng vàng nhỏ mật ong Vân Nam – giống gừng lai chứa hơn 50 loại chất dinh dưỡng như gingerol, gingerene, cressene, citral...

Ngoài Gừng tươi và nước gừng nấu, các thành phần chính trong bộ sản phẩm này còn có Axit Hyaluronic, Tocopherol, bách hương thảo, hoa cúc Pyrethrum, tinh dầu hạt trà, tinh dầu dừa,... giúp ngăn gãy rụng, kích thích mọc tóc nhanh; Hỗ trợ và lưu thông máu cho da đầu, tăng cường dinh dưỡng cho nang tóc, giúp tóc luôn chắc khỏe; loại bỏ dầu thừa gây bết tóc, làm sạch silicon và tế bào chết bít tắc nang tóc. Bộ sản phẩm này dành riêng cho người da dầu hoặc hỗn hợp thiên dầu.

CẶP GỘI XẢ	680.000đ
DẦU GỘI	450.000đ
DẦU XẢ	300.000đ



Bộ dầu gội gừng tinh chất hà thủ ô Weilaiya

Với sự kết hợp của gừng tươi cùng các nguyên liệu tự nhiên như hà thủ ô, oải hương, dầu Olive, Protein Hydrolase, Xuyên Khung, Bạch Tiên, vỏ thân cây Cinchona Pubescens, rễ Hoàng Liên, Plant Active Essence. Đây là bộ sản phẩm chăm sóc tóc lý tưởng dành cho những người da khô hoặc hỗn hợp thiên khô.

Tác dụng nổi bật của dòng sản phẩm này là ngăn gãy rụng, kích thích mọc tóc nhanh; thúc đẩy phục hồi tóc hư tổn, cấp ẩm, tăng cường dinh dưỡng cho nang tóc, hỗ trợ trị tóc bạc sớm. Từ đó giúp tóc chắc khỏe, bóng mượt đầy sức sống. Cùng với mùi oải hương nhẹ nhàng, nàng thơ sẽ thêm phần tự tin và hấp dẫn với mái tóc của mình.

CẶP GỘI XẢ	680.000đ
DẦU GỘI	450.000đ
DẦU XẢ	300.000đ



Serum tóc Weilaiya

Huyết thanh (serum) mọc tóc Weilaiya là dòng sản phẩm được người dùng đặc biệt yêu thích. Với chiết xuất từ những “dược liệu thiên nhiên” như gừng, tinh chất mầm gạo, hà thủ ô, đường quy... Đây là sản phẩm lý tưởng để cải thiện chất lượng, số lượng tóc và độ dày nhờ sự thúc đẩy lưu thông vi mạch và trao đổi chất trong các tế bào nang tóc. Ngoài việc chống rụng và kích thích mọc, Serum Weilaiya nuôi dưỡng tóc chắc khỏe từ gốc đến ngọn, mang tới cho khách hàng mái tóc suôn mượt, óng ả.

HỘP SERUM	850.000đ
-----------	----------



Các sản phẩm dưỡng thể và chăm sóc da mặt

Bên cạnh các sản phẩm chăm sóc tóc, Weilaiya còn mang tới sắc đẹp toàn diện với đa dạng sản phẩm. Với dòng dưỡng thể, các loại sữa tắm nổi bật như: Sữa tắm trứng cá tắm, sữa tắm trắng da là bảo bối tuyệt vời cho da sáng mịn tự nhiên. Với những hạt dưỡng da được sản xuất bằng công nghệ cao, giúp làm sạch sâu các lớp biểu bì, cấp ẩm, kháng khuẩn tiêu viêm, giảm thiểu những tổn thương do tia tử ngoại hương thơm sang trọng quý phái.

Bên cạnh đó, dòng sản phẩm skincare bao gồm đủ bộ như: sữa rửa mặt tạo bọt Amino Acid Weilaiya, Serum cấp ẩm chống lão hoá, mặt nạ ủ nấm Truffle sạch sâu và mặt nạ giấy hoàng gia không chỉ làm đẹp mà còn giúp lưu giữ vẻ đẹp ấy bền vững với thời gian.

weilaiya.official.store





Cái nết rất “kết” cái đẹp

“Cái nết đánh chết cái đẹp”, không sai, nhưng trong thời đại này, nếu bạn không đẹp, ngoại hình không đủ thu hút thì mấy ai muốn tìm hiểu thật sự cái nết của bạn như thế nào?” - Hoa hậu Ngọc Hân

Editor Hoàng Hồng

Photographer Nhân vật cung cấp

Đặng Thị Ngọc Hân

Hoa hậu Việt Nam

Tròn 1 thập kỷ đăng quang, Hoa hậu Việt Nam 2010 Đặng Thị Ngọc Hân luôn khiến công chúng phải nhắc nhớ đến mình như một nữ chủ nhân vương miện hoa sen đặc biệt nhất. Không lấy chồng đại gia, không thành ngôi sao showbiz, không dùng vương miện hái ra tiền, Ngọc Hân cứ mãi mê trong “nhung lụa”, làm công việc thiết kế váy áo mà cô yêu thích và được đào tạo bài bản chính quy.

Kể từ thập niên 2000 trở lại đây, chưa có Hoa hậu nào lựa chọn con đường chông gai nhọc nhằn như thế cả. Bởi chỉ riêng chiếc vương miện đã đủ sức mạnh đổi đời một cô gái từ Lộ Lem thành bà hoàng, giúp họ có 1 cuộc sống tốt đẹp vạn người mơ. Còn Ngọc Hân, cơ hồ sau dạ tiệc lấp lánh năm xưa, cô đã hồn nhiên cất đôi hài thủy tinh đi để tiếp tục làm một nàng Lộ Lem miệt mài trong căn bếp thời trang của chính mình, chẳng chờ hoàng tử tới đón cũng không mơ mộng về chiếc đũa phép màu.

Một Hoa hậu không dùng nhan sắc để thăng tiến, và lại nổi tiếng có trí tuệ sắc sảo, sẽ nói gì về cái Đẹp?

Nếu vẻ đẹp bên trong không đủ đầy, bạn sẽ khó mà thấy một cô gái tỏa sáng

Khoảng 1 thập niên trở lại đây, các cuộc thi nhan sắc không còn được chào đón ở phương Tây. Trong khi đó tại các nước Đông Á và Mỹ Latinh, thi Hoa hậu vẫn là trào lưu. Nhìn lại 10 năm ở ngôi Hoa hậu Việt Nam, Ngọc Hân nghĩ gì về các cuộc thi nhan sắc?

- Mỗi xã hội có một sự nhìn nhận khác nhau về sân chơi nhan sắc. Cách thức nó được tổ chức, giá trị nó mang lại cho cộng đồng là một trong yếu tố khiến những cuộc thi Hoa hậu có được chào đón ở từng quốc gia hay không. Tại Việt Nam, so với 10 năm trước, thi hoa hậu ngày càng được nâng cao hơn về tiêu chuẩn, chú trọng các hoạt động đóng góp cộng đồng. Rất nhiều cô gái trẻ vừa tài năng, vừa xinh đẹp đã được lựa chọn để đại diện cho hình ảnh phụ nữ Việt Nam.

Dù chiếc vương miện lúc nào cũng lấp lánh, nhưng cũng có một sự thật là, không phải chủ nhân vương miện nào cũng tài sắc vẹn toàn, phần đa thiếu đi trí tuệ, học thức.

- Tôi lại nghĩ khác. Ngoại trừ những cuộc thi không có tên tuổi uy tín, tôi chưa thấy cô gái đẹp nào đăng quang mà không có trí tuệ. Có trí tuệ thì học thức rồi sẽ có. Học thức không nhất định phải là bằng điểm ở trường mà là những tri thức học hỏi, tu dưỡng, tích lũy được trong hành trình trưởng thành. Kinh nghiệm chăm thi nhan sắc cũng như trải nghiệm thực tế cho tôi thấy, không có cô gái nào khiến bạn thất lên “Đẹp quá” mà lại thiếu đi cái nết. Bởi vì, nếu vẻ đẹp bên trong không đủ đầy, bạn sẽ khó mà thấy cô ấy tỏa sáng.

Và ngược lại, tôi cũng chưa từng gặp một cô gái nào có trí tuệ mà không có nhan sắc. Phụ nữ càng thông minh càng biết dành một phần trí tuệ cho việc làm đẹp. Bởi thế họ luôn đẹp và ngày càng đẹp lên.

Từng nhiều lần ngồi ghế giám khảo Hoa Hậu, Ngọc Hân thấy sự khác biệt như thế nào giữa các thí sinh thời của mình ngày xưa với các thí sinh ngày nay?

- Ngoài sở hữu lượng kiến thức tốt, các thí sinh Hoa hậu ngày nay rất chú trọng

về việc thay đổi vóc dáng, chăm chỉ tập luyện. Qua mỗi kỳ Hoa Hậu, rất nhiều bạn nhờ tôi tư vấn cách chăm sóc hình thể, chế độ ăn uống... Có thể nói, các thí sinh đều chuẩn bị đầy đủ hành trang từ kiến thức, năng khiếu cho đến việc giữ gìn vóc dáng trước khi đi thi, rất khác với tôi ngày trước.

Với một cô gái đẹp bình thường, giữ gìn nhan sắc luôn là trăn trở. Với một Hoa Hậu, đó hẳn là một áp lực khi phải đối mặt thường xuyên với những nhìn nhận khắt khe từ công chúng?

- Tôi chưa bao giờ cảm thấy áp lực về danh xưng Hoa Hậu. Mình là chủ nhân của vương miện, vương miện không phải là chủ nhân của mình. Tính cách của tôi giản dị mộc mạc, không phải dạng tiểu thư đài các, và đây cũng là điều tôi muốn mọi người nhìn nhận về mình. Bản thân tôi cũng không tô vẽ hình tượng cô Hoa Hậu sang chảnh, tôi vẫn giữ phong cách sống thường ngày: có thể ăn vỉa hè, mặc quần áo giản dị đi ra chợ lựa vải và làm những công việc thiết kế ở xưởng với thợ, thậm chí tôi vẫn rất sẵn sàng đăng video mặt mộc không make up để chia sẻ những khoảnh khắc làm việc đời thường của mình.

Không phải tôi xem nhẹ vẻ đẹp ngoại hình, mà tôi luôn tự tin rằng năng lượng của tôi sẽ giúp tôi tỏa sáng mà không nhất định phải phục sức lộng lẫy cầu kỳ.

Nếu bạn không có cái đẹp, ai sẽ tiếp cận để tìm hiểu cái nét của bạn

Giữa thiết kế thời trang, kinh doanh và làm đẹp, Ngọc Hân ưu tiên cái nào?

- Tôi chưa từng nghĩ đến sự ưu tiên. Đó là ba việc mà tôi luôn phải thu xếp quý thời gian 24 giờ trong ngày để thực hiện. Công việc thiết kế liên quan trực tiếp tới kinh doanh, còn làm đẹp chính là hít thở. Tuy bận rộn, tôi vẫn không quên giữ da giữ dáng. Tôi uống nhiều nước, uống nước ép trái cây thì càng tốt. Đặc biệt tôi sẽ từ chối các đồ uống có ga hay đồ uống công nghiệp. Tôi thường xuyên sử dụng thực phẩm tươi, hạn chế đồ đông lạnh, bảo quản.



Ngoài ra chơi golf vừa là sở thích vừa là cách giữ dáng hiệu quả của tôi.

MC Nguyễn Cao Kỳ Duyên từng nói về bí quyết giữ sắc vóc ở tuổi U50 rằng: Không có gì thành công mà không phải đổ mồ hôi sôi nước mắt, trong đó có làm đẹp. Việc duy trì số đo hoàn hảo với Ngọc Hân có khó khăn không?

- Cách đây hơn 9 năm tôi rất đau đầu trong việc giảm cân, giữ dáng vì cân nặng của tôi không tăng nhiều mà nó cứ nhích dần theo từng năm. Hồi năm đi thi Hoa hậu tôi tầm 54kg, 55kg, và cứ mỗi năm lại tăng thêm 1 cân, cho đến đầu năm nay đã gần 66kg. Lúc đó tôi rất buồn vì không biết phải làm như thế nào, chỉ cần giảm 3 cân thôi đã vui rồi.

Vô tình tôi biết đến phương pháp Nhịn ăn gián đoạn (Intermittent Fasting), từ đó tôi nhận ra việc giảm cân không quá khó. Kết quả của phương pháp này đem lại thật sự hiệu quả và tôi đã chia sẻ cho rất nhiều người để họ cùng giảm cân một cách khỏe mạnh như tôi. Đồng thời khi kết hợp với việc tập gym, đánh golf, tôi cảm thấy việc giữ dáng bây giờ trở nên đơn giản hơn rất nhiều.

"Không phải tôi xem nhẹ vẻ đẹp ngoại hình, mà tôi luôn tự tin rằng năng lượng của tôi sẽ giúp tôi tỏa sáng mà không nhất định phải phục sức lộng lẫy cầu kỳ."



Bên cạnh đó, món ăn vặt mà tôi rất thích là kẹo giấm táo giữ dáng AppleSlim vì nó dễ ăn, lại còn dễ mang theo, nên trước bữa ăn tâm nửa tiếng tôi thường hay dùng để giảm mỡ, duy trì cân nặng lý tưởng.

- Người xưa nói: Con gái yêu bằng tai, con trai yêu bằng mắt. Nhưng đồng thời lại nói: Cái nét đánh chết cái đẹp. Vậy phụ nữ nên đầu tư cho cái đẹp hay cái nét để được đàn ông yêu?

Bạn có mê cái đẹp không? Đàn ông quan tâm đến ngoại hình là điều không thể phủ nhận, nhưng công bằng mà nói, chúng ta đều mê cái đẹp. Khi nhìn thấy một chàng trai, một cô gái xinh đẹp lướt qua, chúng ta thường cảm thấy xao xuyến và muốn nhìn lại. "Cái nét đánh chết cái đẹp", không sai, nhưng trong thời đại này, nếu bạn không đẹp, ngoại hình không đủ thu hút thì mấy ai muốn tìm hiểu thật sự cái nét của bạn như thế nào?

Tôi nghĩ, cái nét chẳng đại gì đánh chết cái đẹp, ngược lại, cái nét rất "kết" cái đẹp. Như tôi vừa nói, phụ nữ thông minh, "có nét" thì luôn yêu cái đẹp, biết làm đẹp và trở nên đẹp. Ngoài trau dồi trí tuệ, tâm hồn, làm đẹp cho diện mạo bề ngoài cũng là một "cái nét" tốt. Nhưng phụ nữ không làm những điều đó để được đàn ông yêu. Họ làm đẹp để thêm tin và thêm yêu bản thân mình.

Nhìn lại 10 năm đăng quang, điều gì khiến Ngọc Hân tự hào nhất về chiếc vương miện sắc đẹp của mình?

- Hiện tại, tuy không phải Hoa Hậu giàu có nhất, không sở hữu nhiều bất động sản hay nhà lầu xe hơi, cũng không là nàng hậu xinh đẹp nhất, nhưng tôi cảm thấy rất vui vì có một công việc ổn định, được theo đuổi và sống bằng niềm đam mê của bản thân. Người ta nói rằng ngôi vị Hoa Hậu đủ để có một cuộc sống an nhàn, nhưng tôi muốn bản thân tuy có được điều kiện như thế vẫn học hỏi không ngừng, cố gắng



mài dũa khả năng của mình. Việc kiếm được bao nhiêu tiền không quan trọng bằng khối lượng kiến thức và những trải nghiệm trong đời sống mà tôi đạt được. Khi đi giao lưu và làm việc, mọi người cũng trân trọng mình hơn, kiểu như "Ồ! Cô ấy là Hoa Hậu nhưng vẫn siêng năng làm việc nhỉ?". Đó là những điều làm tôi tự hào.

Cảm ơn Ngọc Hân về cuộc trò chuyện này!



Kẹo giảm táo giữ dáng Appleslim lần đầu tiên có mặt tại Việt Nam

KẸO GIẢM TÁO APPLESIM CHUẨN 100% HÀNG USA

Kẹo giảm táo AppleSlim được sản xuất qua quy trình được kiểm định chặt chẽ và tuân theo các nguyên tắc nghiêm ngặt nhất tại các nhà máy Hoa Kỳ được chứng nhận bởi FDA. Mỗi hộp kẹo đều được thông qua quy trình đóng gói kỹ lưỡng đi cùng tem phụ đầy đủ, vì thế các nàng hoàn toàn yên tâm về chất lượng cũng như độ an toàn của sản phẩm kẹo giảm cân giảm táo AppleSlim.

THÀNH PHẦN ƯU VIỆT CÓ TRONG APPLESIM

Kẹo giảm táo AppleSlim có thành phần chính là giảm táo được lên men từ những quả táo tươi ngon, căng mọng được chọn lọc một cách kỹ càng; kết hợp cùng các loại rau củ khác như lựu, củ dền, cà rốt, nho đen hữu cơ để tạo vị thanh ngọt. Chất axit axetic và các enzym tự nhiên có trong giảm táo chính là vũ khí lợi hại trong việc đốt cháy mỡ thừa hiệu quả. Không chỉ có công dụng làm đẹp, giảm táo còn hỗ trợ hệ tiêu hóa, đường ruột khỏe mạnh, góp phần điều hòa năng lượng của cơ thể và bảo vệ tim mạch. Ngoài thành phần chính là giảm táo, sản phẩm còn cung cấp lượng vitamin cần thiết cho cơ thể như vitamin B12, B6 và B9 giúp tăng trao đổi chất, làm da trở nên tươi trẻ, đầy sức sống. Đồng thời, nước ép lựu giúp giảm sự hấp thụ chất béo vào cơ thể, đánh tan lượng mỡ thừa nhất là ở vùng bụng, kết hợp với củ dền có vai trò giảm lượng insulin và cholesterol xấu trong cơ thể, đồng thời ngăn ngừa lão hóa.

Cô Nguyễn Thị Lâm - Nguyên Phó viện trưởng Viện Dinh dưỡng Quốc Gia cho hay: "Trong giảm táo có axit axetic, pectin hỗ trợ không hấp thu các chất béo có hại cho cơ thể như axit béo bão hòa mà chúng ta hay gặp trong mỡ động vật, trong bơ. Việc thay đổi bổ sung chất béo ở đường ruột hỗ trợ giảm cân rất tốt. Ngoài ra còn có tác dụng giúp đường ruột tiêu hóa tốt, từ đó tạo cảm giác ăn ngon miệng, giảm thiểu tình trạng táo bón, đầy bụng."

SẢN PHẨM ĐƯỢC PHÂN PHỐI BỞI CÔNG TY VIETHEALTHTECH

Với nền tảng công nghệ hiện đại, Viethealthtech định hướng trở thành Tập đoàn tiên phong trong việc xây dựng một hệ sinh thái lành mạnh qua những sản phẩm dịch vụ cao cấp, không ngừng góp phần nâng cao giá trị cuộc sống người Việt. Kiến tạo vẻ đẹp vẹn toàn từ tâm ra ngoài cho mỗi khách hàng là giá trị mà Viethealthtech đem lại. "Tạo nên một phong cách sống lành mạnh về thể chất và tinh thần cho người Việt" chính là sứ mệnh đi đầu của Viethealthtech.

AppleSlim là sản phẩm kẹo giảm táo giữ dáng được sản xuất tại California, nhập khẩu 100% từ Hoa Kỳ bởi công ty Viethealthtech. Kẹo giảm cân AppleSlim ra đời nhằm mục giúp cho việc giảm cân trở nên vô cùng đơn giản, tiện dụng và an toàn.

Mọi thông tin về sản phẩm, hỗ trợ tư vấn có thể liên hệ qua:

 appleslim.vn
<http://appleslim.vn/>
 appleslim.gummies
 1900 5454 17





III.

Fashion

Hình Ảnh Của Tối Giản



Art Class / Khoác tấm áo tối giản cho biểu tượng tối đa

10 nhân vật nổi tiếng thế giới ở đa lĩnh vực, 10 biểu tượng của sự tối đa trong phong cách, lối sống và cả nỗi phức tạp tâm hồn. Nhưng trái ngược với vẻ quen thuộc đại chúng đó, Art Class khoác lên "tấm áo tối giản" cho họ với bộ hình mang tên "What If They Dress Minimal" như một cách phản chiếu góc nhìn khác biệt về những biểu tượng.

Editor Nam Thi Photo Art Class



Những nhân vật nhà Art Class tái hiện bao gồm: Danh họa Frida Kahlo, Michael Jackson, Janet Jackson, Madonna, Cher, diễn viên Dolly Parton, Josephine Baker, nhà hoạt động phong trào giải phóng người đồng tính Mỹ Marsha P. Johnson, siêu mẫu Twiggy và nhóm nhạc The Supremes. Từ thập niên 1960 trở lại đây, họ là những gương mặt xuất hiện khắp nơi trên thế giới và đã trở thành tượng đài không riêng lĩnh vực chuyên môn, mà là văn hoá đại chúng toàn cầu.

Mỗi nhân vật đều có hình ảnh không thể trộn lẫn trong lòng công chúng, những điểm chung của họ là sự tối đa, người thì trong phong cách, trong thẩm mỹ nghệ thuật hay đôi khi là nỗi phức tạp tâm hồn. Sự tối đa của họ dường như đã “đóng đinh” trong lòng khán giả, đến nỗi mà nó đã trở thành đương nhiên. Vậy, nếu họ trở nên tối giản thì sao? Đó là câu hỏi nảy lên trong tư duy của những người làm nghệ thuật hiện đại, khi cảm quan thẩm mỹ của họ luôn khao khát nhìn vào góc độ khác biệt để thấy một giá trị mới trong lòng biểu tượng thân quen. Và với bộ hình lần này, Art Class trả lời cho công chúng bằng hình ảnh trực quan, để từ đó khơi lên và thổi vào các biểu tượng văn hoá một làn gió mới.



CHER

MODEL QUYNH ANH PORTRAITS CHER IN 1960'S
A PROJECT BY ART CLASS



DOLLY PARTON

MODEL KIM PHUONG PORTRAITS DOLLY PARTON
A PROJECT BY ART CLASS



FRIDA KAHLO

MODEL TRANG PHAM PORTRAITS FRIDA KAHLO
A PROJECT BY ART CLASS



JANET JACKSON

MODEL ESTTE PORTRAITS JANET JACKSON FROM HER ALBUM "CONTROL"
A PROJECT BY ART CLASS

Minimalism trong đời sống nghệ thuật

Quay ngược thời gian, Chủ nghĩa Tối giản – Minimalism đã nhen nhóm xuất hiện từ sau thế chiến thứ hai như một trào lưu nghệ thuật mới mẻ. Vào thập niên 60 – 70 của thế kỷ trước, sự ảnh hưởng của Tối giản trước hết trong lĩnh vực hội họa và âm nhạc. Với bối cảnh lịch sử hậu thế chiến, con người khao khát những điều bất rĩ từ sự thuần khiết cô đọng của chủ nghĩa hiện đại và được giao thoa hài hoà với chủ nghĩa hậu hiện đại. Khi mà đời sống đã vốn quá hỗn độn, người ta không còn mê mẩn sự cầu kỳ phức tạp của Chủ nghĩa biểu hiện (Expressionism) nữa thì Minimalism chính là phản ứng đối ngược lại ở cả nội dung lẫn bố cục tác phẩm.

Như trong âm nhạc, tối giản thể hiện ở sự lặp đi lặp lại các hợp âm hay giai điệu như trong âm nhạc của La Monte Young, hay tập trung lột tả bản chất của những âm thanh quen thuộc ví dụ như tiếng còi tàu trong bản nhạc Different Trains (1988) của Steve Reich. Hay đến những năm 90s, những thể nghiệm đầu tiên của chủ nghĩa tối giản trong lĩnh vực văn học với sự hạn chế sử dụng từ ngữ, tránh dùng trạng từ và thích dựa vào bối cảnh để thể hiện ý nghĩa của các nhà văn.

Thế nhưng, khách quan mà nói, âm nhạc và văn chương, hay kể cả Hội họa đều không phải địa hạt mà minimalism có thể phát huy hết vẻ đẹp, vì thế mà tại thời điểm đó nó không được đánh giá cao. Phải khi Tối giản chạm vào Thời trang, Nội thất và Kiến trúc, phong cách nghệ thuật này mới thực sự được giới chuyên môn và công chúng quan tâm, thậm chí là ca ngợi hết lời.

Xét cho cùng, bản chất của các lĩnh vực nghệ thuật này là hình dáng và không gian, và phong cách Tối giản đã làm rất tốt với tôn chỉ mang đến một cấu trúc chặt chẽ, khúc triết, cô đọng và tinh tế. Điều quan trọng là, thay vì việc phải tưởng tượng ra bối cảnh tối giản, thì với Thời trang, Nội thất hay Kiến trúc, con người có thể trực tiếp tiếp xúc sự đơn giản và tinh tế có tính thực tiễn đó. Để từ đó phóng chiếu lên một cảm giác về cái đẹp tự do và nhẹ nhàng đầy quyến rũ.



JOSEPHINE BAKER

MODEL TU HAO PORTRAITS JOSEPHINE BAKER
A PROJECT BY ART CLASS



MADONNA

MODEL NAOMI ROESTEL PORTRAITS MADONNA IN 1980'S
A PROJECT BY ART CLASS

“Nếu như họ mặc Tối giản?”

Sự ra đời của bộ sưu tập của nhà thiết kế Tom Ford cho Gucci năm 1996 và Marc Jacobs cho Louis Vuitton năm 1998 là dấu mốc quan trọng của chủ nghĩa Tối giản trong Thời trang. Ngay sau đó, hàng loạt các sáng tạo trang phục minimal ra đời. Các thiết kế tối giản chú trọng vào điểm đặc biệt của kiểu dáng, lối cắt may và chất liệu vải hơn là chức năng trang phục, vì thế thường ít chi tiết, ít phụ kiện đi cùng những tông màu tối, trung tính hoặc đơn giản để tinh tế tập trung sự quan tâm của công chúng vào nét tinh tế trong chế tác vật phẩm. Cũng bởi thế mà thời trang tối giản có xu hướng loại bỏ cả những quan niệm về đẹp truyền thống, giới tính hay tuổi tác để hướng tới sự mở rộng biên độ các giá trị thẩm mỹ, và chắc chắn là thoải mái trong ứng dụng.

Tại Việt Nam hôm nay, giới mộ điệu đón nhận phong cách thời trang này một cách mạnh mẽ. Sự thay đổi trong việc định hình thương hiệu với xu hướng Minimalism từ các nhà mốt lớn là minh chứng rõ ràng nhất như Gia Studios, Subtle Studios, etc. Bản thân các lĩnh vực khác xoay quanh như nhiếp ảnh, tạo hình, người mẫu...cũng theo đó mà phát triển một cách tích cực.

Xét cho cùng, thời trang tối giản vốn không nhất thiết phô bày ở hình thức bên ngoài, mà nó ẩn sâu trong những điểm tinh tế đầy phức tạp bên trong. Thế nên, khi đem “chiếc áo” này mặc lên những biểu tượng của sự tối đa, chính là một cách mà Art Class tôn vinh những giá trị to lớn trong tâm hồn cũng như điều tốt đẹp cho xã hội mà 10 nhân vật huyền thoại này mang lại.

Các nhân vật mà Art Class tái hiện, bản thân họ đều là những người đã sử dụng tài năng nghệ thuật của mình để phá vỡ mọi quan niệm thẩm mỹ và tư duy xã hội truyền thống. Như cách vẽ trừu tượng đầy đau khổ của danh họa Danh họa Frida Kahlo; sự cách tân âm nhạc và lối trình diễn của Micheal Jackson hay Madonna; hay cuộc đấu tranh cho quyền của người đồng tính Mỹ bùng nổ năm 1969 do Drag Queen Marsha P. Johnson tiên phong...Họ là người đã “dẫn lối” cho thế giới đập đổ những giới hạn, nhưng vô tình, họ lại bị giới hạn một cách nhìn trong lòng công chúng. Vậy tại sao chúng ta không nhìn họ một cách khác, trong hình hài của sự tối giản đầy tính đương đại.

Khi thưởng thức bộ hình, mỗi người sẽ có một cảm giác khác nhau về những nhân vật biểu tượng này. Điều đó càng chứng minh sự tự do của Minimalism, và là tuyên ngôn mạnh mẽ thời trang nghệ thuật không có tiêu chuẩn gò bó cái đẹp vĩnh viễn.



MARSHA P. JOHNSON

MODEL ANTHONY HOANG PORTRAITS MARSHA P. JOHNSON
A PROJECT BY ART CLASS



MICHAEL JACKSON

MODEL TRINH THU HUONG PORTRAITS MICHAEL JACKSON
A PROJECT BY ART CLASS



THE SUPREMES

MODEL KIM DUNG, TRANG PHAM, QUYNH ANH PORTRAIT THE SUPREMES
A PROJECT BY ART CLASS



TWIGGY

MODEL THU ANH PORTRAITS TWIGGY IN 1960'S
A PROJECT BY ART CLASS

Credits

A project by Art Class Production @artclassproduction

Art direction: Vic Lee @vic_lee

Photographer: Đức Ngô @ducngostudio

Stylist: Mai Diệu Vi @maidieuvii

Hair Stylist: Dương Đăng Minh @hairbyduongdangminh

Makeup Artist: Xì Quan Lê @justxi1405

Assistants: Art Class team

Fashion: Gia Studios, Subtle Studios, Nosbyn Studio, L'espoir

Special thanks to models: Est Te, Kim Phương, Trịnh Thu Hường, Trang Phạm, Quỳnh Anh, Kim Dung, Tú Hảo, Anthony Hoàng, Naomi Roestel, Thu Anh Hồ

Thời trang trong suốt và sự trưng bày nội tâm

- Cô giấu gì sau lớp áo quần thế?
- Chẳng gì cả, mọi điều cần biết đã được hiển thị.

Editor Kim Ngân Photo Source Sưu tầm

Khởi nguồn từ giấc mơ vươn tới những vì sao

Nhựa PVC được tìm ra vào năm 1926 nhưng mãi tới thập niên 60s, chất liệu này mới được sử dụng trong ngành công nghiệp thời trang.

Những bước tiến khám phá vũ trụ đã khiến cả xã hội nói chung và ngành thời trang những năm 60 thực sự bởi ám ảnh bởi không gian. Vậy nên, nhiều NTK đã tìm kiếm những chất liệu

có thể đáp ứng nhu cầu của công chúng và nhựa là cái tên đầu tiên được nghĩ tới do tính chất dẻo và dễ tạo hình.

Người đầu tiên chính thức giới thiệu PVC đến làng mốt là André Courrèges. Sau 10 năm cần mẫn làm việc cho Balenciaga, André đã tách ra và lập nên thương hiệu cá nhân vào năm 1961.



Nhựa PVC - polyvinyl chloride hay ngắn gọn là vinyl là đại diện rõ nhất cho câu nói trên, Từ một nguyên liệu chỉ dùng để sản xuất túi gói, nhựa PVC trở thành một chất liệu tạo nên phong cách futuristic từng làm mưa làm gió những năm 60, lặng lẽ biến mất và đã một lần nữa sống dậy trong những năm gần đây.

1. Thời trang trong suốt xuất hiện trong trên sàn catwalk bộ sưu tập Xuân/Hè 2018 của Chanel.
2. Hình ảnh từ bộ sưu tập Moon Girl (1964) của André Courrèges sử dụng chất liệu nhựa PVC.
3. Mẫu kính nhựa nổi tiếng do André Courrèges sáng tạo nên.

BST "Cô gái Mặt Trăng" mang hơi hướng futuristic được tạo nên từ nhựa PVC đã đánh dấu một thời kỳ của những bộ quần áo bóng bẩy và rực rỡ. Theo chân ông có NTK Pierre Cardin.

Một cái tên khác cũng nổi bật trong xu hướng thời trang trong suốt đó là "Thợ đồ nhựa của làng mốt" Pacco Rabban.

Hai BST để đời của ông: "Mười hai bộ váy thử nghiệm" (1964) và "Mười hai bộ váy không thể mặc được từ các vật liệu đương đại" (1966) đã mang tới cho những người yêu cái đẹp các bộ váy tinh xảo dựng nên từ những chiếc đĩa nhựa.

Tuy nhiên, không xu hướng nào có thể mãi mãi được tôn vinh. Chỉ sau

10 năm ngắn ngủi, nhựa phải lùi về nhường chỗ cho những xu hướng khác và chỉ còn được cộng đồng goth, punk ưa dùng. Quần áo làm từ PVC từng được coi là một trong những mặt hàng đặc trưng của SEX - một cửa hàng khét tiếng trên được Kings Road do Vivienne Westwood và Malcolm McLaren làm chủ, đây được coi là cái nôi của thời trang punk.



1

Nhựa trong thời kỳ hiện đại

Bảng đi một thời gian, cơn sốt nhựa lại nóng lên vào mùa mốt xuân-hè 2017. Từ thời trang đường phố đến sàn catwalk xa hoa, những thiết kế bằng nhựa PVC trong suốt hay không đều rất mực yêu thích. Thời trang nhựa trong khoảng thời gian này nhẹ nhàng và dễ mặc hơn chứ không còn màu mè kiểu cách như 30 năm trước.

Vetements, Calvin Klein, Gucci, Balmain, Valentino và đặc biệt là Chanel lũ lượt cho ra đời những thiết kế cao cấp với lớp nhựa phủ lên ngoài hoặc kết hợp chung với những chất liệu đặc trưng của thương hiệu.

Giá thành rẻ, dễ xử lý, dễ tạo hình là những ưu điểm khiến nhựa được ưa chuộng như vậy. Tuy nhiên, tính độc hại của nhựa là không thể bàn cãi và câu hỏi đạo đức được đặt ra: "liệu ta có nên tiếp tục theo đuổi một phong trào là mối nguy lớn đến môi trường như vậy không?"

Theo khảo sát của Orb Media vào năm 2017 đăng tải trên The Guardian, 83% mẫu nước tại những quốc gia có nhà máy sản xuất thời trang lớn đều chứa sợi vi nhựa.

May mắn thay, những nhà mốt lớn và nhỏ đã có những động thái tích cực để tái chế, giảm thiểu và cắt bỏ hoàn toàn nhựa. Ocean Plastics là tấm gương tiên phong trong việc chuyển nhựa tái chế thành những sản phẩm thời trang. Stella McCartney Adidas hay mới đây nhất là Tom Ford cũng là những thương hiệu nói không với thời trang nhựa. Tuy nhiên, cần nhiều hơn thế để loại bỏ một xu hướng thời trang.

Thời trang nhựa sẽ dành cho ai?

Bên cạnh những ưu điểm thì nhựa cũng có những nhược điểm khó lòng chối từ như không thấm hút mồ hôi, dễ bị ố (đối với những sản phẩm trong suốt) nhưng tại sao thời trang trong suốt vẫn được một bộ phận giới mộ điệu lựa chọn?

Bởi, chúng giống như đỉnh cao của sự trưởng thành của một bản thể. Từ người cho rằng áo quần chỉ có chức năng gì khác ngoài việc che chắn cơ thể, đến chấp chững bước những bước đầu tiên vào thế giới xa hoa của áo quần, rồi chuyển mình tìm được phong cách cá nhân, tự tin chinh phục mọi kiểu thời trang và cuối cùng tự tin chẳng ngại phô diễn một phần (hay thậm chí toàn bộ bản thân) cho cả thế giới chiêm ngưỡng.



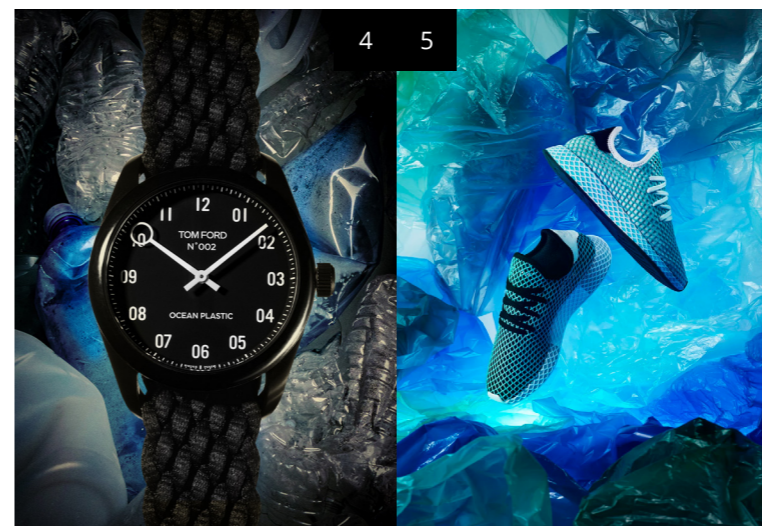
3

Tái sinh

Mãi đến những năm 1990s, những bộ đồ bằng nhựa bóng bẩy mới quay lại. Áo khoác, chân váy và quần nhựa, chúng có thể trong suốt hay không, được các tín đồ thời trang rất mực cưng chiều. Người ta thường xuyên thấy người mẫu, diễn viên, nghệ sĩ, ca sĩ và những KOLs nổi bật của làng mốt xuất hiện trong những bộ trang phục bằng nhựa PVC.

Câu hát nổi tiếng của nhóm nhạc pop Aqua "Life in plastic is fantastic" (Cuộc sống có nhựa thật tuyệt vời) như gói lại sự ám ảnh cho thứ chất liệu dẻo dỏ trong suốt một thời kỳ.

2



4 5

Chỉ bằng một chiếc túi, bạn có thể kể nhiều câu chuyện khác nhau bằng cách lựa chọn và sắp đặt các món đồ từ điện thoại, thời son, chai nước hoa, hộp phấn, bạn muốn sắp xếp gì chẳng được, miễn sao bạn tin vào câu chuyện mình sẽ kể.

1. Chiếc va-li "See Through" (2018) của RIMOWA x Off-White™.
2. Túi B6 từ bộ sưu tập PVC của hãng nana-nana.
3. Sàn diễn catwalk của bộ sưu tập Thu/Đông 2018 từ hãng thời trang Maison Margiela.
4. Đồng hồ của hãng Tom Ford kết hợp với Ocean Plastic.
5. Đôi giày Adidas x Parley được làm bởi rác nhựa tái chế từ đại dương.

“Dưới ánh sáng mặt trời
tất cả trần trụi
cái đẹp hiển lộ”

Lâm Gia Khang

Gia Studios / Bản Haiku của thời trang

Hồi đầu năm, Gia Studios có một cú Big Hit, đó là chiếc túi **Croissant Pouch**. Ra mắt lần đầu tiên trong bộ sưu tập SS18, tái xuất với diện mạo hoàn hảo hơn trong Pre-fall 19, và trở thành hiện tượng khi trang **WhoWhatWear** đưa vào danh sách xu hướng phụ kiện của năm 2020, đứng cạnh thương hiệu nhà mốt đình đám Bottega Veneta. 5000 chiếc là con số bán ra của mẫu túi có gam màu trung tính đậm chất tối giản này. **Croissant Pouch** là đại diện tiêu biểu cho tinh thần thời trang của Lâm Gia Khang: *Less is More (Tối giản là tối đa)*

Editor Hoàng Hồng
Photographer Dũng Nguyễn



Tôi thích những gì được phơi bày dưới ánh sáng tự nhiên

Ngay từ khi xuất hiện lần đầu trên sân khấu *Beve 2012* với bộ sưu tập *Le Blanc* mang phong cách thập niên 50 và sau đó là *Project Runway Vietnam 2013*, Lâm Gia Khang đã thể hiện sự trung tính đến cực đoan. Cực đoan ở đây là sự trung thành tuyệt đối với con người bên trong của mình, ngay cả khi ý thức rằng, tính cực đoan có thể sẽ cản trở con đường xây dựng một thương hiệu lớn.

Lâm Gia Khang

Fashion Designer

Khang bảo, thần số học của anh có ba con số thì cả ba con số đều cực đoan, là: 0, 1, 9. Khang có ba số 1, nên sự độc đáo, độc tôn, duy nhất, khác biệt bị lũy thừa 3. Khang có hai số 9, nên sự duy mỹ luôn bình phương. Nhưng Khang cũng có hai số 0: con số nằm giữa âm và dương, án ngữ vị trí trung tâm của trục cân bằng; con số trống rỗng, không chứa gì cả mà lại chứa tất cả; con số khởi đầu cũng là con số của sự kết thúc; con số không thể chia nhỏ thêm nữa, cũng không thể dung nạp thêm nữa.

Nhưng vốn dĩ màu sắc trung tính cũng thuộc về một hình thái cực đoan. Đen là màu tiếp nhận, “nuốt” mọi ánh sáng và vì thế nó là sự vắng mặt của các màu. Ngược lại, Trắng là màu chứa toàn bộ các màu của quang phổ. Song cả Đen và Trắng đều có giá trị màu sắc bằng 0.

Khi Lâm Gia Khang theo đuổi neutral

và chủ nghĩa minimalism trong thời trang ở tuổi 20, chỉ đơn giản là anh theo đuổi cái mà con người mình thôi thúc và mong muốn. Không dự đoán, không bắt trend, không đón đầu xu hướng. Trung tính hay tối giản vốn dĩ đều đã có từ lâu trong làng mốt, ra đi rồi trở về theo vòng tuần hoàn của thời trang. Nếu chỉ là đón đầu một trào lưu, Khang đã không kiên định với nó như đã và đang.

Chiếc túi Croissant Pouch cũng vậy. Khang làm nó không chủ đích từ rất lâu, nghịch ngợm với những cảm xúc và chơi với miếng da lộn, cho đến ngày một nhân viên nói “Ồ, sao nó giống cái bánh sừng bò”. Croissant, món điểm tâm sáng mà Khang hay ăn vô tình tạo ra thứ cảm xúc mà chính Khang không nhận biết, cũng không dụng ý gắng gượng đưa nó vào những bản nháp ý tưởng. Croissant trở thành “hit” của Gia Studios một cách vô tình và may mắn.

Khang bảo, nếu như anh cố tình bắt “trend”, chiếc túi đó có thể vẫn ra đời nhưng không còn là thời trang - theo nghĩa nguyên thủy của nó nữa.

Từ ngày nhỏ, khi tò mò khám phá từng miếng vải vụn trong tiệm may của mẹ và bà, Lâm Gia Khang đã chọn basic. “Basic là cơ bản nhưng là tất cả. Basic là tối giản nhưng không phải đơn giản. Chỉ khi basic, tâm trí mới tự do tưởng tượng và sáng tạo”, Khang nói.

Thành ra, hỏi Khang chọn “tốt gỗ” hay “tốt nước sơn”, Khang bảo Khang chọn “tốt gỗ”. Với Khang, một bộ trang phục trung tính và tối giản không chỉ nằm ở phom dáng mà ở cách xử lý đường may ra sao và mang lại trải nghiệm gì cho người mặc. “Nước sơn” dù khéo đến mấy cũng chỉ giấu diếm, che đậy được với người ngoài, chứ không đánh lừa được người mặc nó.

"Tốt gỗ là phơi bày hết ra. Thời trang minimalist chính là naked, là khi mình tinh giản bộ trang phục về sự vi tế, mọi thứ trần trụi trên lớp vải như cơ thể người khỏa thân, không còn cái gì có thể lấp liếm. Không phụ kiện đính kết, không sắc màu rực rỡ bắt mắt, kỹ thuật cắt may phơi bày ra, từng đường kim, mũi chỉ, nhất cắt, tinh xảo hay khuyết điểm... phơi bày ra. Cũng chính lúc ấy,

khả năng, tư duy, tư tưởng, cảm xúc của một nhà thiết kế cũng biểu hiện lên mặt vải."

Bởi thế, để chọn tối giản và trung tính, nhà thiết kế phải rất tự tin. Khang nói anh tự tin. Nhưng không phải tự tin với cái hoàn hảo mà tự tin với cái khuyết điểm của chính mình.

"Trong thời trang, sự hoàn hảo công nghiệp như vi mạch điện tử là giết chết cảm xúc. Sự tinh giản thường có lỗi, đó là cái lỗi của chân thật, tự nhiên và cũng là cái tạo ra cảm xúc, tôn lên nét riêng của bộ trang phục."

"Mỗi khi tôi làm show, tôi luôn cần ánh sáng tự nhiên. Vì dưới ánh sáng tự nhiên, tất cả trần trụi, cái đẹp hiển lộ. Ánh đèn sân khấu thường cung cấp sự che đậy giả dối hoàn hảo. Còn tôi thích khuyết điểm. Trên sàn diễn, có những bộ trang phục tôi lộn trái ra ngoài để phô ra những chỗ chưa may xong. Đó là lý do minimalism rất hấp dẫn."



1. The infamous Croissant Pouch in Ivory by Gia-Studios.
2. Mini Fanning Bag in black by Gia-Studios' Spring Summer 2021 collection.
3. Gia-Studio's 2021 SS collection's digital show label in daylight.



Thế giới thời trang của tôi không gồm hai màu đen trắng mà gồm trăm màu trắng và vạn màu đen

Câu Lâm Gia Khang không thích nhất khi ai đó nói về mình là: “Sao chỉ toàn đen với trắng thế!”. Thực tế thì Khang không chỉ làm đen với trắng. Khang vẫn làm màu. Có điều, những màu Khang chọn không rơi ra khỏi quỹ đạo của sự trung tính và chỉ nhấn nhá như gậy chửi highlight cho bộ sưu tập thêm phần thu hút, tươi mới mà thôi.

Nhưng ngay cả khi Khang làm đen và trắng, Khang cũng không chỉ dùng hai màu. Bảng màu đen trắng của Khang đa sắc đến nỗi Khang có thể chơi với nó

từ năm này qua năm khác mà không sợ trùng lặp. “Sao có thể nhạt nhẽo và đơn điệu, khi mỗi màu đen trắng là muôn ngàn sắc độ đậm nhạt khác nhau, và trên mỗi chất liệu lại ra một tính chất màu khác biệt. Đen trên lụa và đen trên cotton không thể cùng màu, trắng trên gấm và trắng trên linen cũng không thể là một. Sự trung tính khiến cho mỗi người cảm nhận màu sắc một cách tinh tế hơn. Như một bài thơ Haiku vậy, chỉ có 3 câu khúc triết nhưng gói gọn cả 4 mùa xuân hạ thu đông, cô đọng biết bao tầng ý.”

1. Gia-Studios' moodboard for 2021 SS collection.
2. Gia-Studios working space.

Thế nên, đừng nói với Khang rằng minimalist chính là *minimal* (tối thiểu). Vì Khang sẽ phản bác ngay. Tư duy thời trang tối giản của anh nhận diện minimalist là *maximum* (tối đa), một sự maximum được tinh giản. Không chỉ là tối đa ở các sắc độ biến hóa muôn hình vạn trạng của đen - trắng, cách anh xử lý chất liệu, xử lý đường may, hoàn chỉnh thiết kế, đặt trái tim, cảm xúc của mình vào cũng chính là tối đa.

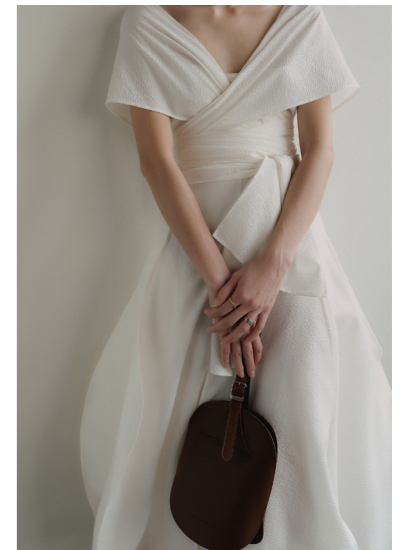
Thời trang của Lâm Gia Khang bởi vậy

cực đoan trong hình thái trung tính: đó là cân bằng, nhẹ nhàng, gần gũi, dễ chạm vào, dễ hòa vào mà không sợ lệch tông lệch pha, song cũng dễ tạo nên điểm nhấn riêng biệt mà không sợ nhạt nhòa, buồn tẻ. Những người phụ nữ tìm đến Khang vì thế cũng đa sắc, đa diện, không giới hạn trong một vài nhóm cá biệt. Khang, cực đoan nhưng đủ khiêm nhường và rộng mở để không đặt “pass” cho khách hàng của mình bằng xuất thân, tiền bạc, đi xe gì ở nhà nào hay có phải là tín đồ của neutral hay không.

“Thời trang không chỉ là chuyện cá tính trong ăn mặc. Thời trang là cảm xúc. Phụ nữ mà, ngay cả người maximalist đến đâu cũng có những ngày lẳng địu, muốn thu mình lại, muốn trút bỏ những lớp lánh ồn ào bề ngoài để trở về với bản thể trần trụi của mình. Khi đó họ sẽ tìm đến bộ trang phục neutral mang những gam màu tự nhiên tối giản trải ra khoáng trống để họ thả lỏng tâm trí và nghỉ ngơi” - Khang nói.



Điều đó cũng có nghĩa rằng, nếu ngày mai trào lưu trung tính và tối giản đang thịnh hành này được thay thế (và chắc là sẽ được thay thế sớm thôi), thì thời trang neutral kiểu Lâm Gia Khang vẫn chẳng biết mất khỏi dòng chảy của mốt. Bởi sẽ luôn có những cảm xúc đồng điệu tìm về neutral không phụ thuộc vào ngoài kia đài khí tượng thời trang dự báo neon hay bling bling đang đổ bộ về.



"Sao có thể nhạt nhẽo và đơn điệu, khi mỗi màu đen trắng là muôn ngàn sắc độ đậm nhạt khác nhau, và trên mỗi chất liệu lại ra một tính chất màu khác biệt. Đen trên lụa và đen trên cotton không thể cùng màu, trắng trên gấm và trắng trên linen cũng không thể là một. Sự trung tính khiến cho mỗi người cảm nhận màu sắc một cách tinh tế hơn. Như một bài thơ Haiku vậy, chỉ có 3 câu khúc triết nhưng gói gọn cả 4 mùa xuân hạ thu đông, cô đọng biết bao tầng ý."

- Lâm Gia Khang





IV.

Architecture

Không Gian Vắng Lặng



Lâm Gia Khang House / Tối giản triển lãm tâm hồn

Khi Lâm Gia Khang nhận căn hộ hiện tại, nó là một mặt sàn trắng trơn nhiều góc cạnh. Cuộc chơi của Khang với không gian và nội thất bắt đầu từ đây.

Căn hộ Lâm Gia Khang ở được bố trí theo đúng tinh thần của những bộ sưu tập áo quần mang thương hiệu Gia Studio: Trung tính (Neutral) và Tối giản (Minimal). Một không gian chỉ có trắng và beige với bảng sắc độ đậm nhạt phong phú đứng cạnh nhau vừa chủ đích lại vừa ngẫu hứng; vừa làm nền cho nhau, nhấn nhá nhau, hòa vào nhau, vừa giữ một khoảng cách vừa đủ để biệt lập hóa chính mình như cách hai vũ công tương tác trong một điệu tango criollo cổ điển.

Đến cả cái nắng nhiệt đới tràn qua lớp tường kính có tấm rèm roman màu xám mà ngả lưng rón rén lên bộ sofa Wendelbo màu kem êm ái cũng cơ hồ trút bỏ những gay gắt ngoài trời mà trở nên nền tĩnh hơn.

Không gian này đích thị của Khang. Ngăn nắp một cách không cố gắng và trống trải một vẻ đầy dụng ý.

"Tôi muốn một căn nhà mà mỗi khi đi làm về được giải phóng con mắt khỏi những chằng chịt nhà cửa, đường xá, xe cộ bệ bộn gạch ngang gạch dọc rối rắm bằng những điều mạch lạc, trật tự, tối giản. Không gian càng ít đồ mới có chỗ để tôi trải cảm xúc của mình ra mà thư giãn.", Lâm Gia Khang nói.



Editor Hoàng Hồng

Photo Đỗ Sỹ



Tôi thích 1 căn nhà trống trơn và tôi chơi với nội thất của mình

Phòng khách nhà Lâm Gia Khang là một không gian kết hợp của nấu ăn, đọc sách, nghe nhạc và nghỉ ngơi. Không gian đa năng nhưng đồ đạc được tiết chế và giảm thiểu đến cực đoan. Một chiếc bếp sạch đến soi gương được với duy nhất chiếc ấm đun nước đặt trên bề mặt. Một bàn đảo bếp mix giữa bồn rửa và bàn ăn và khi cần có thể biến thành quầy bar. Toàn bộ tủ lạnh, tủ đựng ly chén, lò nướng, xoong chảo, máy rửa bát.. được thiết kế giấu âm tường bằng hệ tủ nhiều ngăn kín đáo. Căn bếp khiến nhiều người hiểu lầm về chủ nhân, rằng nó chỉ tồn tại như một bối cảnh trang trí. Kỳ thực, Lâm Gia Khang nấu ăn hằng ngày và vẫn thường mở những bữa tiệc buffet cho bạn bè thân thiết về tụ tập cuối tuần. Nhưng sau đó là phải *trống*.

Khang đề cao sự *trống*. Anh không thích gian bếp bừa bộn, cảm thấy khó thư giãn. Ở đây, không hẳn chỉ là sự

thư giãn thị giác. Nó còn là sự tương ứng giữa bối cảnh và tâm thức, như thể nếu không gian ảnh hưởng tác quá bộn bề, tâm trí anh khó có thể ngăn nắp, mạch lạc được.

Tất nhiên, sự *trống* của Khang vẫn phải đi kèm tiện nghi và tiện dụng. Đồ nấu bếp phải đủ. Giấu chúng ở đâu, đặt ở vị trí nào thì thuận lợi cho sinh hoạt đòi hỏi phải có sự tính toán. Gian bếp này, cùng với giường ngủ có lẽ là sự tính toán hiếm hoi trong tổng thể sắp đặt nội thất căn nhà.

Những thứ còn lại đều là cuộc chơi của xúc cảm.

Chiếc lò sưởi giả bị xem là vô lý khi đặt giữa Sài Gòn đô hội quanh năm nắng nóng nhưng với Khang thì nó rất hợp tình. Một cái sofa Đan Mạch vài trăm triệu tinh tế nhất mực tưởng là không thể hòa nhập được với khúc gỗ mộc làm kệ để đèn nhưng lại bổ sung cho nhau đầy ắp ý. Những bức tường xéo xọ, nhiều gập khúc, không có chỗ nào đủ vuông vẫn lại trở thành những góc trốn của tâm trạng, nơi có thể đặt vào một cái cây làm

điểm dừng chân của suy tư, hay đặt một cái kệ sách với máy nghe nhạc để âm thanh va chạm vào những mảng cong trước khi tỏa đi khắp căn nhà.

Và cũng chỉ có bấy nhiêu đồ đạc, nếu không kể 1 chiếc bình hoa cắm vài cành lá lúa thưa nhàn nhạt mua ở tiệm hoa lúc đêm muộn cùng dăm ba món đồ trang trí không đáng kể. Những bức tường hoàn toàn trống trơn. Mọi đồ đạc đều di động, như thể chúng tự chọn vị trí của mình, lặng lẽ tự lự, thay vì sống cuộc đời bị cột chặt bằng đinh vít vào nhau.

Hoàn toàn không chủ đích, nhưng các món đồ nội thất Lâm Gia Khang chọn mua về vừa “match” được với nhau lại vừa đảm bảo một cuộc đời biệt lập, không phụ thuộc vào sự tồn tại của đối phương. Với Khang, đó là “neutral”. Triết lý trung tính không nằm ở chỗ ba phải, lưng chừng, dĩ hòa vi quý, mà nằm ở sự trung dung, cân bằng, không phải cố gắng gồng mình lên để nhập điệu, vẫn giữ được bản thể của mình mà vẫn hòa hợp với tổng thể, không tách biệt lạc lõng.





“Sống trong một cái nhà, tôi muốn mọi đồ đạc phải di chuyển được. Mỗi ngày tôi chơi với cái nhà của mình, chuyển cái này qua cái kia, thay cái này bằng cái khác, như lên đồ vậy, phối cái này với cái nọ theo cảm xúc. Tôi muốn căn nhà của mình vừa là nơi thân thuộc vừa không ngừng đổi thay, tươi mới. Cũng như người tình, nếu không thể làm mới trong mắt nhau thì cũng sớm cảm thấy nhau nhàm chán.”

Kiến trúc sư từng nói với tôi, nếu tôi làm thế này thì không bền, dễ hư, khó lau dọn. Tôi bảo ồ tôi không cần bền, hư tôi sẽ sửa, bẩn tôi chấp nhận dọn dẹp hay sơn lại. Tôi không mong đợi một cái nhà mà mình sống hoài mấy chục năm bền vững không thay đổi gì và đồ đạc cứ đầy ắp lên theo từng năm.

Nếu cứ tuân thủ theo kiến trúc sư thì là tôi đang giao cuộc sống của tôi cho họ, tôi phải sửa mình để đặt vào không gian có sẵn do họ vẽ nên. Không, tôi thích một ngôi nhà trống trơn và tôi chơi với nội thất của mình. Tôi thích những gì tối giản để luôn được lấp đầy cảm xúc.”

Cái đẹp là không hoàn hảo

Trong nhà Lâm Gia Khang, gần như không món đồ nào có đôi có cặp. Lễ đơn giản, chúng không được sắm vào cùng thời điểm, tại cùng một nơi và bằng cùng một tâm trạng.

Khang có thói quen bất kỳ khi nào thấy cái gì hay thì nhặt về. Anh chọn ngẫu nhiên và ngẫu hứng, hoàn toàn cảm tính, không có tính toán gì. Có cái rất vintage, có cái là đồ cổ, có cái lại đậm chất Bắc Âu đương đại. Chén đĩa trong nhà anh cùng lắm giống nhau hai chiếc, một tủ ly là những chiếc ly hoàn toàn khác nhau. Mỗi chiếc ghế là một câu chuyện riêng và rất nhiều khi được Khang chọn chỉ vì câu chuyện đằng sau của nó. Ví thế, mọi món đồ trong nhà anh đều sống đời độc lập. Nhưng khi đặt cạnh nhau, chúng “match” lạ lùng. *“Bởi vì cảm xúc của mình là con người bên trong mình, luôn luôn nhất quán.”*, Khang nói.

Khang thích bày những bữa tiệc với những chiếc chén đĩa ly không đồng bộ đó, kê những cái ghế “cọc cạch” cạnh nhau và quây quần cùng những người bạn thân thiết, đứng ngồi trò chuyện.

“Tôi không tính toán, có thể tính toán thì sẽ hợp hơn đấy nhưng nó sẽ rất công nghiệp và không có hồn. Cái đẹp là phải hồn nhiên, không cần gắng gượng, không đại trà. Cái đẹp không có khuôn mẫu hay tiêu chuẩn nào cả. Cái đẹp là không hoàn hảo và đầy cảm xúc.”



- Chứ không phải cái đẹp luôn có tiêu chuẩn xác định sao?
- Tôi không đồng ý như vậy. Xấu hay đẹp là khái niệm rất lung chừng. Đẹp với người này có thể là xấu với người khác. Nên không có cái đẹp đại diện. Trong thời trang cũng vậy, tôi không ủng hộ dùng một người nổi tiếng đại diện cho sản phẩm đó. Anh chỉ có thể là người đại diện mang sản phẩm đó tới người tiêu dùng chứ không thể là đại diện cho cái đẹp. Cái đẹp là đa dạng. Tôi thường chọn những model có vẻ đẹp khác biệt để truyền tải thông điệp rằng ai cũng đẹp theo cách của riêng mình.
- Nhưng dù sao ngay cả cái đẹp khác biệt cũng cần một tiêu chuẩn, để

- phân biệt nó với cái xấu, dù ở khía cạnh trung tính nhất.
- Đúng, có những cái thuộc về khuôn mẫu và tỷ lệ thì cần tuân theo theo khuôn mẫu cơ bản thì tôi đã không thể phát triển công việc của mình. Trong nội thất cũng vậy, tôi cân bằng giữa tiêu chuẩn và sáng tạo để đảm bảo tính “Neutral”, trung tính, cân bằng. Không phải sao cũng được. Sao cũng được là cầu thả. Chiếc ghế Wendelbo là tiêu chuẩn, cái bếp là tiêu chuẩn, những thứ xung quanh đó là sáng tạo. Những cái tiêu chuẩn thường bị chìm đi và khó thấy nhưng là nền tảng để sáng tạo. Đó là lý do mà tôi vẫn cần kiến trúc sư để tư vấn cho mình về tiêu chuẩn.

Thực ra, bản thân hai chữ “Minimal” và “Neutral” vốn đã bao gồm hai yếu tố tiêu chuẩn và phi tiêu chuẩn. Tiêu chuẩn nằm ở sự vi tế và tiết chế trong từng chi tiết, ở quy tắc bảng màu nghiêm ngặt mà chỉ cần quá tay là bước qua ranh giới mỏng manh của tính trung dung. Nhưng phi tiêu chuẩn nằm ở chỗ có Minimal và Neutral tạo ra quá nhiều khoảng trống để người sáng tạo được thỏa sức thể nghiệm với cảm xúc và ý tưởng. Một người theo đuổi Minimal và Neutral như Lâm Gia Khang tất nhiên luôn biết làm gì với những khoảng trống.

Như cách anh chơi với căn phòng ngủ của mình. Một nơi chỉ để ngủ theo đúng nghĩa đen. Không đồ trang trí, không tranh ảnh, không tủ quần áo, không bàn không kệ. Chỉ có một cái nệm, 1 chiếc tivi và 1 cái đèn, vẫn trên nền sơn trắng và rèm cửa màu xám nhạt.

Cái nệm nằm giữa căn phòng và áp sát với những ô tường kính, được “drap” kỹ càng mềm mại và trắng dịu như một đám mây bồng bềnh. Khang cũng gọi cái nệm là đám mây. “Đám mây” có kích thước 2,4x2,4m, cao 0,7m, gồm nhiều lớp đệm mút chồng lên nhau với lớp trên cùng là lông ngỗng trước khi phủ thêm tấm ga lót và bọc thêm ga phủ. Từng lớp nệm được Lâm Gia Khang tính rất kỹ sao cho lưng được thẳng nhất và dễ chịu nhất khi nằm. Ga gối mền cũng được anh dùng loại cotton có sợi tốt dày, độ mịn cao, cấp ẩm cho da và tóc. Khang drap giường mỗi ngày bằng tay, chần chu, kỹ càng, với quan niệm giường là nơi mình dành 1/3 cuộc đời cho nó.

Chiếc giường đám mây là sản phẩm của tính toán. Nhưng như Khang nói “tính toán là để chiều chuộng cảm xúc của mình chứ không phải để thay đổi cảm xúc của mình.” Nằm trên

“đám mây”, ở vị trí nào Khang cũng nhìn thấy bầu trời xanh qua ô kính, ngắm trăng lên, sao rơi, những ô cửa sáng đèn lốm đốm cuối cùng trong ngày hay những tia nắng đầu tiên của ngày mới.

“Tôi không dùng rèm vải trong phòng ngủ vì tôi không thích ngủ trong bóng tối và thức dậy bởi đồng hồ báo thức, cảm giác rất thụ động. Tôi muốn thức dậy một cách tự nhiên khi đồng hồ sinh học của mình được kích hoạt vận hành bởi ánh sáng như cây cỏ. Do đó tôi dùng rèm roman xám có tông đậm hơn chút so với phòng khách. Khi ngủ, tôi thường kéo rèm lên và ban ngày thì hạ rèm xuống. Lớp rèm đủ mỏng để ánh nắng vẫn xuyên qua nhắc nhở mình về từng thời khắc trôi qua trong ngày, đủ dày để đảm bảo sự riêng tư, đủ trong để giữ mình và không gian ngoài ô cửa không xa cách nhau nhưng cũng không lộ liễu trước nhau. Đó cũng là một kiểu Neutral.”



Trong nhà của Lâm Gia Khang có một chiếc bảng “mood board” gắn ở phòng thay đồ. Tấm bảng ghim ngổn ngang những bức hình, những mẫu giấy note không theo một chủ đề nào. Nó làm nhiệm vụ như cuốn nhật ký cảm xúc, lưu giữ từng nốt buồn nốt vui nốt thăng hoa nốt giận dữ

và cả những nốt trống rỗng trong tâm trí. Với một người làm nghệ thuật như Khang, cảm xúc là lẽ sống. Nếu như không thể nhận diện được cảm xúc của mình thì đó là lúc không thể sáng tạo. Nhưng tấm mood board kia chỉ là vật hữu hình nhỏ bé nằm trong một tấm mood board siêu hình lớn hơn,

đó là căn hộ rộng hơn 100m² này. Nơi không gian của sắc thái trung tính và hình thái tối giản ấy, Lâm Gia Khang phác họa những cung bậc khác nhau của xúc cảm và ghim chúng lên, trần trụi hiển lộ qua từng chiếc ghế chiếc bàn và những khoảng trống mang dụng ý, thật thà không che đậy.

WENDELBO



Sự tinh tế tối giản của không gian sống

Thành lập vào năm 1955 tại thành phố Aarhus, Đan Mạch, công ty gia đình này bắt đầu sản xuất đồ nội thất tại Sài Gòn từ năm 2007. Vốn nổi tiếng với những thiết kế sản phẩm nội thất tối giản, tinh tế mà công năng tiện nghi, thoải mái. Wendelbo được coi như một “người tiên phong” góp phần nâng tầm không gian sống cho người Việt Nam. Hãy cùng 2Đẹp trò chuyện để hiểu hơn về hành trình phát triển của thương hiệu này.

Editor Nam Thi

Brand Wendelbo



Những chiếc ghế của Wendelbo có một câu chuyện kéo dài hơn 60 năm. Hành trình đó chắc chắn là một câu chuyện rất dài, như nghìn lẻ 1 đêm vậy, ông có thể chia sẻ những lát cắt đáng nhớ trong 6 thập kỷ và 3 thế hệ của Wendelbo được không? Bắt đầu từ những chiếc ghế đầu tiên ra đời vào những năm 50 của thế kỷ trước?

Chúng tôi bắt đầu sản xuất những sản phẩm do chính mình thiết kế khoảng 20 năm trước. Và 10 năm sau khi chuyển tới Việt Nam, chúng tôi đi theo hướng "Scandi-Italian" nhiều hơn so với tinh thần cổ điển mà Wendelbo thường được biết tới trong quá khứ.

Người Đan Mạch có một phong cách sống tên là Hygge. Trong một cuốn sách xuất bản tại Việt Nam, tác giả sách có mô tả lối sống Hygge đó như là một kiểu sống chậm,

trân trọng những điều nhỏ bé, gần gũi với thiên nhiên và dành nhiều thời gian cho người yêu thương. Tinh thần Hygge này có ảnh hưởng gì đến phong cách nội thất của Wendelbo hay không?

Tôi hoàn toàn cho rằng Hygge chính là chìa khoá cho những món đồ nội thất của chúng tôi, đặc biệt là dòng sofa và ghế, mời gọi rất nhiều tinh thần Hygge đến với gia đình bạn với sự mềm mại và thoải mái như mây. Chúng tôi mong muốn tạo ra nhiều thiết kế Hygge và mang tới những thiết kế không gian sống trên khắp thế giới.

Mỗi một bản vẽ thiết kế đồ nội thất của Wendelbo phải đạt những phẩm chất cơ bản nào mới được duyệt để sản xuất?

Phong cách của Wendelbo đi theo một lối gọi là "right look", với sự cầu

kỳ trong từng chi tiết thiết kế và đề cao tính thoải mái tiện nghi thành yếu tố chính. Chúng tôi làm việc với những nhà thiết kế danh tiếng trên toàn thế giới và họ đều được truyền tải thông tin kỹ lưỡng trước khi bắt tay vào sáng tạo cho Wendelbo để chắc chắn rằng tất cả đều đi đúng con đường mà bộ sưu tập đưa ra.

Trước khi ra thị trường, chiếc ghế của Wendelbo phải trải qua những bước đánh giá nào?

Trước hết, chúng tôi xem xét các thiết kế khi đánh giá ở cảm quan tổng thể, sau đó sẽ đào sâu hơn vào tỷ lệ của món đồ và sự thoải mái mà sản phẩm mang lại. Thẩm mỹ, kỹ thuật chế tác và công năng sử dụng đều là những yếu tố quan trọng để đáp ứng kỳ vọng cao của chúng tôi với đồ nội thất.

Trung thành với gam màu trung tính và kiểu dáng tối giản, Wendelbo làm thế nào để cân bằng giữa việc vừa giữ sự nguyên bản, cái chất riêng của mình vừa bắt kịp các trào lưu, xu hướng nội thất trên thị trường?

Bên cạnh việc trung thành với phong cách tối giản vốn đã là tinh thần nội thất điển hình tại Đan Mạch, chúng tôi cố gắng đưa "hơi thở" của Ý tạo nên vẻ riêng biệt và đẳng cấp trong các thiết kế của mình.

Những chất liệu nào được dùng để tạo nên các món đồ nội thất của Wendelbo? Ông/bà có thể chia sẻ chi tiết về xuất xứ của những chất liệu đó?

Chúng tôi luôn luôn sử dụng những chất liệu thô tốt nhất, và không bao giờ thỏa hiệp với chất lượng kém hơn. Hiện nay, nhiều cơ sở sản xuất tại Việt Nam tập trung vào số lượng lớn và giá thành rẻ, còn chúng tôi chỉ tập trung làm sao để sản phẩm tốt nhất có thể nhằm chạm tới chất lượng quốc tế, kể cho phải đánh đổi ra thế nào.

Chúng tôi linh hoạt sử dụng chất liệu tốt trong nước và cả nhập khẩu. Như

tất cả các loại vải và da đều được nhập từ châu Âu hay gỗ sồi và gỗ thông cũng từ châu Âu và New Zealand, cho tới các chất liệu cao cấp đặc biệt khác cũng từ nhiều vùng đất khác nhau trên toàn cầu.

Giữa vô vàn các hãng nội thất theo đuổi phong cách scandinavia và tối giản, điều gì có thể giúp người ta nhận ra chiếc ghế của Wendelbo?

Tôi nghĩ rằng chúng tôi có hình ảnh khá riêng biệt, như tôi đã chia sẻ bên trên, là sự pha trộn giữa phong cách tối giản Scandinavian với tinh thần Ý đặc trưng. Bên cạnh đó, công năng tiện nghi mang đến trải nghiệm thoải mái khi sử dụng và sự tập trung vào từng chi tiết nhỏ nhất chính là chìa khoá khẳng định đẳng cấp của Wendelbo.

Tinh thần và thông điệp của Wendelbo là gì?

Sự sang trọng thủ công mang tới cuộc sống đẳng cấp thông qua thiết kế tinh tế mang chất lượng quốc tế.

Ông có thể chia sẻ cụ thể hơn về ý tưởng minimalistic, trung tính, thoải mái, peace trong các thiết kế của Wendelbo: Hugging chair,

mango chair, half & half chair, sail chair, raft sofa, poff sofa?

Mỗi sản phẩm sẽ có câu chuyện của riêng nó, tôi luôn gợi ý khách hàng hãy thử tìm hiểu về 2 dòng sản phẩm mới nhất của Wendelbo là ghế Half&Half by Iskos và Sepal by Lucas Nichetto.

Điều gì khiến cho ông tin rằng Wendelbo, một sản phẩm đậm chất Đan Mạch, được tạo ra bởi người Đan Mạch, hòa hợp với miền đất ở Bắc lạnh giá lại có thể phù hợp với vùng đất nhiệt đới gió mùa ẩm cận biển Đông như Việt Nam và có thể chinh phục được người Việt?

Tôi đã ở Việt Nam 12 năm rồi, và cho tới hôm nay, tất cả các sản phẩm đều được tạo ra bởi những người thợ lành nghề nhất. Chúng tôi đã xây dựng khá tốt thị trường tại Việt Nam và chắc chắn sẽ còn tươi sáng hơn nữa trong tương lai. Có rất nhiều sự quan tâm từ phía tư nhân, lẫn thị trường B2B đang phát triển nhanh chóng. Đặc biệt, tôi cảm thấy người Việt Nam thích đồ nội thất châu Âu, có thể do thế hệ trẻ ngày nay dễ dàng tiếp cận với thế giới thông qua mạng xã hội, cũng như việc di chuyển giữa các quốc gia ngày càng dễ dàng hơn xưa.



Có sự tương đồng nào giữa tinh thần của Wendelbo với tâm tính của người Việt hay không, theo quan sát và trải nghiệm của ông sau một thời gian sống và làm việc ở Việt Nam?

Tôi nghĩ là có nhiều đấy. Điều nổi bật nhất chính là những người thợ thủ công lành nghề tại Việt Nam. Chất lượng sản phẩm của chúng tôi được nâng tầm kể từ khi tới đây. Bên cạnh đó, Wendelbo trân trọng giá trị văn hoá gia đình của người Việt Nam. Tôi hy vọng rằng có thể góp phần xây dựng tổ ấm cho các bạn.



Wendelbo hiện tại có thể mua ở đâu?

Hiện nay công ty chúng tôi đặt tại Dĩ An, Bình Dương - cách trung tâm TP. Hồ Chí Minh 45 phút đi xe. Wendelbo có văn phòng, xưởng sản xuất và showroom rộng 1.200 m² tại đây. Sắp tới, chúng tôi có dự định mở thêm showroom tại Quận 2 dành cho phân khúc B2B và B2C để có thể tiếp cận gần gũi hơn với nhiều khách hàng.

1. EDGE V1 là một thiết kế sofa nổi với sự nhẹ nhàng và góc cạnh làm chủ đạo.
2. Phong cách cổ điển của ghế Hug hiện là một thiết kế vượt thời gian trong bộ sưu tập Wendelbo.
3. Collar là một chiếc ghế có hình dạng tròn, thường ôm chặt vào cổ để làm sắc nét và làm cho nó độc quyền hơn.



