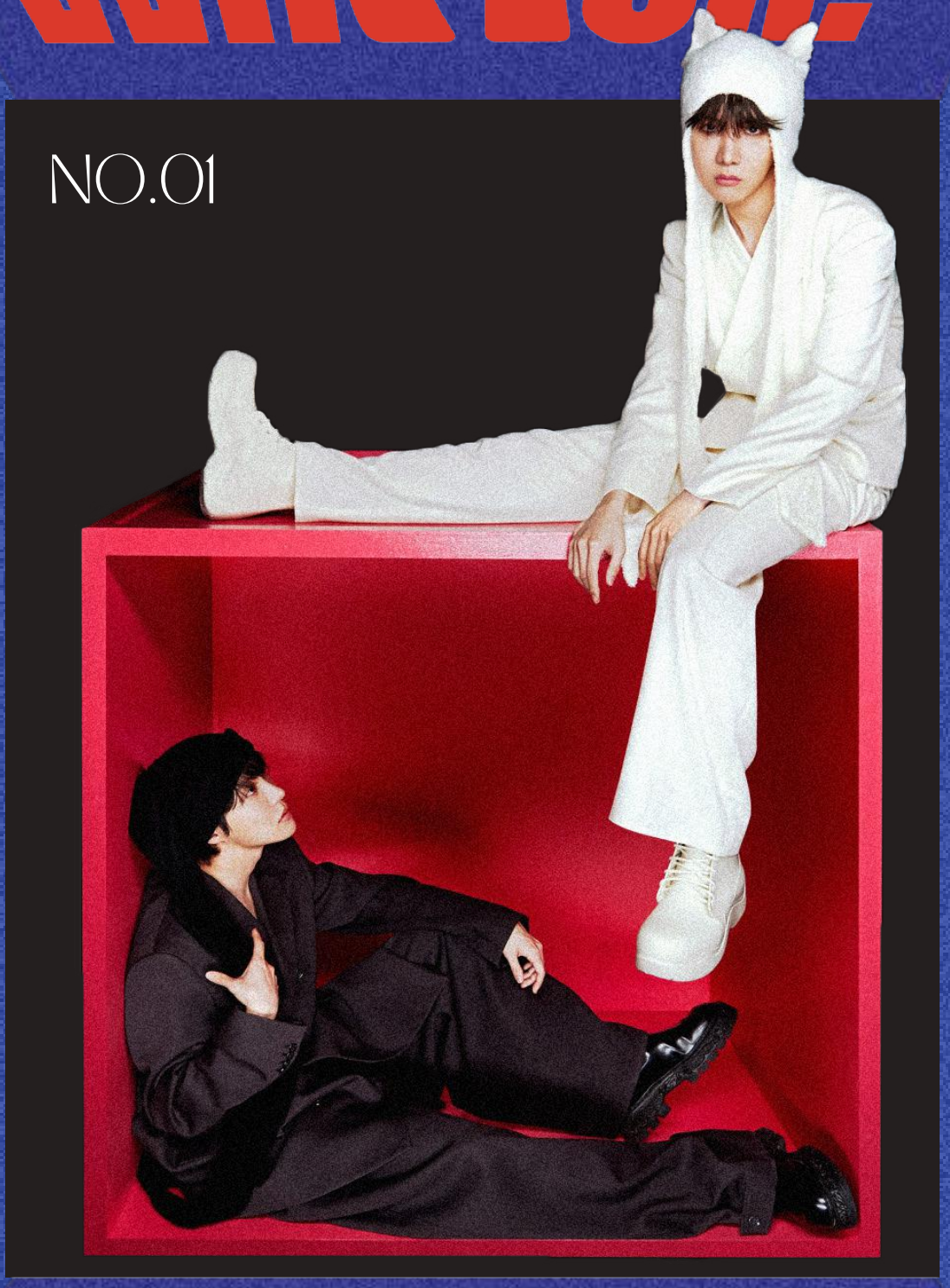
Tạp chí thời trang

WHACK!

NO.01



LIDER
THỜI TRANG PHI GIỚI TÍNH

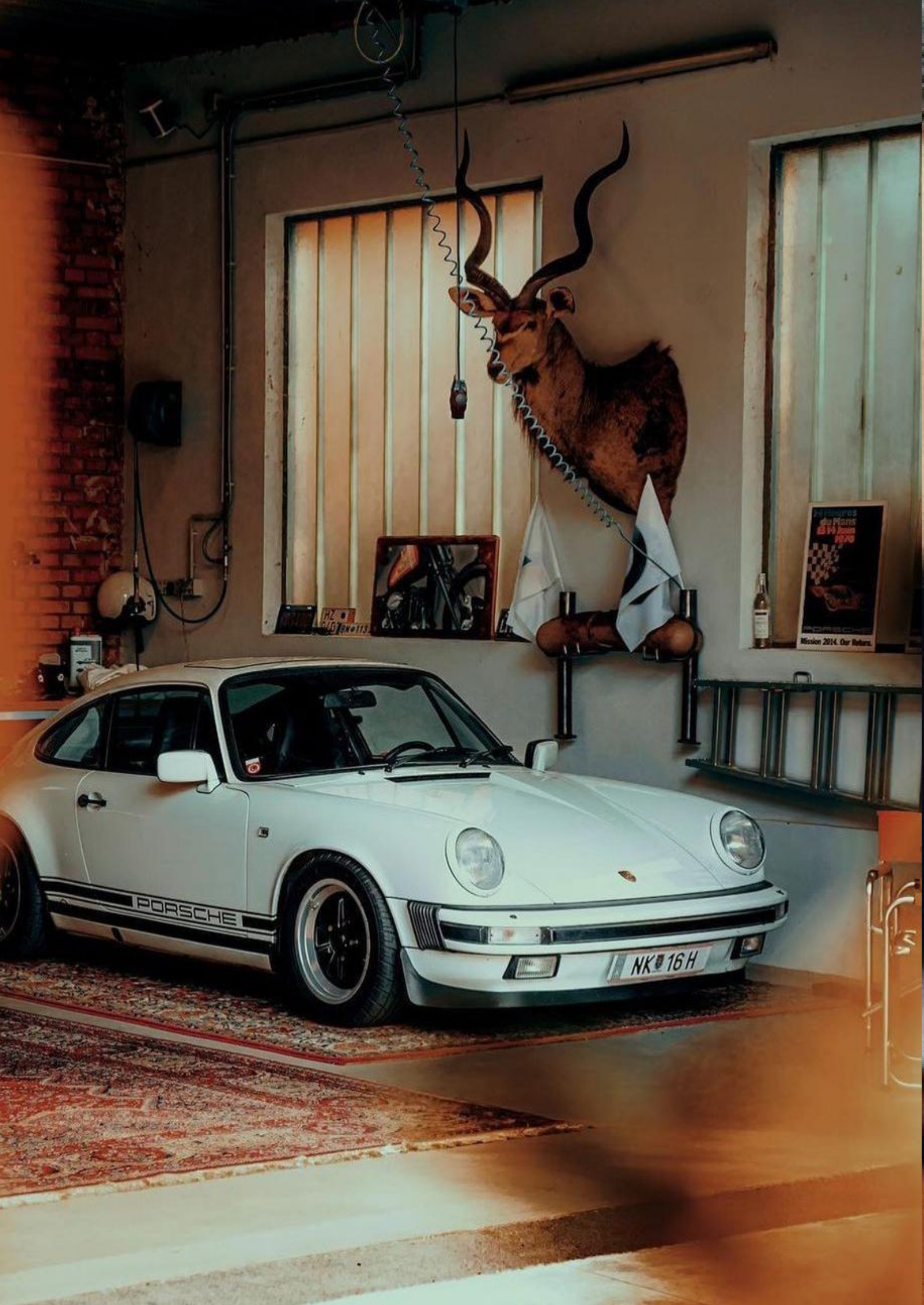
JHOPE
HOPE ON THE STREET

TRỊNH THU VINH
CÂY SÚNG VÀ HOA HỒNG

Y2k
SỰ TRỞ LẠI MẠNH MẼ

J-HOPE ON THE STREET

ISBN 978-1-87-940250-8


PORSCHE
NK 16H


BALENCIAGA




LOUIS VUITTON

TẠP CHÍ THỜI TRANG

WHACK!

NO. 1: thời trang steetwear

NHÀ XUẤT BẢN KIM ĐỒNG

TRỤ SỞ CHÍNH

Tân Phong, quận 7,
Tp. Hồ Chí Minh

TỔNG BIÊN TẬP

Trần Thị Thuỳ Dương

CỐ VẤN BIÊN TẬP

Mr. Bryan Ly

HÌNH ẢNH

Pexels.com
Cosmos.so
Idesign.com
behance.net

THIẾT KẾ

Trần Thị Thuỳ Dương
Nguyễn Hữu Nghị
Phạm Quốc An
Cao Mỹ Ngọc

ĐỐI TÁC LIÊN KẾT SẢN XUẤT

Công ty TNHH Dịch vụ & Truyền thông
Lầu 8 toà D, số 17 Tân Phong, P . 13, Tp. HCM

ĐẠI DIỆN QUẢNG CÁO

Công ty TNHH Dịch vụ & Truyền thông
Lầu 8 toà D, số 17 Tân Phong, P . 13, Tp. HCM

THƯ NGỎ

Kính gửi quý độc giả thân mến,

Thời trang không chỉ là những gì ta khoác lên người, mà còn là cách ta thể hiện bản thân, cách ta giao tiếp với thế giới xung quanh mà không cần lời nói. Đó là sự phản chiếu của cá tính, tư duy và thời đại. Whack! ra đời để tôn vinh tinh thần ấy – một nền thời trang không giới hạn, không khuôn khổ, luôn chuyển động và đổi mới, thật vinh dự và hạnh phúc khi giới thiệu đến các bạn tạp chí thời trang của chúng tôi.

Whack! là tạp chí dành cho những ai yêu cái đẹp, đam mê sáng tạo và luôn tìm kiếm sự khác biệt. Chúng tôi không bó hẹp trong một phong cách hay xu hướng nhất định, mà khám phá thời trang từ sàn diễn cao cấp đến đường phố ngẫu hứng, từ những thương hiệu xa xỉ đến dòng chảy ngầm trong giới trẻ.

Mỗi trang Whack! là một câu chuyện về những nhà thiết kế tiên phong, những xu hướng đang lên và những biểu tượng phong cách định hình tương lai. Không chỉ dừng lại ở việc ghi nhận sự thay đổi, chúng tôi còn đặt ra những góc nhìn mới, thách thức những quy tắc cũ kỹ và tôn vinh tinh thần tự do trong thời trang. Không chỉ là một tạp chí, Whack! là một tuyên ngôn. Một không gian nơi mọi giới hạn được bứt phá, mọi cá tính được tôn vinh và thời trang là tiếng nói của chính bạn.

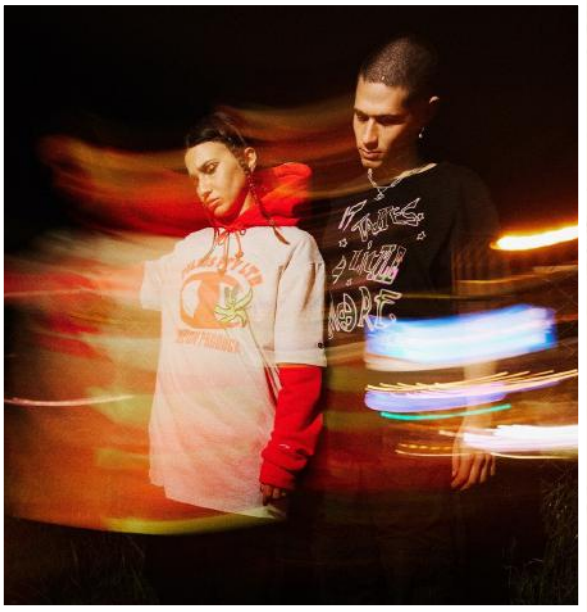
Một lần nữa chúng tôi chân thành cảm ơn những độc giả đã đồng hành cùng Whack! từ những ngày đầu. Sự ủng hộ của bạn là động lực để chúng tôi tiếp tục sáng tạo và mang đến những góc nhìn mới về thời trang. Hy vọng Whack! sẽ là nguồn cảm hứng để bạn tự tin thể hiện phong cách riêng.

Trân trọng.

Trần Thị Thuỳ Dương
Giám đốc sáng tạo

0908 3333 98
whack.edu.vn
whackstudio@gmail.com
Tân Phong, quận 7, Tp. Hồ Chí Minh

CONTENTS







XU THẾ

18 Thương hiệu và nhà thiết kế

20 World brand

30 Local brand

40 Chất chơi đồ

TRANG BÌA

Craetive director: ***CELINELA***

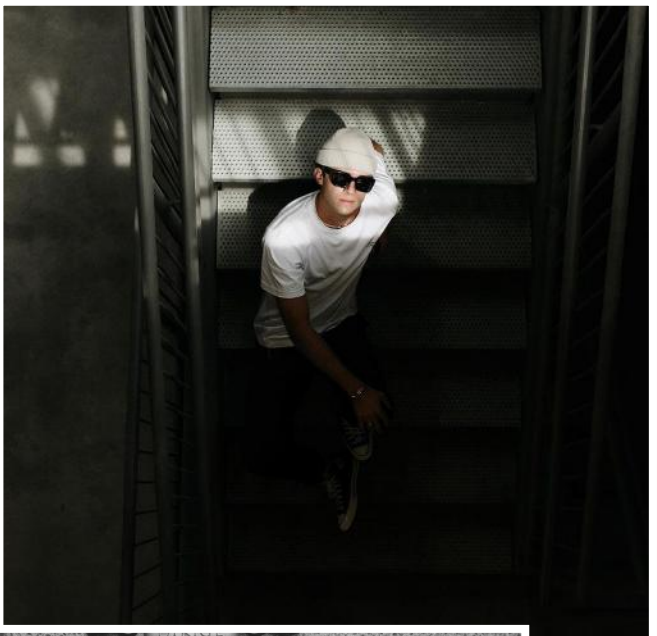
Illustration: ***MY NGOC***

Photographer: ***NICK***

Content: ***LIMING***


NIKE


adidas



AI ĐỒ ĐÔ THỊ

49 HOPE STYLE

60 Street talk

30 Local sound





STREET IN THE SỐNG

20 Nghệ thuật đường phó

30 Hip-hop & Streetwear

Sự trở lại của RETRO THẬP NIÊN 90

Thập niên 90 – một thời kỳ hoàng kim của thời trang với những xu hướng độc đáo và phá cách đang trở lại mạnh mẽ trong năm 2024.

Bài viết: Quốc An | Hình ảnh: Thuỳ Dương



Bộ sưu tập mùa thu Calvin Luo 2024.

Phối đồ retro

Cách phối đồ theo phong cách retro thập niên 90 thường kết hợp giữa quần jeans rộng với áo crop top, hoặc áo thun oversized với chân váy mini. Các phụ kiện như băng đô, vòng cổ choker, và túi đeo chéo nhỏ gọn cũng là những yếu tố không thể thiếu để hoàn thiện vẻ ngoài retro.

Retro style

Tên gọi chung của những thiết kế được sản xuất và tái hiện trên chất liệu mới, lấy cảm hứng từ những trang phục đón đầu xu hướng thập niên 50 đến 70. Sự phối hợp hoàn hảo, hòa quyện từ các thiết kế cổ điển kết hợp sự đổi mới trong xu hướng thời trang hiện đại. Có thể nói, style retro đã mở ra những chuẩn mực mới trên toàn thời trang thế giới. Nếu như nhắc đến phong cách vintage, người ta nghĩ về sự hoài niệm, cổ xưa và trầm mặc thì retro lại có nhiều nét biến tấu. Mặc dù vẫn giữ trong mình phảng phất những ký ức xưa, nhưng lồng ghép trong retro là sự cách tân vừa dịu dàng vừa mạnh mẽ, vừa hoài cổ lại vừa hiện đại.

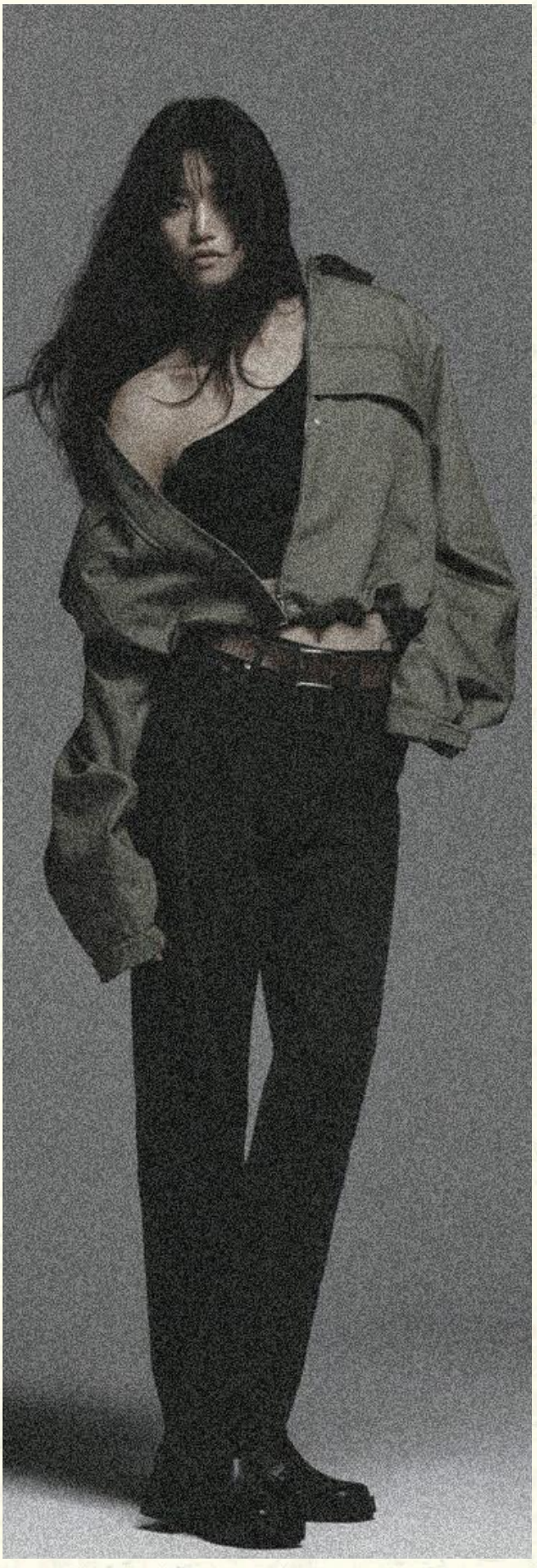
> SỰ TRỞ LẠI CỦA CÁI ĐẸP XƯA CŨ TRONG THỜI TRANG

Đặc biệt trong thiết kế website ngày nay, phong cách retro lại được yêu thích hơn bao giờ hết. Giống với cách một đứa trẻ có thể òa lên thích thú bởi cái máy ảnh Polaroid hoặc một máy ghi âm nhựa vinyl

Sự trở lại của thập niên 90

Thập niên 90 đã quay trở lại với những biến tấu mới mẻ và sáng tạo. Quần jeans rộng, áo crop top, áo khoác bomber và những đôi giày sneakers chunky đang làm mưa làm gió trên các con phố. Những gam màu tươi sáng và họa tiết hoa văn đặc trưng của thập niên 90 cũng trở thành điểm nhấn của nhiều bộ trang phục. Sự trở lại của những xu hướng thời trang thập niên 90 không chỉ mang lại làn gió mới cho tủ đồ của giới trẻ mà còn khơi gợi nguồn cảm hứng sáng tạo bất tận. Phong cách này thách thức các quy tắc truyền thống, mang đến sự phá cách và sáng tạo trong cách phối đồ.

Bộ trang phục đậm chất retro không chỉ là một sự hoài niệm mà còn là sự kết hợp hoàn hảo giữa quá khứ và hiện tại, tạo nên phong cách thời trang đầy cá tính và phong cách.



Fashion show outfit .



Fashion show outfit .

Độ nổi tiếng và xu hướng

Trong những năm gần đây, street style đã trở thành một phần quan trọng của tuần lễ thời trang và các sự kiện lớn. Các nhà thiết kế thường tìm kiếm cảm hứng từ những người đi bộ trên đường phố, và street style đã trở thành một yếu tố không thể thiếu trong các bộ sưu tập thời trang. Các influencer trên mạng xã hội, đặc biệt là Instagram, đã đóng một vai trò quan trọng trong việc phát triển street style. Họ không chỉ chia sẻ những bộ trang phục của mình mà còn tạo nên các xu hướng mới mà người hâm mộ có thể dễ dàng bắt chước.

Một số gương mặt nổi bật trong cộng đồng street style có thể kể đến như Chiara Ferragni, Aimee Song và Negin Mirsalehi.Trong dòng chảy của thời trang, Street Style ngày càng được công nhận nhiều hơn của các nhà thiết kế lừng danh lẫn các hãng thời trang hàng đầu. Dễ thấy đó là sự xuất hiện của các item mang đậm chất đường phố như chiếc quần "Punk" bó sát hay những mẫu váy dài "Hippy" cũng dần được nhìn nhận nghiêm túc hơn và xuất hiện nhiều hơn trong các show diễn đình đám. Những bộ trang phục bắt mắt và táo bạo được chia sẻ chóng mặt trên các nền tảng mạng xã hội, đặc biệt là Instagram đã góp phần tạo nên sự phổ biến cực rộng rãi của thời trang đường phố đến khắp mọi nơi. Những "outfit of the day" từ những cái nôi thời trang đường phố như New York, Paris, Nhật Bản... nhanh chóng du nhập đến khắp nơi và trở nên phổ biến hơn bao giờ hết.

Street style không chỉ là một phong trào thời trang, mà còn là một phương tiện mạnh mẽ để cá nhân tự thể hiện bản thân. Nó cho phép mọi người không chỉ theo đuổi cái đẹp mà còn kết nối với nhau qua những câu chuyện, văn hóa và phong tục tập quán khác nhau. Với sự phát triển không ngừng của thời trang đường phố, không có gì bất ngờ khi nó sẽ tiếp tục ảnh hưởng đến cách mà chúng ta nghĩ về thời trang trong tương lai. Street style là một phần không thể thiếu trong đời sống hàng ngày, và sẽ tiếp tục phát triển cùng với sự thay đổi của xã hội và văn hóa. Vì vậy, hãy mở cửa cho sự sáng tạo, và đừng ngần ngại thể hiện phong cách của riêng bạn!



aespa JAPAN 1ST SINGLE ALBUM .

Y2K – THỜI ĐẠI CỦA SỰ SÁNG TẠO

Phong cách thời trang Y2K cùng hàng loạt hiết kế từng "gây sốt" trong những năm 2000 đang dần quay trở lại với nhịp đập thời trang hiện đại.

Bài viết: Quốc An | Hình ảnh: Thuỳ Dương

Phong cách Y2K trở lại trong thế giới thời trang năm nay một phần do tác động của đại dịch COVID-19, khi toàn xã hội được khuyến khích sinh hoạt và làm việc tại nhà. Những thay đổi nhanh chóng về cách sống và sự phụ thuộc vào công nghệ khiến nhiều người căng thẳng, lo lắng tương tự như 20 năm trước. Bên cạnh đó, xu hướng mua đồ secondhand ngày càng phổ biến cũng là một yếu tố mang những thiết kế của những năm 2000 trở lại trong vòng xoay thời trang.

Thời trang có tính vòng lặp và y2k style cũng không phải ngoại lệ. Phong cách y2k trở lại vẫn giữ tinh thần chủ đạo của những năm 90 đầu 2000, tuy nhiên đã có sự thay đổi cho phù hợp với thời đại mới.Y2k style quay lại thành xu hướng vào thời điểm dịch COVID-19 bùng phát. Nền kinh tế toàn cầu suy thoái, chất lượng đời sống giảm khiến mọi người có xu hướng sử dụng các món đồ 2hand. Đây cũng là một trong những lí do khiến phong cách y2k trở nên hot trend và được ưa chuộng vào thời gian này. Tất cả những biểu tượng thời trang này đã cùng nhau tạo dựng nên một kỷ nguyên Y2K đầy sắc màu, nơi thời trang có thể nổi loạn, rực rỡ và thậm chí là táo bạo. Phong cách này mang đến cảm giác phóng khoáng, tự do và cá tính, phản ánh chính xác những năm tháng sôi động và đầy màu sắc của đầu thế kỷ 21.



Kyujin trong tạp chí quốc tế Marie Claire Kôea



Hannie (New jeans) trong poster



Blumarine Spring '22

Độ nổi tiếng Y2K

Nền tảng mạng xã hội chia sẻ ảnh Pinterest với hơn 300 triệu người dùng hàng tháng cũng ghi nhận sự tìm kiếm nhiều hơn các chủ đề liên quan đến Y2K

Hòa theo dòng chảy thời trang hiện đại, các thương hiệu lớn như Dior, Gucci, Louis Vuitton, và nhiều hãng khác đã nhanh chóng ra mắt nhiều sản phẩm nổi bật theo trào lưu Y2K. Cho năm 2024, các xu hướng của thập niên 2000 trở lại mạnh mẽ. Các ngôi sao từ Âu sang Hàn cũng tích cực lăng xê xu hướng này.

Colleen Hill cho biết:"Thời trang giai đoạn này là sự góp mặt của nhiều món phụ kiện, túi xách, thắt lưng, boots... trong một set đồ, cách sử dụng các tông màu sáng, đặc biệt là pastel, thêm thắt các loại đá nhân tạo,lông vũ. Bên cạnh đó còn là sự thử nghiệm của nhiều form dáng và cách layering (xếp lớp), ví dụ như cách mặc váy ngoài quần".Y2K quay lại náo loạn ngành thời trang với "bình cũ rượu mới". Sự kết hợp hài hòa giữa yếu tố vị lai (futuristic) thông qua những trang phục ánh kim, hologram cùng với những thiết kế nổi loạn thời đó như quần cạp trễ, baby tee, túi baguette, những mẫu kính râm, phụ kiện kẹp tóc sặc sỡ phản ánh cá tính mạnh mẽ, sự nổi loạn và tự do. Mặt khác, sự bùng nổ của mạng xã hội, đặc biệt là TikTok và Instagram, đã góp phần đưa xu hướng này trở lại.

Các nhà thiết kế, người nổi tiếng hay những người có sức ảnh hưởng trên toàn cầu không ngừng lăng xê các trang phục mang phong cách Y2K, tạo nên một làn sóng mạnh mẽ, lan tỏa và thu hút sự chú ý của giới trẻ. Y2K không chỉ là một phong cách thời trang, mà còn là một cách thể hiện cái tôi, sự độc đáo và khác biệt trong đám đông. ự trở lại của Y2K trong những năm gần đây không chỉ là sự ngẫu nhiên, mà nó xuất phát từ sự tìm kiếm những giá trị.

Y2K quay lại náo loạn ngành thời trang với "bình cũ rượu mới". Sự kết hợp hài hòa giữa yếu tố vị lai (futuristic) thông qua những trang phục ánh kim, hologram cùng với những thiết kế nổi loạn thời đó như quần cạp trễ, baby tee, túi baguette, những mẫu kính râm, phụ kiện kẹp tóc sặc sỡ phản ánh cá tính mạnh mẽ, sự nổi loạn và tự do.


TAG HEUER
TACHYMETRE
CARRERA
TAG HEUER
8
HEUER 01
CHRONOGRAPH



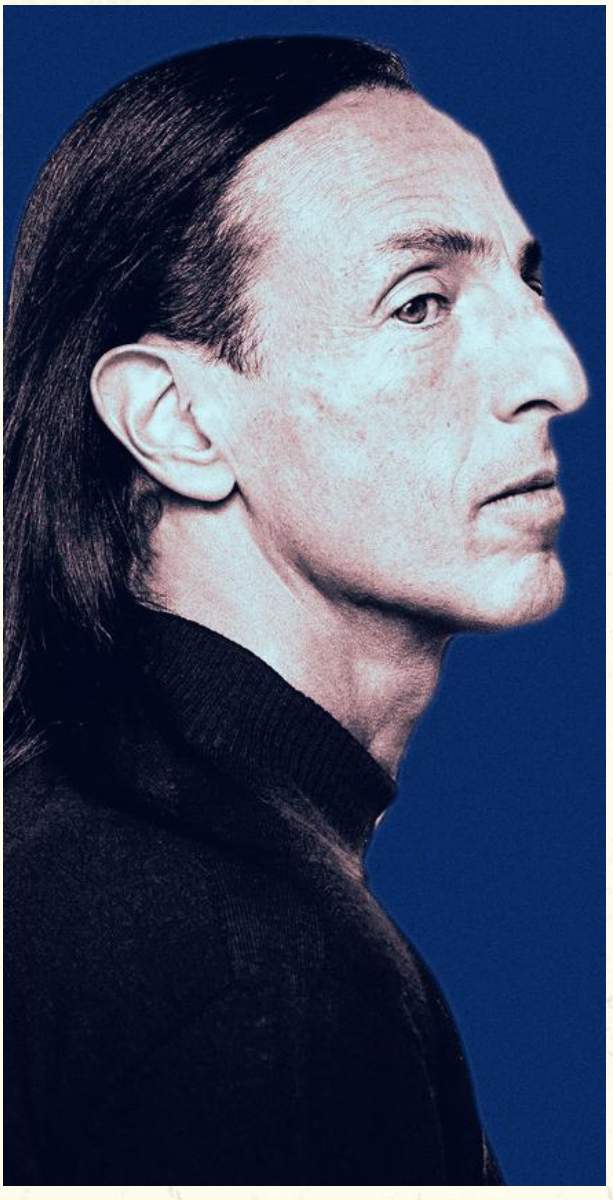
XU THẾ

RICK OWENS

THỜI TRANG NỔI LOẠN

Bài viết: Quốc An | Hình ảnh: Thuỳ Dương

Rick Owens đã ghi dấu ấn sâu sắc trong ngành công nghiệp thời trang với phong cách cá nhân đầy đột phá và vô cùng đặc trưng. Hãy cùng điểm qua hành trình đầy cảm hứng và sự hình thành của thương hiệu Rick Owens.



Nhà thiết kế Rick Owens

Thương hiệu thời trang Rick Owens được thành lập bởi nhà thiết kế người Mỹ Rick Owens vào những năm đầu của thế kỷ 21. Ông đã bắt đầu sự nghiệp của mình tại Los Angeles trước khi chuyển đến Paris vào những năm 2003.

Sự nghiệp của ông bắt đầu thu hút sự chú ý vào những năm 90 khi ông làm việc với một số nhãn hiệu thời trang danh tiếng tại Los Angeles. Tuy nhiên, sự thành công thực sự khi ông di chuyển đến Paris và giới thiệu bộ sưu tập đầu tiên của mình tại Paris Fashion Week vào năm 2002.

Ông không chỉ là một nhà thiết kế mà còn là một biểu tượng, một tinh thần độc đáo trong ngành thời trang. Từ quá trình phát triển sự nghiệp tại Los Angeles đến việc định hình lại xu hướng thời trang thế giới, Rick Owens đã chứng minh vị thế của mình không thể phủ nhận trong ngành thời trang đầy tính cạnh tranh này.

Hành trình đầy thách thức

Khi bắt đầu, Rick Owens đã phải đối mặt với vấn đề tài chính. Việc xây dựng một thương hiệu mới trong ngành công nghiệp thời trang đòi hỏi vốn đầu tư lớn vào nghiên cứu, sản xuất, quảng cáo và tiếp thị. Owens đã phải tìm cách để cân đối nguồn lực tài chính một cách thông minh và hiệu quả.

Ông đã phải tự mình xây dựng chiến lược tiếp thị và quản lý thương hiệu để làm cho tên tuổi của mình trở nên nổi bật trong ngành thời trang đầy cạnh tranh này. Việc định hình phong cách đặc trưng, đồng thời duy trì tính cá nhân và sáng tạo là một trong những thách thức lớn đối với một nhà thiết kế mới. Mặc dù đối mặt với nhiều khó khăn này, nhưng với sự kiên trì, sáng tạo và nỗ lực, Rick Owens đã vượt qua được những thử thách và từng bước xây dựng nên một thương hiệu thời trang đẳng cấp và có tầm ảnh hưởng nhất định.



Mẫu ảnh cho hãng thời trang "Rick Owens"



Nhà thiết kế Rick Owens

Đưa thời trang Gothic thành mốt

Rick Owens nổi tiếng với phong cách gothic grunge mang vẻ đẹp tăm tối và chủ nghĩa hậu tận thế (post – apocalyptic) trở thành một xu hướng được yêu thích trên toàn cầu. Nếu trước đây chẳng mấy ai quan tâm tới, thì giờ gothic grunge có thể được tìm thấy ở bất cứ đâu, trên đường phố lẫn trên các sàn biểu diễn lớn và được nhiều người nổi tiếng như Madonna, Rihanna, A$AP Rocky hay Justin Bieber yêu thích. Đặc biệt, chiếc áo khoác da bình thường mà hầu như mọi người Mỹ đều mặc, qua tay Owens đã trở thành một item biểu tượng của thời trang.

Rick Owens là một cá tính độc đáo và một tượng đài bền bỉ trong ngành công nghiệp thời trang muôn màu và thay đổi nhanh như hiện nay. Rick Owens với một khóa học cắt may khiêm tốn. Và để trang trải cuộc sống khó khăn, đôi khi ông phải sao chép thiết kế của người khác. Có lẽ điều này đã giúp Owens giải mã từng thiết kế một, mở đường cho lối sáng tạo, phá cách những thiết kế truyền thống sau này.

Năm 1994, Owens bắt đầu thương hiệu thời trang riêng với Charles Gallay, một trong những nhà bán lẻ thịnh hành và nổi tiếng thời điểm ấy, là người phân phối. Thời trang của Owens được biết đến nhiều hơn và trở nên phổ biến sau khi Vogue Pháp xuất hiện hình ảnh Kate Moss mặc một trong những chiếc áo khoác da của Owens. Năm 2002, ông ra mắt buổi trình diễn thời trang đầu tiên tại Tuần lễ thời trang New York Xuân Hè và cùng lúc trở thành Giám đốc Nghệ thuật cho Revillon. Tại đây, ông có điều kiện để chuyển từ Los Angeles đến Paris để học hỏi và tiếp tục công việc.

Các ý tưởng trình diễn của Owens luôn vô cùng độc đáo đến mức siêu thực, như việc dùng người mẫu làm phụ kiện cho người mẫu biểu diễn, đến đưa diễn viên múa lên đường băng thay cho những người mẫu xương xẩu và gầy gò. Tầm nhìn sáng tạo của nhà thiết kế người Mỹ này dường như không có giới hạn.



GÃ KHỔNG LỒ THỜI TRANG ĐƯỜNG PHỐ

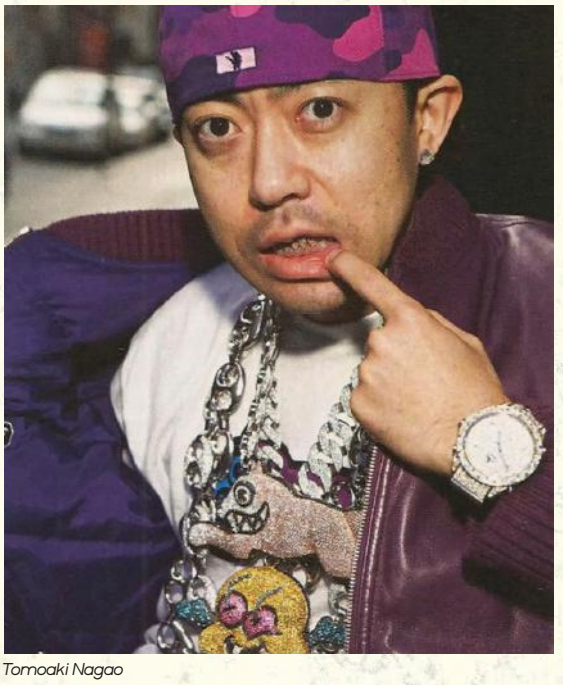
A BATHING APE

Bài viết: Quốc An | Hình ảnh: Thuỳ Dương

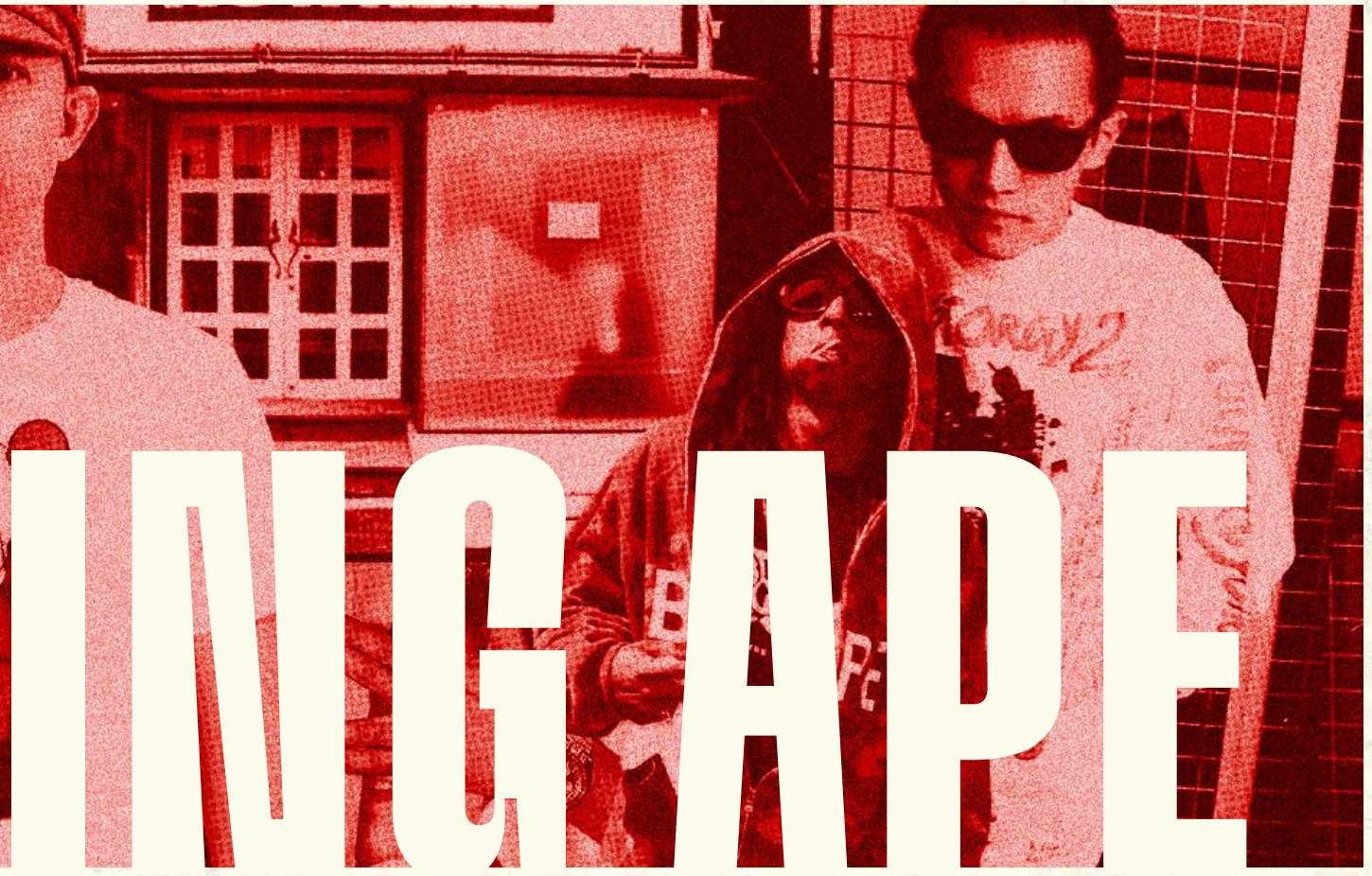
Không sinh ra trong gia đình có truyền thống về nghệ thuật, cha là thợ kim hoàn và mẹ là y tá, làm thế nào một người con trai được lớn lên ở tỉnh Gunma của Nhật Bản lại có thể đạt đến đỉnh cao trong ngành thiết kế?

Nigo, tên khai sinh là Tomoaki Nagao, là một tín đồ của hip-hop, chính điều này đã đóng vai trò dẫn dắt ông trong những thành công sau này. 16 tuổi, ông thường xuyên đến Tokyo để đi mua băng đĩa tại một cửa hàng có tên Cisco. Cũng chính năm đó, Nigo đã tiết kiệm đủ để mua cho mình đầu đĩa than đầu tiên. Say mê hip-hop với mong muốn được trở thành một DJ, Nigo bắt đầu ăn mặc giống như những thần tượng mà ông tìm thấy trên các bìa đĩa như Public Enemy, LL Cool J và The Beastie Boys thời bấy giờ.

Sau khi tốt nghiệp trung học, Nigo được nhận vào trường Cao đẳng thời trang Bunka danh tiếng tại Tokyo. Rời khỏi một Gunma tẻ nhạt, Nigo đã đến với thủ đô hoa lệ cùng những ánh đèn neon và quán bar thâu đêm. Bên cạnh quá trình học tập tại trường, Nigo đã có những trải nghiệm về thời trang tại các hộp đêm ở Tokyo, nơi ông ấy tìm thấy bản thân mình và bắt đầu các mối liên kết. Điều này đã giúp phát triển sự nghiệp về sau của ông nhiều hơn bất kỳ bài học



Tomoaki Nagao



NIGAPE

Trong một động thái cực kỳ khôn ngoan, nhu cầu cho A Bathing Ape được dự đoán dựa trên chính sách khan hiếm có chủ ý, với việc hoạt động sản xuất chỉ đáp ứng được khoảng 10% nhu cầu. Chiến thuật này đã trở thành một dấu ấn nổi bật của thương hiệu, làm tăng mức độ yêu thích của nó đối với giới mộ điệu.

Vào năm 1998, Nigo đã quyết định cắt giảm công suất sản xuất vì ông nhận thức sâu sắc rằng bản chất thương hiệu có thể nhanh chóng mất đi sức hấp dẫn nếu quá liều lĩnh mở rộng hơn.

> "NÓ KHIẾN TÔI NHẬN RA RẰNG ĐÂY LÀ MỘT ĐIỀU GÌ ĐÓ LỚN LAO HƠN NHỮNG GÌ TÔI ĐÃ TƯỞNG TƯỢNG"

Trong một cuộc phỏng vấn năm 2008 với Complex Mag, ông đã trả lời rằng: "Chúng tôi từng mở 40 cửa hàng khác nhau ở Nhật Bản. Nhưng vào khoảng năm 1998, tôi quyết định chỉ duy trì một cửa hàng tại Tokyo. Cũng không mất nhiều thời gian để doanh số bán hàng tại cửa hàng duy nhất này đạt được như khi chúng tôi phân phối trên toàn quốc. Nó khiến tôi nhận ra rằng đây là một điều gì đó lớn lao hơn những gì tôi đã tưởng tượng ".

Nhận thức này được chắt lọc trở thành linh hồn của sản phẩm về sự siêu độc quyền và truyền thống bán lẻ của hãng, khiến BAPE trở nên khó tìm hơn. Bên cạnh đó, những người có ảnh hưởng lớn đến văn hóa Hip hop như Notorious B.I.G. và James Lavelle, ông chủ của hãng thu âm Mo'Wax đã quảng bá thương hiệu trên các phương tiện truyền thông, thúc đẩy sức hút của BAPE một cách không thể tin được

Những năm sau đó được cho là giai đoạn thành công và sinh lời cao nhất của Nigo. Khi những nghệ sĩ như Pharrell bắt đầu định hình lại bộ mặt của hip-hop thì sự ảnh hưởng của BAPE ngày càng lớn. Không lâu trước khi Pharrell và Nigo hợp tác ra mắt 2 nhãn hiệu thời trang hoàn toàn mới: Billionaire Boys Club và Ice Cream, không khó để nhận ra Pharrell đã đảm nhận vai trò đại sứ thương hiệu không chính thức cho BAPE. Sau đó, Kanye West, Lil Wayne và một loạt rapper khác cũng đã tiếp bước, định vị BAPE như một thương hiệu ở đỉnh cao của phong cách hip-hop.

SUPREME

ĐÓA HOA NỞ MUỘN

Bài viết: Quốc An | Hình ảnh: Thuỳ Dương

Supreme là một thương hiệu thời trang Mỹ được thành lập tại New York City vào tháng 4 năm 1994. Công ty chuyên về thời trang đường phố, trượt ván và các xu hướng thời trang hip hop.

Người tạo nên thương hiệu Supreme chính là James Jebbia, sinh ngày 22/7/1963 tại New York, Mỹ trong một gia đình có bố làm việc trong Không quân Hoa Kỳ, và mẹ là cựu giáo viên. Năm 1 tuổi, cha mẹ Jebbia chuyển từ Mỹ tới Crawley, West Sussex ở Vương quốc Anh để mà sinh sống.

Vào cuối những năm 1970, ông là diễn viên nhí trên truyền hình Anh Quốc. Sau đó ông làm việc tại Duracell – một công ty sản xuất pin. Tiền kiếm được từ những công việc này giúp ông thỏa mãn đam mê sở hữu những bộ đồ bụi bặm, "chất" nhưng không phải của các hãng nổi tiếng.

Tới năm 19 tuổi, James trở về New York, mong muốn thực hiện giấc mơ về thời trang của mình. Công việc đầu tiên của Jebbia là tại Parachute – 1 cửa hàng thời trang bán giày trượt băng và quần áo minimal style tại khu Soho, Manhattan. Với niềm đam mê về thời trang sẵn có cùng việc thường xuyên đi dạo quanh khu vực này, James Jebbia đã bị hấp dẫn bởi phong cách ăn mặc hip-hop và cộng đồng trượt ván đông đảo ở đây. Ông tiếp cận với những người này và bắt đầu nghiên cứu, làm quen với phong cách thời trang đường phố.

Hãng thời trang "bình dân" ra đời

Tuy nhiên, làn sóng văn hóa hiphop và rock đang phổ biến lúc bấy giờ, đi kèm với đó là sự phát triển của bộ môn trượt ván. Chính Jebbia cũng là người đam mê bộ môn này, ông nhận ra có rất ít công ty sản xuất ván trượt cho thanh thiếu niên, vì họ nghĩ rằng niềm đam mê này chỉ là trào lưu nhất thời và sẽ nhanh chóng qua đi. Chính vì lý do đó, ông quyết định sáng lập ra thương hiệu Supreme không chỉ sản xuất ván trượt mà còn thiết kế các sản phẩm dành cho những tín đồ của bộ môn này.

Vào năm 1994, với số vốn 12.000 đô la ít ỏi, cửa hàng mang tên Supreme tại trung tâm thành phố Manhattan ra đời. Nó là một gian phòng cũ, diện tích nhỏ, bán quần áo, phụ kiện và ván trượt theo phong cách của đa số thanh niên những năm 90s. Ông bày trí các sản phẩm nằm men theo tường, để không gian rộng ở giữa cho khách hàng có thể thoải mái trượt ván.

Chiến lược Scarcity – "kiêu" vừa đủ

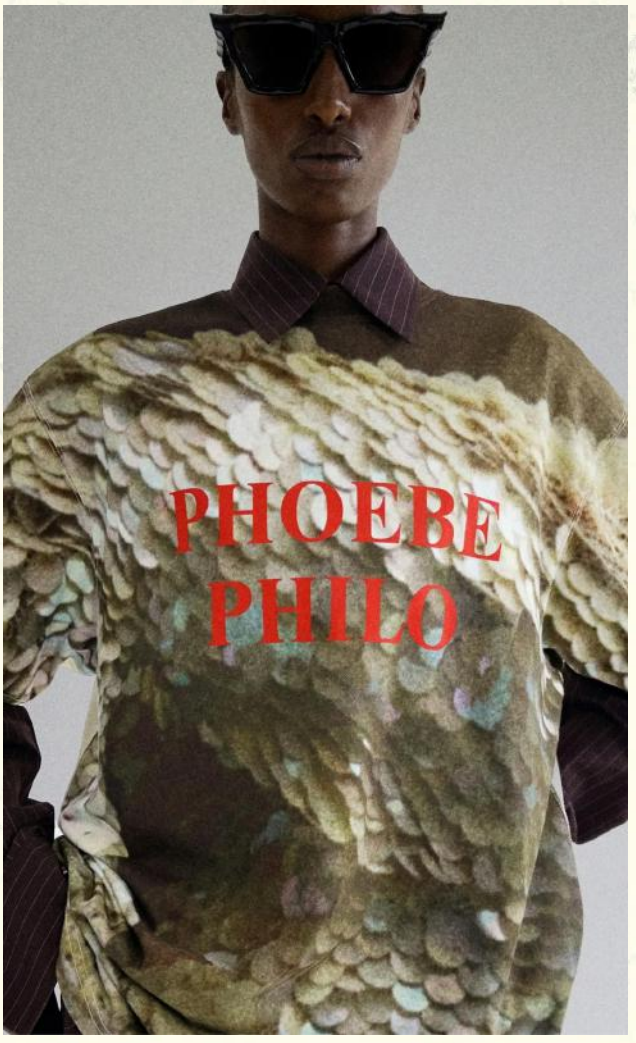
Ban đầu, ông chỉ sản xuất một lượng quần áo rất ít, khoảng vài cái vì cho rằng đây chỉ là một cửa hàng nhỏ bán cho khu phố nên mức tiêu thụ không nhiều. Jebbia chỉ tập trung vào sáng tạo những mẫu mới, áp dụng chiến lược quảng cáo theo hướng scarcity (sự khan hiếm), tập trung vào chất lượng và đảm bảo giá trị cũng như độ "độc" của sản phẩm. Các mẫu từ bộ sưu tập mới sẽ bị "khai tử" trong vòng một tháng, thậm chí sau một tuần ra mắt. Chiến lược này đã thực sự khiến dư luận tò mò và tạo nên tiếng vang lớn cho thương hiệu.





Áo hoodie Ducati x Supreme

"Collection B"





Bộ sưu tập "Collection B"

Lần trở lại thứ hai "Collection B" mang đến nhiều cải tiến, là cách mà người phụ nữ được phép quyến rũ trong tinh thần tinh giản, đương đại.

PHOEBE

PHILO

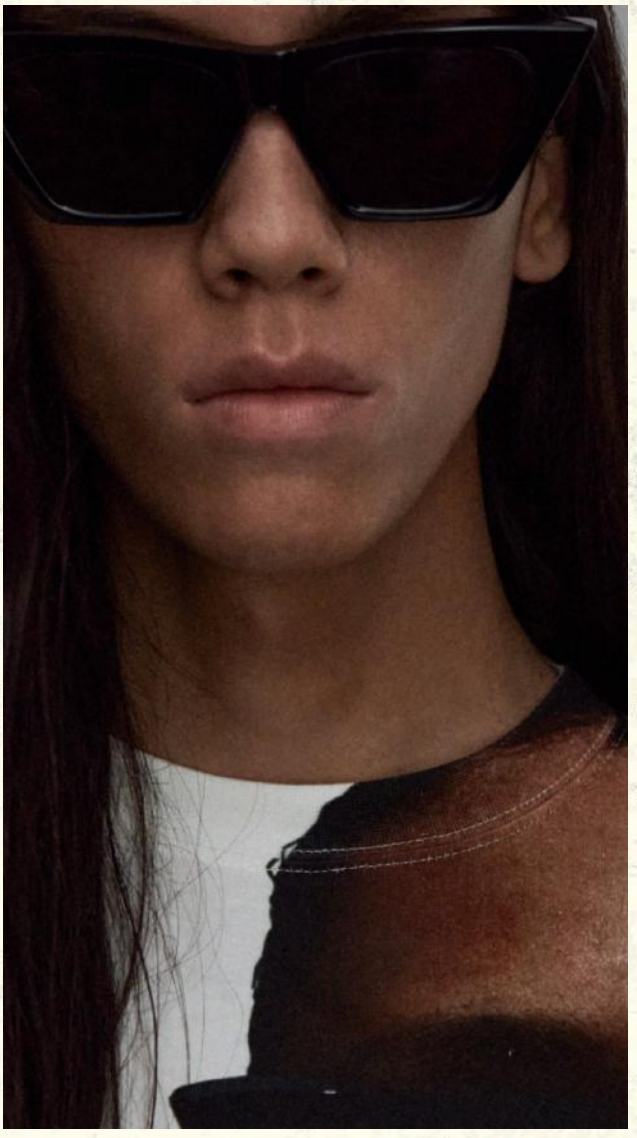
"COLLECTION B"

Bài viết: Quốc An | Hình ảnh: Thuỳ Dương

Kể từ tháng 9 năm ngoái, Phoebe Philo đã thành lập thương hiệu cùng tên của mình dưới sự hỗ trợ của tập đoàn xa xỉ LVMH. Bộ sưu tập đầu tiên A1 đã được trình làng sau nhiều năm ở ẩn với hơn 100 item được ra mắt, khi đó NTK vẫn chưa có sàn diễn thời trang hay cửa hàng cho riêng mình. Tuy nhiên, gần đây thương hiệu đã có mặt tại Bergdorf Goodman và Corso Como ở Milan để đáp ứng được nhu cầu trải nghiệm và mặc thử quần áo của các khách hàng tiềm năng. Tiếp nối thành công của bộ sưu tập đầu tiên, nhà mốt đã giới thiệu bộ sưu tập thứ hai mang tên "Collection B" tại một studio kiến trúc quận 11, Paris.

Philo chọn cách làm trái ngược giữa thông tin của nhiều cái tên nổi trội, như ai sẽ đảm nhiệm chiếc ghế GĐST của CHANEL

Stefano Pilati hợp tác cùng Zara, Kim Jones rời Fendi,... Câu chuyện khởi nghiệp luôn là một bài toán khó đối với bất kì ai, đặc biệt là khi bạn từng làm việc tại một tập đoàn lớn như LVMH thì cái bạn cần là bài học về sự khiêm tốn. Philo cảm thấy bản thân không có nhiệm vụ phải trình bày ý tưởng của mình, tập trung vào bán hàng và xây dựng hình ảnh thương hiệu, và lần duy nhất bà trả lời phỏng vấn đã cách đây vài tháng trước. Bộ sưu tập mở ra một thế giới đầy kịch tính trong những thiết kế tưởng chừng như đơn giản, ví dụ như đuôi áo dài chấm đất hoặc chi tiết bông ruffle to bản trên chiếc áo trench coat màu trắng tinh khôi, những đường cắt bất đối xứng và vai áo nhọn. Phoebe chọn sử dụng vải thun cotton để phát triển thành bộ cánh có tà dài, vải len may vest và váy, chiếc váy dài bằng len tối màu được may bất đối xứng, những chiếc trench coat dài xuất hiện đa dạng ở nửa đầu bộ sưu tập. Một chiếc váy len dài tay khác biến tấu bằng đường xẻ sâu, có thể kéo ở phía trước bằng thắt lưng để tạo cảm giác quyến rũ hơn.Những chiếc cổ đứng, quần âu rộng, giày lười mũi vuông, áo cổ lọ bằng vải satin đen hay áo khoác có cầu vai,... cũng mang đến sức ảnh hưởng mạnh mẽ, đặc biệt xuất hiện ở những thương hiệu thời trang nhanh.



Bộ sưu tập "Collection B"







BIỂU TƯỢNG THỜI TRANG PHI GIỚI TÍNH VIỆT NAM

Ra đời vào năm 2014 tại Thành phố Hồ Chí Minh, LIDER đã nhanh chóng khẳng định vị thế của mình trong làng thời trang nội địa. Được sáng lập bởi Phúc Lưu và Tô Sơn Anh, thương hiệu này mang trong mình sứ mệnh phá vỡ những rào cản giới tính trong thời trang, tạo ra những thiết kế độc đáo và phù hợp cho mọi người.

Hình ảnh: Mỹ Ngọc | Bài viết: Hữu Nghị

Từ một thương hiệu khởi nguồn tại chung cư nhỏ trên đường Tôn Thất Thiệp, TP.HCM, LIDER đã nhanh chóng tạo nên dấu ấn nhờ phong cách unisex đầy táo bạo với một sứ mệnh rõ ràng: mang đến thời trang không ranh giới, nơi mọi cá tính đều được tôn vinh.

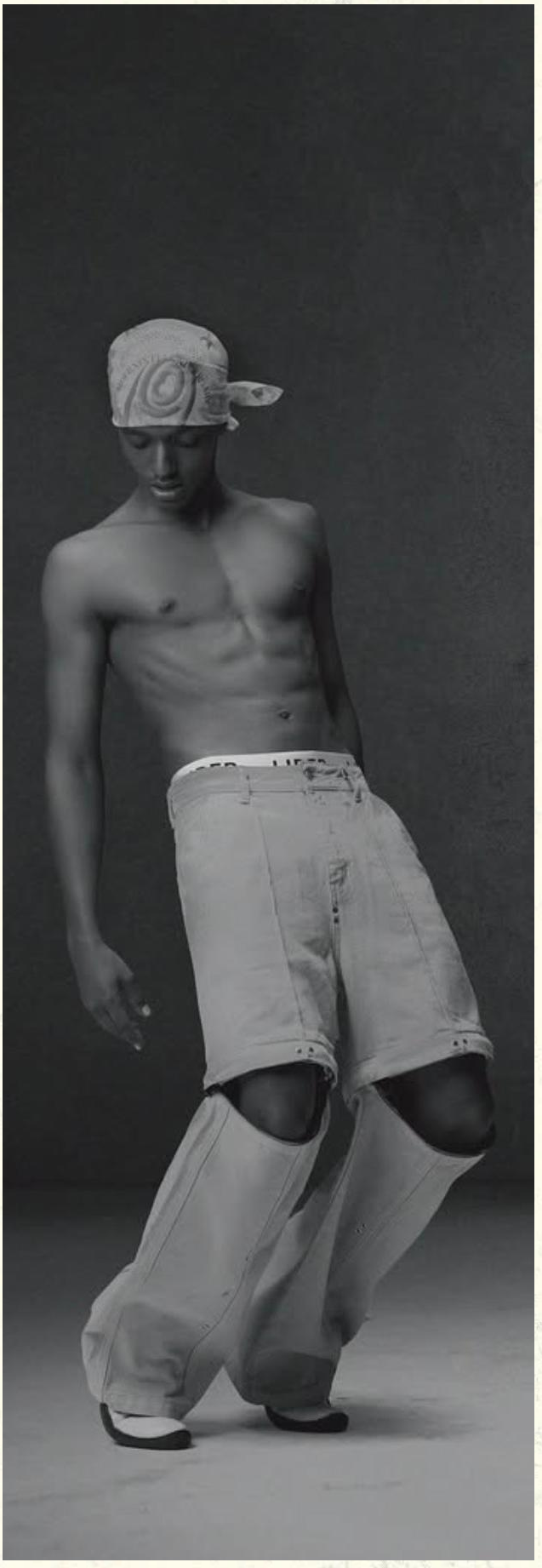
"All genders welcome in #LIDERCLUB" – câu slogan xuất hiện trên các chiến dịch truyền thông của LIDER không chỉ là một thông điệp, mà còn là tuyên ngôn của thương hiệu. Ở đây, không có ranh giới giữa nam và nữ, không có quy chuẩn cứng nhắc về cách ăn mặc.

Thiết kế cá tính, chất lượng hàng đầu

Không chạy theo xu hướng thị trường, LIDER tập trung phát triển những thiết kế mang đậm dấu ấn riêng, phản ánh triết lý tự do, không ràng buộc bởi định kiến. Các bộ sưu tập của thương hiệu không đơn thuần chỉ là thời trang, mà còn là tuyên ngôn cá tính dành cho những ai muốn khẳng định bản thân qua cách ăn mặc. Phong cách của LIDER mang hơi thở tối giản nhưng đầy táo bạo, kết hợp hài hòa giữa tinh thần hiện đại và nét phá cách riêng biệt. Đặc trưng của thương hiệu thể hiện qua phom dáng rộng rãi, dễ dàng biến tấu theo nhiều cách mặc khác nhau, cùng bảng màu trung tính, mang đến vẻ ngoài vừa thanh lịch, vừa cá tính. Điểm nhấn đặc biệt còn đến từ chất liệu cao cấp, giúp sản phẩm không chỉ đẹp mà còn thoải mái khi mặc, phù hợp với nhiều hoàn cảnh sử dụng.

Một trong những yếu tố làm nên sự khác biệt của LIDER chính là tư duy thiết kế linh hoạt. Mỗi sản phẩm không bị gò bó trong những khuôn mẫu truyền thống của thời trang nam hay nữ, mà thay vào đó, được tạo ra để phù hợp với mọi giới tính và phong cách. Thay vì phân loại trang phục theo giới, LIDER tập trung vào việc khai thác đường cắt hiện đại, kiểu dáng biến hóa, giúp người mặc có thể tự do thể hiện cá tính theo cách riêng. Từ những chiếc áo sơ mi dáng oversize, blazer phi cấu trúc đến quần suông rộng hay layer đa tầng, tất cả đều mang đến sự mới mẻ, phóng khoáng nhưng vẫn giữ được tính ứng dụng cao.

Chính vì vậy, LIDER không chỉ đơn thuần là một thương hiệu thời trang, mà còn là một tuyên ngôn phong cách, đại diện cho những người trẻ mong muốn phá vỡ giới hạn và thể hiện cá tính một cách chân thật nhất. Thương hiệu đã xây dựng được một cộng đồng



Sản phẩm NINTH SAREALM JEANS

ALL GENDERS WELCOME IN #LIDERCLUB

khách hàng trung thành, những người xem thời trang như một phần của bản sắc cá nhân, chứ không chỉ là xu hướng nhất thời. Điều này giúp LIDER khẳng định chỗ đứng vững chắc trong làng thời trang phi giới tính tại Việt Nam và từng bước vươn ra thị trường quốc tế.

LIDER làn sóng thời trang phi giới tính Việt Nam

Sự phát triển của LIDER không chỉ dừng lại ở việc bán quần áo – thương hiệu này đã và đang tạo nên một cộng đồng. Các chiến dịch truyền thông của LIDER thường gắn liền với những thông điệp về bình đẳng giới, tự do thể hiện bản thân và đa dạng cá tính. Không chỉ thu hút giới trẻ yêu thời trang, LIDER còn được nhiều người nổi tiếng, fashionista và influencer lựa chọn. Sự xuất hiện của thương hiệu tại nhiều sự kiện lớn cùng các bộ sưu tập collab với những thương hiệu khác cũng góp phần khẳng định vị thế của LIDER trong làng thời trang Việt.

Tương lai của LIDER: Bước ra thế giới?

Sau hơn một thập kỷ phát triển, LIDER đã vượt qua giới hạn của một thương hiệu nội địa và dần vươn ra thị trường quốc tế. Với những bước đi táo bạo trong thiết kế và chiến lược thương hiệu, LIDER đang cho thấy tiềm năng trở thành một biểu tượng thời trang phi giới tính mang tầm khu vực.

Sắp tới, thương hiệu dự kiến mở rộng hệ thống cửa hàng, đẩy mạnh kênh thương mại điện tử và tiếp tục hợp tác với các thương hiệu lớn để đưa thời trang phi giới tính Việt Nam lên bản đồ thế giới.

Có thể nói, LIDER không chỉ là một thương hiệu thời trang – mà còn là một phong trào, một tuyên ngôn cho thế hệ trẻ muốn phá bỏ mọi giới hạn và tự do thể hiện bản thân.



Sản phẩm NINTH SAREALM SHIRT, NINTH SAREALM DENIM SKIRT, NINTH SAREALM JEANS, NINTH SAREALM CAP

KHI THỜI TRANG UNISEX CHẠM ĐẾN GIỚI TRẺ VIỆT

Hình ảnh: **Mỹ Ngọc** | Bài viết: **Hữu Nghị**



Người mẫu Valeria Tran

Trong thời đại mà thời trang không chỉ là quần áo mà còn là để thể hiện cá tính, sự sáng tạo và phong cách sống, thương hiệu mang tinh thần trẻ trung và đột phá ngày càng có chỗ đứng trên thị trường. Không chỉ mang thiết kế unisex hiện đại và tinh tế, thương hiệu này còn truyền tải thông điệp về sự tự do, cá tính và bản sắc riêng trong thời trang.

Trong những năm gần đây, thị trường thời trang Việt Nam chứng kiến sự xuất hiện của nhiều thương hiệu nội địa đầy triển vọng. Một trong số đó là Whenever Atelier, thương hiệu thời trang được đông đảo giới trẻ yêu thích nhờ phong cách tối giản nhưng tinh tế. Được thành lập vào năm 2023, chỉ sau một thời gian ngắn, Whenever Atelier đã khẳng định được vị thế của mình với những thiết kế mang đậm dấu ấn cá nhân và tinh thần unisex. Thương hiệu này không chỉ mang đến những sản phẩm thời trang đơn thuần mà còn tạo ra một phong cách sống, nơi mỗi cá nhân có thể tự do thể hiện bản thân thông qua cách ăn mặc.

Phong Cách Thiết Kế Độc Đáo

Không chạy theo xu hướng thời trang nhanh, Whenever Atelier chú trọng vào sự tinh tế trong từng đường nét thiết kế. Thương hiệu này tập trung vào các sản phẩm basic nhưng có tính ứng dụng cao, phù hợp với nhiều phong cách khác nhau. Đặc trưng của Whenever Atelier là logo thêu trên hầu hết các sản phẩm, tạo nên sự nhận diện mạnh mẽ và giúp thương hiệu có một bản sắc riêng trong làng thời trang nội địa.

Sản phẩm của Whenever Atelier đa dạng, từ áo thun, áo len, quần đến phụ kiện như mũ, túi xách. Một trong những sản phẩm nổi bật của thương hiệu là "WHENEVER" LOGO-EMBROIDERED COTTON T-SHIRT, chiếc áo thun cotton chất lượng cao với logo thêu tỉ mỉ, đảm bảo tính bền vững và thoải mái khi mặc. Ngoài ra, bộ sưu tập mới nhất còn giới thiệu những mẫu áo hoodie với thiết kế oversize, phù hợp với phong cách streetwear đang thịnh hành. Mỗi sản phẩm đều được chú trọng vào chất liệu, form dáng và cách xử lý vải để mang lại trải nghiệm tốt nhất cho người mặc.

Khi Giới Trẻ Trở Thành Đại Sứ Thương Hiệu

Sự thành công của Whenever Atelier không chỉ đến từ chất lượng sản phẩm mà còn từ chiến lược marketing khôn ngoan. Thương hiệu này nhanh chóng tạo được sức hút nhờ sự ủng hộ của nhiều gương mặt nổi bật trong giới trẻ và những người có tầm ảnh hưởng trên mạng xã hội. Hình ảnh của Whenever Atelier thường xuyên xuất hiện trên các nền tảng như Instagram, TikTok, nơi thương hiệu này cập nhật những bộ sưu tập mới nhất và tạo ra những xu hướng thời trang mang đậm phong cách đường phố.

Bên cạnh đó, việc sử dụng mạng xã hội để tương tác với khách hàng cũng giúp Whenever Atelier tạo được một cộng đồng riêng, nơi mà thời trang không chỉ là quần áo mà còn là cách thể hiện bản thân. Những chiến dịch quảng bá của thương hiệu mang tính sáng tạo cao, không chỉ tập trung vào việc bán sản phẩm mà còn truyền tải những thông điệp về phong cách sống, sự tự tin và cá tính riêng biệt.



Áo sweater của thương hiệu Whenever Atelier



Bộ sưu tập Whenever Atelier Handmade

Chiến Lược Phát Triển Bền Vững

Với sự phát triển mạnh mẽ, Whenever Atelier không chỉ tập trung vào việc mở rộng danh mục sản phẩm mà còn hướng tới tính bền vững trong ngành thời trang. Thương hiệu này chú trọng vào chất liệu thân thiện với môi trường, sản xuất có trách nhiệm và hạn chế lãng phí nguyên liệu. Đây là một hướng đi hợp thời, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng về thời trang bền vững.

Ngoài việc sử dụng vải organic cotton, Whenever Atelier còn cân nhắc áp dụng các quy trình sản xuất ít gây tác động đến môi trường, từ việc nhuộm vải an toàn đến việc sử dụng bao bì có thể tái chế. Đồng thời, thương hiệu cũng khuyến khích khách hàng tái sử dụng và bảo quản quần áo một cách đúng cách nhằm kéo dài tuổi thọ sản phẩm, hạn chế việc bỏ đi gây lãng phí.

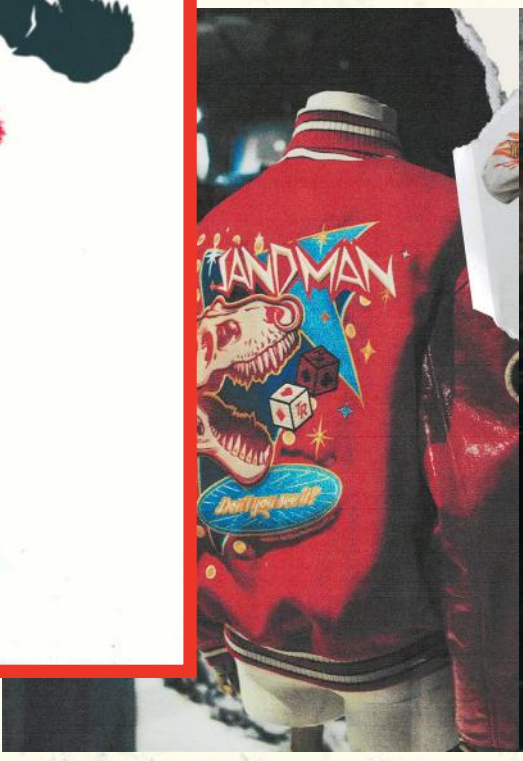
Định Hướng Tương Lai

Trong bối cảnh ngành thời trang Việt Nam ngày càng cạnh tranh, Whenever Atelier đã và đang chứng tỏ sức hút của mình thông qua sự sáng tạo, chất lượng sản phẩm và chiến lược tiếp thị thông minh. Không chỉ dừng lại ở thị trường nội địa, thương hiệu này đang có kế hoạch mở rộng ra thị trường quốc tế bằng việc hợp tác với các nền tảng thương mại điện tử toàn cầu, tham gia các sự kiện thời trang quốc tế để giới thiệu sản phẩm đến đông đảo khách hàng trên toàn thế giới. Bên cạnh đó, Whenever Atelier cũng đang nghiên cứu và phát triển thêm nhiều dòng sản phẩm mới để phù hợp với nhu cầu đa dạng của khách hàng trên toàn cầu. Các bộ sưu tập sắp tới hứa hẹn sẽ không chỉ dừng lại ở thời trang unisex mà còn mở rộng sang những dòng sản phẩm cao cấp hơn, nhấn mạnh vào tính cá nhân hóa và phong cách hiện đại. Đồng thời, thương hiệu cũng đang xem xét việc mở rộng hệ thống cửa hàng vật lý ở các thành phố lớn trong nước và khu vực Đông Nam Á, tạo điều kiện để khách hàng trải nghiệm sản phẩm trực tiếp.



STREETWEAR
ĐỊNH HÌNH XU HƯỚNG





Hình ảnh trong bộ sưu tập 5 năm của T-redx

T-REDX thu hút sự quan tâm của giới trẻ nhờ thiết kế độc đáo, chất lượng với một câu chuyện thương hiệu đầy cảm hứng.

Hình ảnh: Thuỳ Dương | Bài viết: Quốc An

T-REDX được thành lập vào năm 2019 với mục tiêu mang đến làn gió mới cho thời trang Việt Nam. Tên thương hiệu là sự kết hợp giữa "T-REX", loài khủng long bạo chúa đầy quyền lực, và "RED", màu sắc yêu thích của người sáng lập, cũng tượng trưng cho sự đam mê, sức mạnh và quyết tâm. Ban đầu, thương hiệu mang tên "Red", nhưng sau một số điều chỉnh, "T-REDX" chính thức ra đời, đánh dấu một bước ngoặt quan trọng trong hành trình chinh phục thời trang. Điểm nhấn của T-REDX chính là những thiết kế streetwear đậm dấu ấn cá nhân. Các sản phẩm của thương hiệu mang yếu tố hiện đại, tạo nên phong cách thời trang mạnh mẽ, cá tính nhưng vẫn tinh tế. Đặc biệt, áo khoác bóng chày là một dòng sản phẩm nổi bật nhất của thương hiệu, với những họa tiết và chi tiết thiết kế độc đáo, mang đến sự khác biệt so với các thương hiệu khác trên thị trường.

Bên cạnh đó, T-REDX cũng chú trọng vào chất liệu và sự thoải mái của người mặc. Các bộ sưu tập luôn được sản xuất với chất liệu cao cấp, đảm bảo tính bền bỉ và sự dễ chịu khi sử dụng. Chính điều này giúp thương hiệu nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường và được yêu thích trong cộng đồng đam mê thời trang đường phố.

Sự Phát Triển & Ảnh Hưởng

Mặc dù chỉ mới xuất hiện trong vài năm, T-REDX đã nhanh chóng tạo được dấu ấn và có một lượng khách hàng trung thành. Thương hiệu không chỉ phát triển mạnh trong nước mà còn có tham vọng vươn ra thị trường quốc tế. Sự đầu tư nghiêm túc vào thiết kế, sản xuất và chiến lược truyền thông đã giúp T-REDX trở thành một trong những thương hiệu streetwear đáng chú ý nhất tại Việt Nam.

Không chỉ dừng lại ở sản phẩm quần áo, T-REDX còn mở rộng thị phần thông qua việc hợp tác với các nghệ sĩ, influencer và những người có tầm ảnh hưởng trong cộng đồng thời trang để tạo nên những bộ sưu tập giới hạn, mang tính biểu tượng và đậm chất nghệ thuật. Những chiến dịch marketing sáng tạo, cùng sự xuất hiện của thương hiệu trên nhiều nền tảng truyền thông xã hội, đã góp phần



Hình ảnh trong bộ sưu tập 5 năm của T-redx



T-Redx in Seoul



Sản phẩm NINTH SAREALM JEANS

Bên cạnh đó, T-REDX cũng tập trung vào việc xây dựng cộng đồng người hâm mộ trung thành thông qua các sự kiện offline, pop-up store và chương trình ưu đãi đặc biệt cho khách hàng. Những buổi ra mắt bộ sưu tập mới không chỉ là nơi trưng bày sản phẩm mà còn trở thành sân chơi giao lưu giữa thương hiệu và cộng đồng yêu thích streetwear. Thương hiệu cũng thường xuyên tổ chức các buổi giao lưu, hội thảo về phong cách thời trang, giúp kết nối những người có cùng đam mê và lan tỏa văn hóa streetwear rộng rãi hơn.

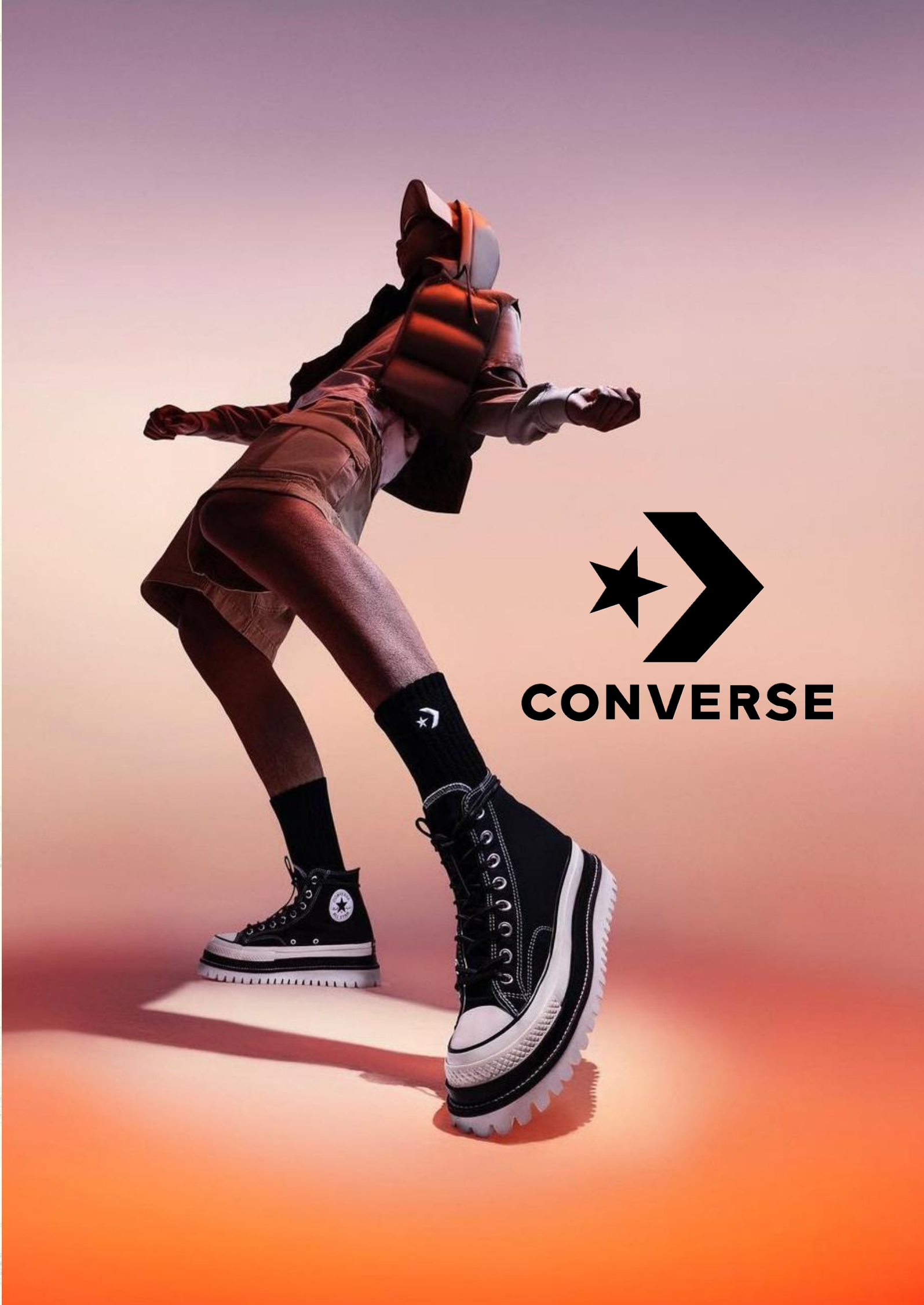
Không chỉ dừng lại ở thị trường trong nước, T-REDX còn định hướng vươn xa ra thị trường quốc tế bằng cách tham gia các sự kiện thời trang lớn, hợp tác với các đối tác nước ngoài và mở rộng hệ thống phân phối. Hiện tại, thương hiệu đã có mặt tại một số thị



Bộ sưu tập The Redx Death

trường tiềm năng như Nhật Bản, Hàn Quốc và một số quốc gia châu Âu. Điều này không chỉ giúp T-REDX khẳng định chất lượng và uy tín của mình mà còn tạo ra cơ hội tiếp cận với nhiều phong cách thời trang mới, giúp thương hiệu ngày càng đa dạng và phong phú hơn trong thiết kế.

Với tầm nhìn dài hạn và chiến lược phát triển bài bản, thương hiệu đang dần khẳng định vị thế của mình không chỉ trong nước mà còn trên thị trường toàn cầu. Định hướng tương lai của T-REDX là tiếp tục mở rộng mạng lưới phân phối, đẩy mạnh sự hiện diện tại các tuần lễ thời trang quốc tế và không ngừng đổi mới để phù hợp với xu hướng toàn cầu.


CONVERSE

SỰ KẾT HỢP ROCK GRUNGE VÀ NGHỆ THUẬT TÁO BẠO



Bộ sưu tập của Cest Nous AW24

Grunge là tên gọi của một phong cách ăn mặc thịnh hành vào khoảng đầu những năm 90s. Sự ra đời của phong cách Grunge đã đánh dấu một cột mốc thay đổi rất lớn cho xu hướng thời trang của thế giới. Nó được sinh ra như một sự thách thức với lối thời trang xa hoa luôn đề cao sự chỉnh chu và tỉ mỉ lúc bấy giờ.

Bài viết: Quốc An | Hình ảnh: Thuỳ Dương

Grunge thực chất là tên gọi của một thể loại âm nhạc rock được phát triển bởi các ban nhạc như Nirvana, Soundgarden và Pearl Jam. Do đó mà những người yêu thích hiphop và đam mê nhạc rock chính là những người ưa chuộng lối ăn mặc này đầu tiên bất quy tắc, thoải mái, phóng khoáng .Phong cách Grunge được ưa chuộng nhờ sự phóng khoáng, thoải mái và có phần nổi loạn khi kết hợp những trang phục và phụ kiện lại với nhau một cách bất quy tắc.. Bản chất của phong cách Grunge là không đi theo bất kỳ một nguyên tắc hay quy định nào.

Xu hướng Grunge Rock

Về bản chất, grunge bao gồm một thẩm mỹ thô sơ. Thời trang này - đặc trưng bởi áo sơ mi vải nỉ, mũ len và quần áo rộng thùng thình - phản ánh tư duy chống lại chủ nghĩa tiêu dùng. Thay vì theo đuổi các thương hiệu cao cấp, phong cách grunge ưa chuộng những món đồ cũ, đã qua sử dụng. Việc kết hợp nhiều lớp và kết cấu không đồng bộ là chìa khóa, củng cố ý tưởng rằng việc trông chỉn chu không phải là mục tiêu chính.

Nhưng grunge không chỉ giới hạn ở quần áo. Đó là thái độ không tuân thủ và từ chối kỳ vọng của xã hội. Tinh thần này được phản ánh trong âm nhạc của nó, thường có tiếng guitar méo mó, lời bài hát đầy lo lắng và âm thanh thô, chưa được trau chuốt. Phong cách sống lấy cảm hứng từ grunge ưu tiên tính cá nhân, sự thể hiện bản thân và cách tiếp cận thoải mái, đôi khi là hoài nghi, với thế giới.

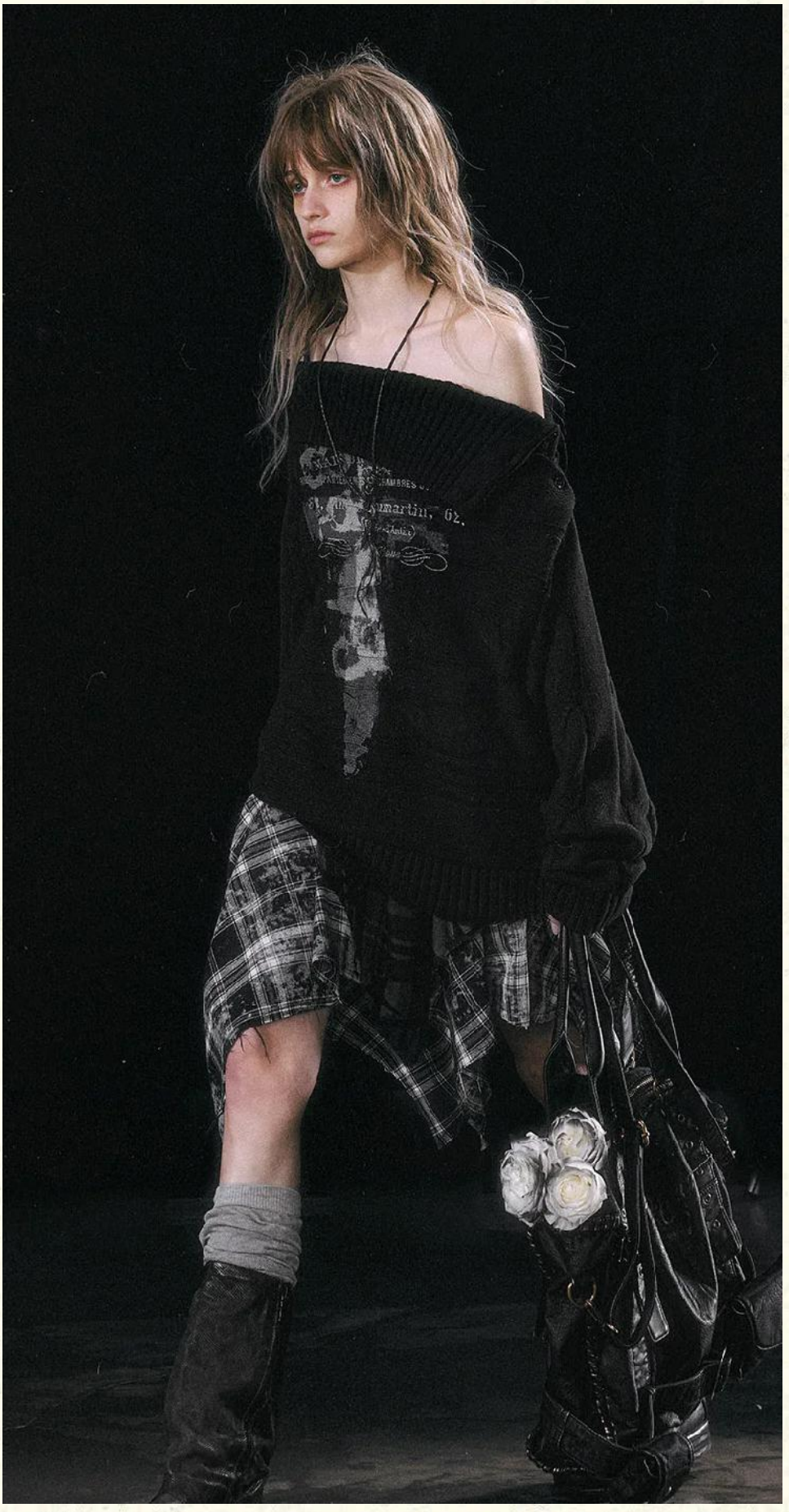
Sức ảnh hưởng của xu hướng mới

Grunge vẫn tiếp tục ảnh hưởng đến thời trang, âm nhạc và văn hóa. Trong khi các diễn giải hiện đại có thể pha trộn các yếu tố của thời trang cao cấp, bản chất của grunge vẫn như vậy—nổi loạn chống lại sự tầm thường và chấp nhận sự không hoàn hảo.

Nếu bạn thích vẻ ngoài giản dị, sắc sảo hơn là sự hoàn hảo bóng bẩy, thời trang grunge có thể là phong cách dành cho bạn. Bắt nguồn từ bối cảnh âm nhạc underground, phong cách thẩm mỹ này từ chối sự bóng bẩy và tinh tế để ủng hộ sự thể hiện bản thân thô sơ.



Bộ sưu tập của Cest Nous AW24



Bộ sưu tập của Cest Nous AW24

Chất cùng Cest Nous

Cest Nous lấy cảm hứng từ phong cách hậu punk, nhạc rock grunge và nghệ thuật táo bạo. Thiết kế của họ kết hợp những nét tinh tế, lãng mạn với kết cấu thô, tạo ra những sản phẩm vừa táo bạo vừa táo bạo

Cest Nous mang đến vẻ đẹp và sự táo bạo cho mọi diện mạo. Theo thời gian, phong cách grunge đã tạo ra nhiều biểu hiện khác nhau : soft grunge, glam grunge, glam-goth grunge, grunge fairycore , indie-sleaze grunge, indie-punk sleaze grunge, v.v. Những người tạo xu hướng như Rihanna, Miley Cyrus và Gigi Hadid thường xuyên diện những phong cách grunge lấy cảm hứng từ thập niên 90.

Gần đây hơn, những người hậu thiên niên kỷ như Jenna Ortega, Willow Smith và Lily-Rose Depp (cha nào con nấy) đã thêm phong cách của họ vào bản phối Kể từ những năm 90, các nhà thiết kế đã khai thác biên niên sử của phong cách grunge để lấy cảm hứng.

Bộ sưu tập thu 2013 của Hedi Slimane cho Saint Laurent lấy chủ đề xoay quanh phong cách grunge California, một khái niệm được cho là đã mở rộng sang bộ sưu tập thời trang nam xuân 2016 của ông .



Bộ sưu tập của Cest Nous AW24



Bộ suu tập SS24 của Flowers Birds Market

"TIỂU THƯ NỔI LOẠN"

Y2K FAIRY GRUNGE

Đây là phong cách Y2K Fairy Grunge, một sự kết hợp giữa Y2K fashion (thời trang đầu những năm 2000) và Fairy Grunge (phong cách tiên nữ bụi bặm, mộng mơ nhưng hoang dại).

Bài viết: Quốc An | Hình ảnh: Thuỳ Dương

Như đã nói phong cách mới mẻ và táo bạo này được cho là bản phối hoàn hảo giữa Fairycore và Grunge nhưng lại phá chút phóng khoáng, tự do của Y2k thời thượng. Tuy nhiên nếu quay ngược dòng thời gian về những năm 90, thì Fairycore chính là sự mở rộng của phong cách Kinderwhore đình đám của các nữ ca sĩ rock một thời.

Nhưng do vẻ ngoài khá "rườm rà" và khá táo bạo nên Kinderwhore thường bị cho rằng đang "mỉa mai" tính nữ của phụ nữ hay còn được gọi là những người phụ nữ rách nát. Váy babydoll, tóc tẩy trắng và tất rách,... tất cả đã cường điệu hóa vẻ ngoài ngọt ngào vốn có của phụ nữ thành một dáng vẻ tức giận. Ngày nay, quần áo chỉ là một trong những công cụ để con người có thể "kể" những câu chuyện thời trang của riêng mình. Vì thế với sự độc lạ, hút mắt và đầy cá tính thì không có gì khó hiểu khi Fairy Grunge được nhiều bạn trẻ theo đuổi và yêu thích.

Grunge Y2K là một tuyên bố. Hãy tưởng tượng năng lượng thô ráp, thô sơ của bối cảnh grunge những năm 90 đang va chạm vào thế giới hào nhoáng, lạc quan của đầu những năm 2000. Giống như Kurt Cobain đã gặp Britney Spears và họ quyết định cùng nhau đi mua sắm.

Sự kết hợp thời trang này có tất cả những món đồ cơ bản được yêu thích của phong cách grunge cổ điển — hãy nghĩ đến áo sơ mi vải ni, vải denim rách và bốt chunky — nhưng với một chút biến tấu Y2K. Kim loại, phụ kiện tương lai và một chút quyến rũ của ngôi sao nhạc pop làm tròn diện mạo, biến phong cách grunge Y2K thành sự pha trộn hỗn loạn hoàn hảo giữa quá khứ và tương lai.

Fairycore style

Fairycore, thường tươi sáng và quá nữ tính, gặp gỡ thẩm mỹ tối hơn trong grunge. Phong cách Fairy grunge bao gồm các tông màu đất và các sắc thái khác nhau của màu đen. Nó gợi lên một phong cách casual, phổ biến với thanh thiếu niên.

Tuy nhiên, nó vẫn giữ được chất lượng thanh lịch của tính thẩm mỹ dựa trên thiên nhiên, lấy cảm hứng từ những khu rừng mê hoặc vào lúc hoàng hôn.



Bộ sưu tập SS24 của Flowers Birds Market



Bộ sưu tập SS24 của Flowers Birds Market

SỰ TRỞ LẠI CỦA CÁI ĐẸP XƯA CŨ TRONG THỜI TRANG

Bộ sưu tập SS24 của Flowers Birds Market



Bộ sưu tập SS24 của Flowers Birds Market



Điểm mê hoặc Fairycore

Phong cách fairycore truyền thống chủ yếu có màu pastel. Những chiếc nơ, ruy băng và những tấm vải lung linh làm nổi bật vẻ nhẹ nhàng, thú vị của người mặc. Grunge, đến từ Seattle, Washington, thời đại thập niên 90, là một phong trào phản văn hóa được cách điệu để từ chối cơ sở và truyền đạt lối sống nóng nảy của các học viên.

Mặc dù xu hướng này đã tan biến sau những năm 90, nhưng ảnh hưởng của nó vẫn còn nhất định đến giới trẻ tuổi vị thành niên. Phong cách Fairy grunge đủ tối để thiết lập sự tín nhiệm sắc sảo và đủ sáng để cho phép người mặc của nó chạm vào khía cạnh nữ cá tính của họ.

Bohemian

VẺ ĐẸP DU MỤC VÀ CÁ TÍNH



Golden Ember - Bộ sưu tập Thu Đông 2023 của Open Aesthetic

Bohemian hay còn được gọi là Boho là một phong cách kết hợp rất ăn ý giữa hơi hướng hiện đại và cổ điển. Với cách hòa hợp 2 phong cách này, Boho tạo nên một phong cách mới rất riêng mang nét quyến rũ và cá tính rất mạnh mẽ.

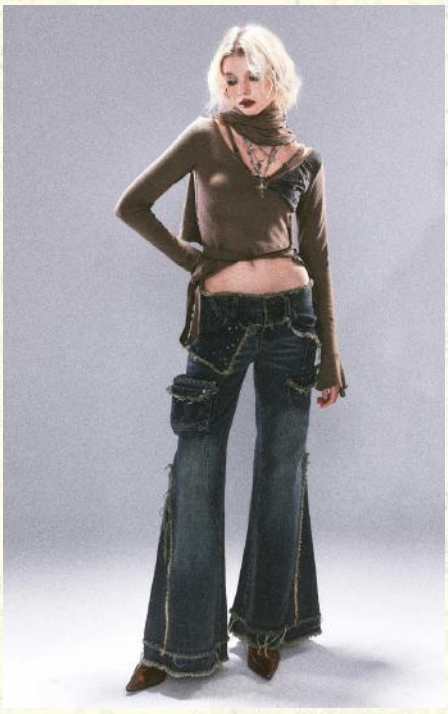
Bài viết: Quốc An | Hình ảnh: Thuỳ Dương

Bohemian là một từ bắt nguồn từ tiếng Pháp, bohémien, thành ngữ ám chỉ những người dân du mục sống lang bạt ở châu Âu. Phong cách Bohemian lấy cảm hứng từ trang phục của dân du mục, với những chiếc váy rộng quét đất, tóc quăn buông thả và vòng hoa đội đầu. Họ được cho là những người khao khát khát vọng tự do, muốn phá vỡ những quy tắc và những giới hạn chung trong xã hội. Xu hướng Bohemian nổi lên cách đây khoảng hơn 200 năm, từng được xem là phong cách thời trang có phần châm biếm khi những cô gái sành điệu, có cuộc sống sung túc lại diện váy hoa luộm thuộm để giống với dân du mục, những người nghèo khổ và hoàn toàn không có khái niệm thời trang.

Thời trang Bohemian đại diện cho sự phóng khoáng, tự do nhất mà chúng ta từng thấy, thường đi cùng với những tông màu của đất như nâu, denim, đỏ tía hoặc xanh lá từ cỏ cây. Và dĩ nhiên chẳng thể nào bỏ qua trang phục họa tiết, vì chúng vốn sở hữu tinh thần của Bohemian với những họa tiết hoa lá hoặc con vật được cách điệu trên nền áo blouse, tunic hoặc những chiếc váy maxi suôn dài.



Golden Ember - Bộ sưu tập Thu Đông 2023 của Open Aesthetic



Golden Ember - Bộ sưu tập Thu Đông 2023 của Open Aesthetic

Danh tiếng Bohemian

Bohemian là một từ bắt nguồn từ tiếng Pháp, bohémien. Đây là thành ngữ ám chỉ những người dân du mục sống lang bạt ở châu Âu. Ví dụ như nàng Esmeralda trong tác phẩm văn học Thằng gù nhà thờ Đức Bà của Victor Hugo. Phong cách bohemian lấy cảm hứng từ trang phục của dân du mục này. Chiếc váy maxi rộng quét đất, chắp vá nhiều mảng vải lung tung. Tóc quăn buông thả tự nhiên. Trang sức làm từ những thứ thô mộc như hoa, cỏ, gỗ, sò biển... Vì những yếu tố thoải mái này mà phong cách nữ tính này được ưa chuộng vào những dịp nắng nóng.

Trending

Xu hướng bohemian từng được cho là một phong cách thời trang có phần châm biếm khi những cô gái sành điệu, có cuộc sống sung túc lại diện váy hoa luộm thuộm để giống với dân du mục, những người nghèo khổ và hoàn toàn không có khái niệm thời trang là gì.

Nổi bật

Bohemian style là một trong những phong cách có tính phóng khoáng và tự do nhất. Trang phục bohemian chủ yếu sử dụng những tone màu của đất như nâu, jeans, đỏ mận hoặc xanh lục,những hoạ tiết trang trí như hoa lá, động vật cũng được sử dụng rất nhiều.

Phổ biến

Những boho-chic thường được nhận ra qua mái tóc xoăn dài, điệu đà trong bộ đầm maxi duyên dáng và chiếc áo blouse cách điệu. Đây đều là những item phổ biến và không thể thiếu của bất cứ cô nàng nào.

Sức ảnh hưởng

Năm 2013 có thể nói là khoảng thời gian mà bohemian style gây ảnh hưởng lớn nhất trong làng thời trang. Khi đó nó xuất hiện hàng loạt trên các sàn catwalk nổi tiếng của Ralph Lauren, YSL, Versace, Gucci, Balmain,...

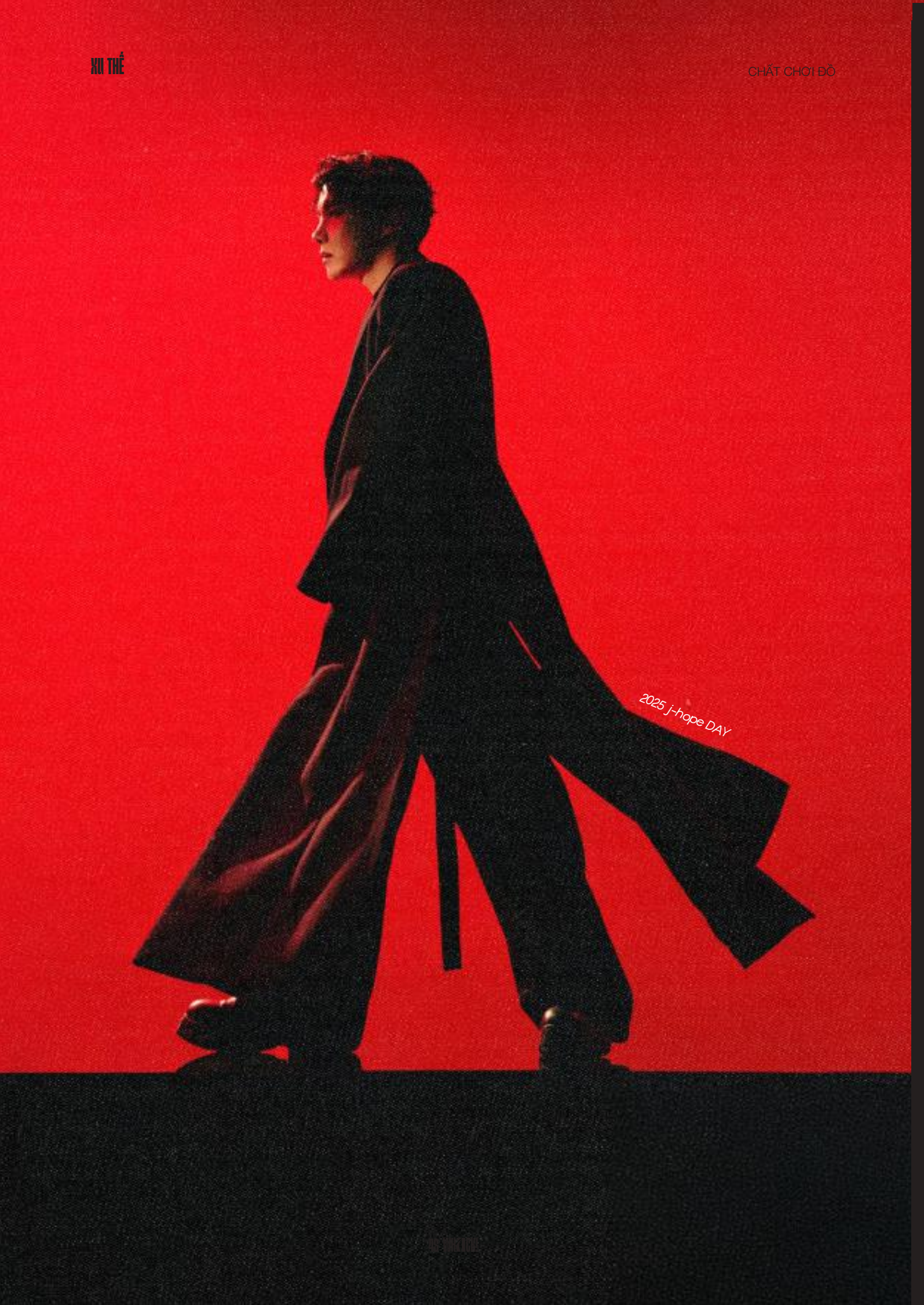



CHROME HEARTS


CHEWY CANNON
PALACE
DANNY BRADY
PALACE
PALACE
PALACE



AI ĐỒ ĐỒ THỊ


2025 j-hope DAY

J-HOPE ON THE STREET

J-hope, thành viên của nhóm nhạc BTS, đã phát hành album đặc biệt mang tên "Hope On The Street Vol.1" vào ngày 29 tháng 3 năm 2024. Album này thể hiện niềm đam mê và cội nguồn nghệ thuật của anh trong lĩnh vực vũ đạo đường phố.

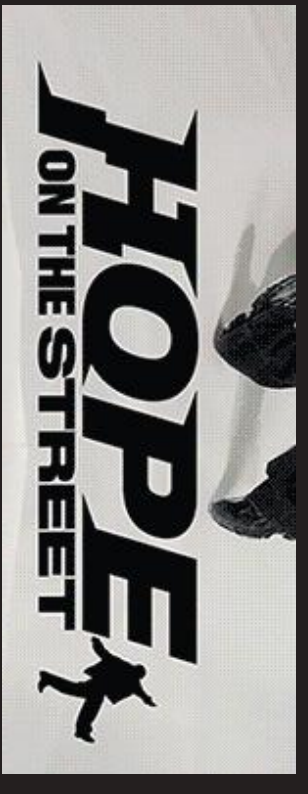
Bài viết: Quốc An | Hình ảnh: Thuỳ Dương

Hope On The Street không chỉ là một album hay một bộ phim tài liệu, mà là một hành trình trở về cội nguồn của j-hope – nơi vũ đạo và hip-hop đã nuôi dưỡng đam mê nghệ thuật trong anh. Đây là một dự án đặc biệt, thể hiện rõ nét con người, tinh thần và bản sắc âm nhạc của j-hope. Ngay từ khi công bố, "Hope On The Street" đã tạo ra sự mong đợi lớn từ người hâm mộ.Với album "Hope On The Street Vol.1", j-hope không chỉ mang đến âm nhạc, mà còn tái hiện một phần câu chuyện cá nhân của mình. Ca khúc "Neuron", với sự góp mặt của Gaeko và Yoonmirae, chính là một điểm nhấn, gợi nhớ về những ngày tháng anh còn là một dancer đường phố, cháy hết mình với từng bước nhảy. Những giai điệu hoài niệm nhưng không kém phần hiện đại đã tạo nên một không gian âm nhạc vừa sâu lắng, vừa bùng nổ. Không chỉ vậy, sự kết hợp với Jungkook trong "I Wonder..." hay Huh Yun-jin trong "I Don't Know" cũng mang đến sự tươi mới và đa dạng cho album.

J-hope không bó buộc mình trong một thể loại, mà luôn tìm cách khám phá và thử nghiệm, tạo ra những giai điệu vừa gần gũi, vừa phá cách. Không chỉ cảm nhận được tình yêu dành cho nhảy múa tương lai phía trước. Ngay từ khi công bố, "Hope On The Street" đã tạo ra sự mong đợi lớn từ người hâm mộ. Với album "Hope On The Street Vol.1", j-hope không chỉ mang đến âm nhạc, mà còn tái hiện một phần câu chuyện cá nhân của mình.

Ca khúc "Neuron", với sự góp mặt của Gaeko và Yoonmi-rae, chính là một điểm nhấn, gợi nhớ về những ngày tháng anh còn là một dancer đường phố, cháy hết mình với từng bước nhảy. Những giai điệu hoài niệm nhưng không kém phần hiện đại đã tạo nên một không gian âm nhạc vừa sâu lắng, vừa bùng nổ..

Weverse poster " Hope on the street"



J-HOPE ON TH

Bài viết: Quốc An | Hình ảnh: Thuỳ Dương

"Hope On The Street" không chỉ là một sản phẩm âm nhạc mà còn là một lời tri ân. Đó là lời cảm ơn của j-hope dành cho hip-hop, dành cho vũ đạo và dành cho tất cả những ai đã đồng hành cùng anh trên chặng đường này. Dự án này chứng minh rằng, dù có đi xa đến đâu, j-hope vẫn luôn giữ vững giá trị cốt lõi của mình: sự nhiệt huyết, đam mê và tinh thần "Hope" đầy cảm hứng.

Với "Hope On The Street", j-hope một lần nữa khẳng định rằng, âm nhạc không chỉ là thứ để nghe, mà còn là để cảm nhận, để kết nối và để truyền động lực. Đây không chỉ là một dự án dành cho fan, mà còn là một món quà anh tự tặng chính mình – một dấu mốc ý nghĩa trên hành trình nghệ thuật đầy kiêu hãnh. Không những vậy mà còn thể hiện được cá tính đặc biệt riêng và niềm đam mê kiêu hãnh trong suốt những năm theo đuổi nền âm nhạc từ nhỏ.Bài hát chính là cái tôi, là màu sắc riêng của j-hope mang đến cho người hâm mộ của anh. Năm 2024, j-hope của BTS bắt đầu hành trình mới ở tuổi nghề thứ 12. Cùng với người hướng dẫn của mình, nhà vô địch nhạc pop Boogaloo Kin, anh khám phá các đường phố Osaka, Seoul, Paris, New York và Gwangju, gặp gỡ những vũ công đường phố đầy cảm hứng trên đường. Hãy theo dõi j-hope khi anh theo đuổi ước mơ kết nối quá khứ, hiện tại và tương lai của mình. Đây là lần hợp tác đầu tiên giữa j-hope và J. Cole .

Vào ngày 2 tháng 3, j-hope đã chia sẻ với Variety về cuộc gặp gỡ của họ, "Nó diễn ra tại Lollapalooza vào mùa hè năm ngoái. J. Cole là thần tượng của tôi và chúng tôi đã gặp nhau ở đó. Kể từ đó, tôi không ngừng nghĩ về việc sẽ tuyệt vời như thế nào nếu chúng tôi có thể cùng nhau sáng tác nhạc. Vì vậy, tôi đã liên lạc với anh ấy. Tôi đã có kế hoạch trong đầu để phát hành nhạc vào khoảng thời gian này và tôi đã bắt đầu thực hiện vào đầu tháng 11. Mặc dù mất khá nhiều thời gian để hoàn thành bài hát, nhưng tôi rất trân trọng nó và nó có ý nghĩa rất lớn đối với tôi."



J-hope 'on the street (with J. Cole)' MV Photo Sketch

E STREET









ARSON



HÀNH TRÌNH GIỮA LỬA VÀ LỰA CHỌN

Vào ngày 15 tháng 7 năm 2022, J-Hope – thành viên BTS – đã chính thức phát hành MV "ARSON", ca khúc chủ đề trong album solo đầu tay Jack In The Box. Khác với hình ảnh tươi sáng, tràn đầy năng lượng mà khán giả thường thấy, J-Hope lần này mang đến một phiên bản gai góc, mạnh mẽ

Hình ảnh: Thuỳ Dương | Bài viết: Quốc An

Ngay từ những giây đầu tiên, MV "ARSON" cuốn người xem vào một bối cảnh hậu tận thế, nơi tất cả bị thiêu rụi trong biển lửa. J-Hope đứng giữa đống tàn tích, gương mặt đầy khói bụi và vết cháy, như một nhân chứng sống của sự hủy diệt. Hình ảnh này không chỉ thể hiện sức mạnh của lửa mà còn phản ánh sự giằng xé nội tâm của nam ca sĩ. So với những bản hit sôi động trước đây của J-Hope như Daydream hay Chicken Noodle Soup, "ARSON" mang một màu sắc hoàn toàn khác. Ca từ trực diện, thẳng thắn:

"Let's burn, it was too hot" (Hãy đốt cháy đi, nó đã quá nóng)
"Burned everything, I wanted it, I made it" (Đã đốt sạch mọi thứ, tôi từng muốn nó, tôi đã tạo ra nó). J-Hope không còn chỉ là một chàng trai tràn đầy hy vọng (như nghệ danh của anh), mà giờ đây anh đã đối mặt với những mặt tối của danh vọng, thành công và tham vọng. MV "ARSON" không sử dụng quá nhiều hiệu ứng hào nhoáng mà tập trung vào hình ảnh thực tế, gần gũi. Toàn bộ video dường như chỉ xoay quanh một cảnh quay duy nhất với J-Hope đứng giữa đám cháy, trong khi xung quanh là những vụ nổ, xe cộ bị thiêu rụi. Tuy nhiên, chính sự đơn giản đó lại làm nổi bật được cảm giác căng thẳng và ý nghĩa sâu xa của ca khúc.



J-hope pays respect to hip hop

Jack In The Box review



JACK IN THE BOX

Một album ý tưởng xoay quanh câu chuyện về chiếc hộp Pandora , Jack in the Box thảo luận về các chủ đề về đam mê, tham vọng, nhân tính, sự bất an, thành công và lo lắng về tương lai.

Bài viết: Quốc An | Hình ảnh: Thuỳ Dương



Nội dung Jack in the box

Jack in the Box đại diện cho "cá tính âm nhạc và tầm nhìn của riêng J-Hope với tư cách là một nghệ sĩ" và "khát vọng phá vỡ khuôn mẫu và phát triển hơn nữa" của anh ấy. Trong một cuộc phỏng vấn cho Tạp chí Weverse được xuất bản vào tháng 6 năm 2022, nam rapper đã tiết lộ mong muốn thể hiện "một khía cạnh khác của tôi... một khía cạnh cực kỳ đen tối, thô sơ" trong các dự án hiện tại của mình, trái ngược với "phong thái tươi sáng" mà anh ấy thường luôn thể hiện.

Nội dung Jack in the box

Anh ấy giải thích thêm rằng anh ấy "muốn cho thấy tôi có những điều tôi muốn nói, nhưng tôi cứ cảm thấy rằng nếu tôi làm chúng theo cùng một phong cách mà tôi vẫn làm, chúng sẽ không hiệu quả. Nếu tôi muốn truyền tải những điều tôi muốn nói, tôi sẽ phải tối hơn. Đó là điều tôi chưa từng làm trước đây, vì vậy tôi rất hào hứng khi thử một cái gì đó mới. Tôi bị ảnh hưởng rất nhiều bởi những gì trái tim mách bảo, và đó là lý do tại sao tôi quyết định thử." Đặc biệt là khi so sánh với các thành viên trong ban nhạc, khiến anh ấy cảm thấy chưa sẵn sàng và do dự khi thử hợp tác với các nghệ sĩ khác. Bất chấp những sự bất an này, nam rapper cũng bày tỏ cảm thấy được thúc đẩy bởi thành công của các thành viên trong ban nhạc "để viết những bài hát tuyệt vời và muốn làm việc với những nghệ sĩ tuyệt vời". . Mục tiêu hiện tại của anh là "lấy cảm hứng và tạo ra âm nhạc hay".

Anh nói thêm rằng việc sáng tác Hope World đã ảnh hưởng rất lớn đến sự tiến triển của anh với tư cách là một nhạc sĩ và nghệ sĩ kể từ năm 2018, và mặc dù phong cách của anh sẽ không thay đổi nhiều, nhưng nó sẽ trưởng thành hơn và giúp những giấc mơ thời niên thiếu của anh trở thành sự thật. Sự thành công của bài hát mang lại cho anh sự tự tin và đổi mới qua những album khác nhau , màu sắc khác nhau mang vẻ độc đáo.



j-hope 'Jack In The Box (HOPE Edition)' Concept Photo

Giải thưởng vinh dự của Jack in the box

Rolling Stone đã đưa Jack in the Box vào danh sách cuối năm của 100 Album hay nhất năm 2022 ở vị trí thứ chín, mô tả nó là một "màn ra mắt mạnh mẽ, sáng tạo vô tận" đã "đặt ra tiêu chuẩn cao", trong khi NME xếp hạng album ở vị trí thứ 42 trong bảng xếp hạng 50 album hay nhất năm 2022, viết rằng nó "lấy J-Hope mà thế giới đã biết đến và yêu mến trong chín năm qua và thắp sáng hình ảnh đó. Tuy nhiên, từ đống tro tàn, xuất hiện một ngôi sao ly kỳ và đáng gờm hơn bao giờ hết." Vào tháng 9 năm 2023, tạp chí Paste đã xếp hạng Jack in the Box là al- bum K-pop vĩ đại thứ hai mọi thời đại trong danh sách 30 Album K-Pop vĩ đại nhất mọi thời đại của ấn phẩm này. Album này cũng giúp J-Hope lọt vào một số bảng xếp hạng Billboard tại Hoa Kỳ. Album ra mắt ở vị trí thứ 17 trên bảng xếp hạng Billboard 200 phát hành ngày 30 tháng 7.





J-hope pays respect to hip hop

Jack In The Box review

EIGHT MUSIC

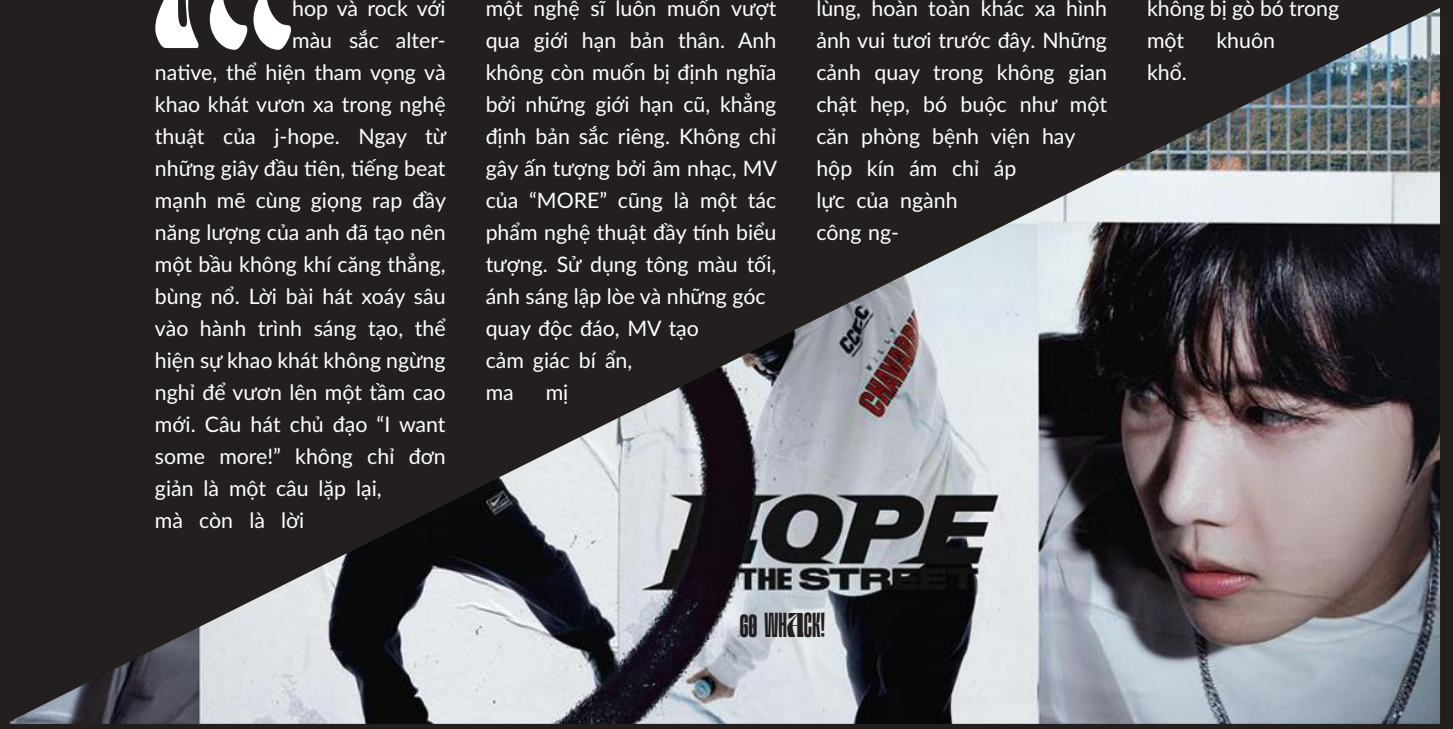


MORE

Trong "MORE", j-hope khám phá cách anh ấy muốn có một cuộc sống thành công với tư cách là một ca sĩ, mặc dù anh ấy biết tiền bạc và danh tiếng không phải là tất cả những gì anh ấy cần. Những chủ đề này được thể hiện thông qua nhịp điệu hip-hop và punk-rock gây nghiện.

Bài viết: Quốc An | Hình ảnh: Thuỳ Dương

"MORE" là sự kết hợp giữa hip-hop và rock với màu sắc alternative, thể hiện tham vọng và khao khát vươn xa trong nghệ thuật của j-hope. Ngay từ những giây đầu tiên, tiếng beat mạnh mẽ cùng giọng rap đầy năng lượng của anh đã tạo nên một bầu không khí căng thẳng, bùng nổ. Lời bài hát xoáy sâu vào hành trình sáng tạo, thể hiện sự khao khát không ngừng nghỉ để vươn lên một tầm cao mới. Câu hát chủ đạo "I want some more!" không chỉ đơn giản là một câu lặp lại, mà còn là lời tuyên bố đầy quyết liệt về tham vọng và lòng nhiệt huyết của một nghệ sĩ luôn muốn vượt qua giới hạn bản thân. Anh không còn muốn bị định nghĩa bởi những giới hạn cũ, khẳng định bản sắc riêng. Không chỉ gây ấn tượng bởi âm nhạc, MV của "MORE" cũng là một tác phẩm nghệ thuật đầy tính biểu tượng. Sử dụng tông màu tối, ánh sáng lập lòe và những góc quay độc đáo, MV tạo cảm giác bí ẩn, ma mị và có phần siêu thực. j-hope xuất hiện với thần thái lạnh lùng, hoàn toàn khác xa hình ảnh vui tươi trước đây. Những cảnh quay trong không gian chật hẹp, bó buộc như một căn phòng bệnh viện hay hộp kín ám chỉ áp lực của ngành công nghiệp âm nhạc, nơi nghệ sĩ phải vật lộn với chính mình để không bị gò bó trong một khuôn khổ.





SWAG WITH JHOPE

Ưu điểm lớn nhất của J-Hope là nền tảng của anh ấy rất tốt và đường nét của anh ấy rất đẹp. Điểm mạnh lớn nhất của anh ấy là anh ấy có thể tạo ra 'swag' thông qua sự kết hợp giữa tài năng và khả năng thể hiện nhịp điệu của bài hát bằng cơ thể của mình.

Bài viết: **Quốc An** | Hình ảnh: **Thuỳ Dương**

CÂY SÚNG VÀ HOA HỒNG

XẠ THỦ: TRỊNH THU VINH

Từ một VĐV điền kinh đến nữ xạ thủ hàng đầu, Trịnh Thu Vinh đã có một hành trình đầy thử thách. Với bản lĩnh vững vàng và ý chí mạnh mẽ, Vinh đã giành tấm vé danh giá đến Olympic 2024.

Hình ảnh: Thuỳ Dương | Bài viết: Quốc An

Hành trình từ điền kinh đến bắn súng – Sự chuyển mình đầy thách thức. Trịnh Thu Vinh đã có một bước ngoặt lớn trong sự nghiệp khi quyết định chuyển từ điền kinh sang bắn súng. Đây không chỉ là một sự thay đổi đơn thuần về bộ môn mà còn là sự thử thách lớn đối với cô, khi phải thích nghi với những nguyên tắc hoàn toàn mới.Từ một VĐV luôn di chuyển không ngừng trên đường đua, Vinh buộc phải học cách giữ vững cơ thể, kiểm soát từng nhịp thở, từng động tác trong bộ môn đòi hỏi sự tập trung tuyệt đối này.

“Ban đầu, tôi gặp nhiều khó khăn vì tính cách năng động, nhưng nhờ sự kiên trì, tôi dần thích nghi và tìm thấy niềm đam mê trong bắn súng.” – Trịnh Thu Vinh chia sẻ.Dù bắt đầu muộn hơn so với nhiều xạ thủ khác, nền tảng thể lực từ điền kinh lại trở thành lợi thế giúp cô có sức bền, khả năng nín thở tốt và kiểm soát nhịp tim ổn định – yếu tố then chốt trong những pha thi đấu căng thẳng. Thế nhưng, chuyển hướng sang bắn súng không chỉ là vấn đề kỹ thuật mà còn là cuộc chiến về tâm lý. Vinh phải học cách kiềm chế cảm xúc, giữ vững sự tập trung dù áp lực thi đấu vô cùng lớn. Có những lúc cô cảm thấy nản lòng, nhưng nhờ sự động viên của HLV và gia đình, cô quyết tâm theo đuổi đến cùng.



Niềm đam mê và bản lĩnh của một nữ xạ thủ.

Bắn súng không chỉ là một bộ môn thể thao, mà còn trở thành một phần cuộc sống của Trịnh Thu Vinh. Mỗi ngày, cô đều dành hàng giờ trên trường bắn để rèn luyện sự chính xác và kiểm soát.

“Mọi người thường ngạc nhiên khi biết tôi theo đuổi bắn súng. Nhưng chính điều đó càng khiến tôi tự hào hơn về sự lựa chọn của mình.” Môn thể thao này đòi hỏi không chỉ kỹ thuật mà còn là sự kiên trì, bản lĩnh và sức chịu đựng áp lực cực kỳ lớn. Một chút mất tập trung có thể ảnh hưởng đến toàn bộ kết quả, vì vậy, Vinh không ngừng rèn luyện để đạt đến trạng thái thi đấu tốt nhất. Có những ngày tập luyện kéo dài hàng giờ liền, cô phải thực hiện hàng trăm lượt bắn để đảm bảo độ chính xác cao nhất. Áp lực đến từ chính bản thân khi cô không ngừng đặt ra những tiêu chuẩn khắt khe hơn mỗi ngày.

Hành trình chinh phục Olympic

Giành được tấm vé tham dự Olympic là một cột mốc quan





trọng trong sự nghiệp của Trịnh Thu Vinh. Đây không chỉ là cơ hội để cô thể hiện bản thân mà còn là niềm tự hào khi được đại diện cho thể thao Việt Nam trên đấu trường thế giới.

"Tôi muốn mang hình ảnh Việt Nam vươn tầm thế giới. Olympic là cơ hội để tôi chứng minh bản thân và cống hiến hết mình." Những tháng ngày trước thềm Thế vận hội, cô tập luyện cường độ cao cùng các huấn luyện viên, không ngừng trau dồi kỹ thuật, kiểm soát tâm lý và sẵn sàng cho những thử thách khắc nghiệt nhất.Không chỉ tập trung vào thể lực và kỹ thuật, cô còn dành thời gian để rèn luyện tâm lý thi đấu. Olympic không chỉ là một giải đấu mà còn là một cuộc chiến về ý chí, nơi mà mỗi sai lầm nhỏ cũng có thể phải trả giá đắt. Vì vậy, cô không ngừng tập luyện để duy trì phong độ tốt nhất khi bước lên trường bắn tại Paris 2024.

Áp lực và kỳ vọng – Bản lĩnh của một chiến binh.

Việc trở thành một trong những niềm hy vọng của thể thao Việt Nam mang đến không ít áp lực cho Trịnh Thu Vinh. Tuy nhiên, cô không để điều đó ảnh hưởng đến phong độ thi đấu của mình.

"Tôi muốn thể hiện phiên bản tốt nhất của mình. Dù kết quả thế nào, tôi cũng sẽ không hối tiếc."

Thay vì bị áp lực đè nặng, cô coi đây là động lực để không ngừng tiến lên, hoàn thiện kỹ thuật và nâng cao bản lĩnh thi đấu.Áp lực đến từ chính sự kỳ vọng của bản thân, từ khán giả và từ những đối thủ đáng gờm trên đấu trường quốc tế. Nhưng chính trong những áp lực đó, bản lĩnh của một nhà vô địch mới được tôi luyện.

Những đánh đổi và sự hy sinh cho đam mê

Là một VĐV chuyên nghiệp, Trịnh Thu Vinh phải đánh đổi nhiều thứ, trong đó lớn nhất là thời gian bên gia đình. Khi bạn bè đồng trang lứa có những khoảng thời gian thư giãn bên người thân, cô dành trọn thời gian trên trường bắn, trong các chuyến du đấu và những buổi tập luyện căng thẳng.

"Nhìn thấy lá cờ Việt Nam tung bay trên đấu trường quốc tế là động lực lớn nhất của tôi."

Nhưng với cô, sự đánh đổi ấy là hoàn toàn xứng đáng. Bởi vì mỗi giọt mồ hôi rơi xuống đều mang theo hy vọng, khát khao và niềm tin vào tương lai.

Kỷ luật thép – Bí quyết thành công của một xạ thủ

Bắn súng không chỉ đòi hỏi kỹ thuật xuất sắc mà còn cần một tinh thần vững vàng và chế độ sinh hoạt khoa học. Để duy trì phong độ đỉnh cao, Trịnh Thu Vinh luôn tuân thủ kỷ luật nghiêm ngặt từ ăn uống, ngủ nghỉ đến tập luyện.

> TÔI MUỐN THỂ HIỆN PHIÊN BẢN TỐT NHẤT CỦA MÌNH. DÙ KẾT QUẢ THẾ NÀO, TÔI CŨNG SẼ KHÔNG HỐI TIẾC.

"Mỗi giấc ngủ, mỗi bữa ăn đều ảnh hưởng đến sự tập trung và thể lực của tôi. Vì vậy, tôi luôn duy trì kỷ luật nghiêm khắc trong sinh hoạt hàng ngày."

Cô luôn giữ cho mình một tinh thần lạc quan, đồng thời không ngừng rèn luyện cả thể chất lẫn tâm lý để sẵn sàng đối mặt với những thử thách lớn phía trước. Sự tiến bộ vượt bậc của Trịnh Thu Vinh không chỉ dừng lại ở trong nước. Cô từng giành Huy chương vàng tại Giải vô địch bắn súng Đông Nam Á và để lại dấu ấn tại các giải đấu quốc tế lớn như World Cup hay Asian Games. Những thành tích này không chỉ là kết quả của quá trình khổ luyện, mà còn là minh chứng cho tinh thần chiến đấu và bản lĩnh của một xạ thủ Việt Nam trên bản đồ thể thao thế giới.

Không chỉ là VĐV chuyên nghiệp, Trịnh Thu Vinh còn được nhiều bạn trẻ ngưỡng mộ bởi thái độ sống tích cực và tinh thần cầu tiến. Câu chuyện chuyển mình từ điền kinh sang bắn súng của cô đã trở thành động lực cho nhiều bạn trẻ đang đứng trước những ngã rẽ khó khăn trong cuộc sống. Cô thường chia sẻ:

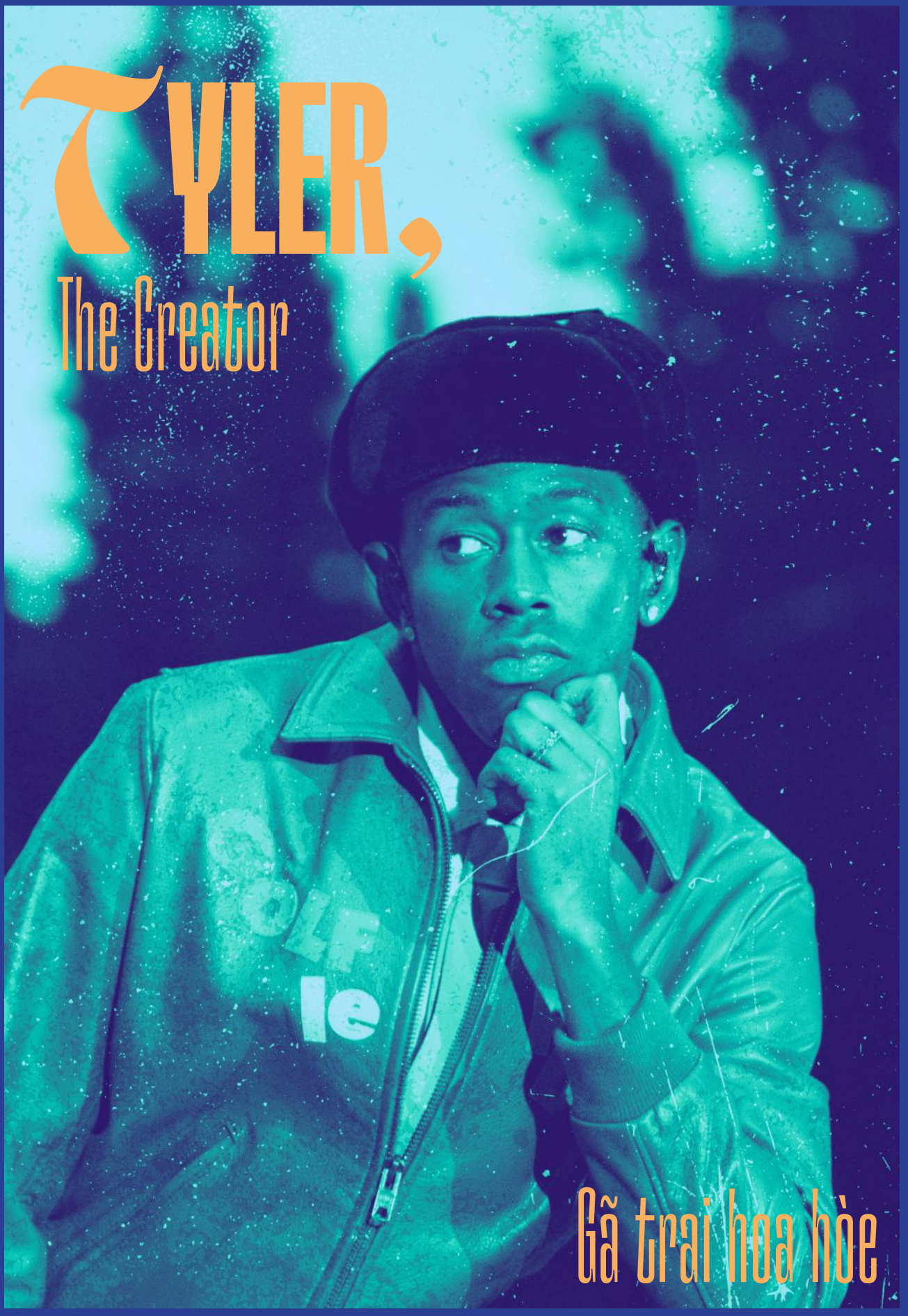
"Không bao giờ là quá muộn để bắt đầu lại, miễn là bạn có đam mê và dám theo đuổi đến cùng."

Sau kỳ Olympic Paris 2024, Trịnh Thu Vinh không chỉ mong muốn đạt thành tích cao mà còn ấp ủ ước mơ phát triển phong trào bắn súng tại Việt Nam. Cô bày tỏ mong muốn được góp phần đào tạo thế hệ xạ thủ trẻ, truyền lại những kinh nghiệm quý báu mình tích lũy suốt nhiều năm thi đấu. Với cô, thể thao không chỉ là thi đấu mà còn là sứ mệnh lan tỏa tinh thần nỗ lực và kiên cường.

Phía sau ánh hào quang

Ít ai biết rằng, có những giai đoạn Trịnh Thu Vinh từng phải tập luyện trong điều kiện thiếu thốn, đặc biệt là những ngày đầu khi mới chuyển sang bắn súng. Không phải lúc nào cũng có đầy đủ trang thiết bị hiện đại hay môi trường lý tưởng, nhưng cô chưa bao giờ để điều đó trở thành lý do để bỏ cuộc. "Tôi tin rằng sự nỗ lực có thể bù đắp cho mọi thiếu hụt." – Câu nói giản dị nhưng đầy quyết tâm ấy chính là kim chỉ nam giúp cô từng bước vươn lên. Trong mỗi bước tiến của Trịnh Thu Vinh, không thể không nhắc đến vai trò quan trọng của gia đình. Chính cha mẹ là người đã luôn ủng hộ cô dù từ điền kinh chuyển sang một bộ môn hoàn toàn xa lạ. Sự động viên, thấu hiểu và đồng hành của gia đình là liều thuốc tinh thần quý giá giúp cô vượt qua những giai đoạn chông chênh và áp lực lớn.

"Có lúc tưởng chừng muốn bỏ cuộc, nhưng chỉ cần nghĩ đến ánh mắt tin tưởng của mẹ, tôi lại đứng dậy và bước tiếp."


TYLER,
The Creator
Gã trai hoa hòe

CHÀNG TRAI "HOA HÒE" ĐA CẢM

Bài viết: Quốc An | Hình ảnh: Thuỳ Dương

Mọi thứ bắt đầu vào năm 2007, khi Tyler Okonma, cậu nhóc skater 16 tuổi bắt đầu dấn thân vào con đường rapper thành lập nên nhóm nhạc đường phố Odd Future Wolf Gang Kill Them All. Với mixtape đầu tay được ra mắt, Tyler cùng nhóm bắt đầu gây được sự chú ý và chiêu mộ thêm nhiều thành viên, đặt nền móng cho các tên lừng danh như Frank Ocean, Earl Sweatshirt,...



Tyler, The Creator

Lần lượt mixtape Bastard (2009) cùng hai album Goblin (2011) và Wolf (2013) được ra mắt với cùng một phong cách âm nhạc hardcore nhuốm màu bạo lực. Những góc tối của xã hội đường phố được Tyler khai thác một cách dữ tợn với lời lẽ tục tĩu cùng chất giọng như một tên khủng bố, khiến âm nhạc của anh còn bị cấm lưu diễn ở nhiều nước.

Khác biệt là vậy, thế nhưng ngoài đời, Tyler, The Creator vẫn được người hâm mộ bắt gặp với hình ảnh của một chàng trai hài hước và chiếm được thiện cảm của nhiều rapper đồng nghiệp, bao gồm việc kết thân với những A$AP Rocky, Frank Ocean và có mối quan hệ tốt với Kanye West và Pharrell Willams.

Những tưởng sự nghiệp của Tyler sẽ gắn liền với chất nhạc hardcore ấy thì anh lại chuyển mình với chất nhạc neo-soul bắt tai và mới lạ. Sau một Cherry Bomb mang nhiều tính thử nghiệm không được đánh giá cao, Tyler lần lượt xuất hiện với những phong cách âm nhạc mới lạ trong các Flower Boy (2017), IGOR (2019) và gần đây nhất là Call Me If You Get Lost (2021). Cả 3 mang đến những màu nhạc khác biệt nhưng đều được đánh giá rất cao trên các chuyên trang âm nhạc uy tín, đồng thời người hâm mộ cũng rất hài lòng khi thấy Tyler thay đổi liên tục nhưng vẫn giữ được chất riêng của mình.



Tyler, The Creator trên sân khấu

Ít ai nghĩ rằng, cậu nhân viên Starbuck lúc nào cũng xuất hiện trong trang phục skatewear với quần jean, áo thun graphic cùng chiếc mũ Supreme lại có bước chuyển mình ấn tượng và khác biệt trong âm nhạc những năm sau đó. Thừa thắng xông lên, Tyler, The Creator bất ngờ rẽ hướng đi, anh trở nên khác biệt và gai góc hơn so với phần còn lại của nhóm Odd Future.

Trong lúc nhận giải Grammy cho hạng mục Album nhạc Rap xuất sắc nhất năm 2020, Tyler đã chủ động "shout out" đến người anh cả Pharrell vì đã truyền cảm hứng cho anh trong sự nghiệp sáng tác âm nhạc.

PHARRELL WILLIAMS

TÂN GIÁM ĐỐC SÁNG TẠO LOUIS VUITTON

Bài viết: Quốc An | Hình ảnh: Thuỳ Dương

Đằng sau việc Louis Vuitton bất ngờ công bố Pharrell Williams kế thừa vị trí Giám đốc sáng tạo dòng thời trang nam giới của thương hiệu.

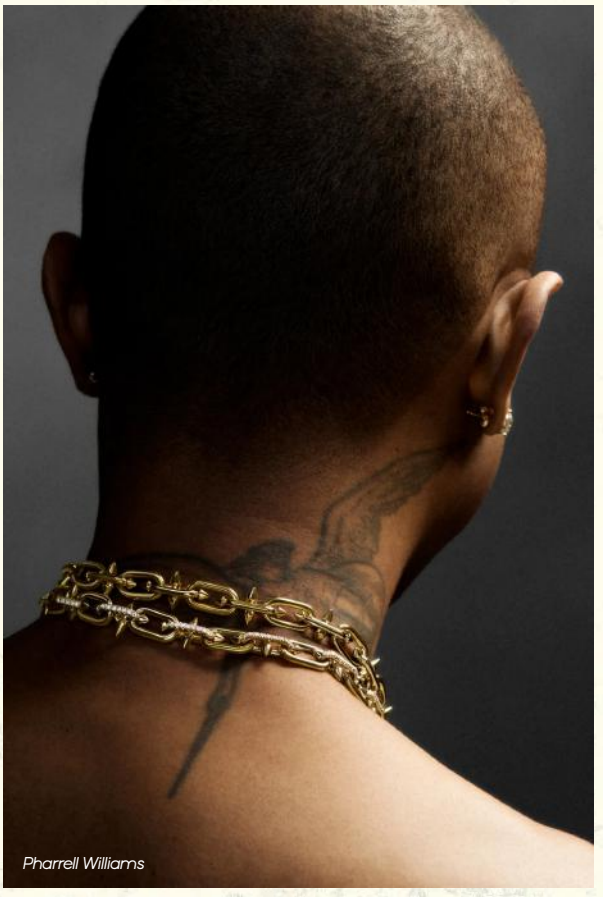
Chúng ta đã chờ đợi quá lâu. Hơn một năm, tức 3 mùa mốt từ khi Virgil Abloh qua đời vào ngày 28/11/2021. Không một nhà thiết kế nào thay thế ông tại Louis Vuitton, chưa nói đến mức độ sáng tạo, mà là tiếng vang. Sự hợp tác cùng Colm Dillane cho BST Nam Thu Đông 2023 đã chứng minh một cái tên nổi bật có thể tạo nên sự khác biệtKhông rõ ai có thể kế vị Virgil - Một con người như vậy không thể tự dưng xuất hiện khơi khơi, một người có thể mở ra một kỷ nguyên mới. Danh tính của người kế thừa là chủ đề gây nhiều đồn đoán nhất trong 10 năm qua của thời trang. Phải chăng là Kanye West? Jonathan Anderson? Martine Rose?

Khá bất ngờ khi Arnault và Beccari đã xác định Pharrell Williams là người phù hợp để nắm quyền điều hành một thương hiệu đã vắng mặt giám đốc sáng tạo. Chắc chắn ai trong số chúng ta đều đã nghe qua cái tên của Williams, danh tiếng của anh ấy đã rất nổi trong giới thời trang. Đến mức chỉ vài phút sau khi có thông báo chính thức về cuộc hẹn với anh ấy, xuất hiện sau hàng giờ tin đồn do WSJ bắt đầu, những kẻ phản đối sự lựa chọn vị trí giám đốc sáng tạo của thương hiệu đã không còn quá gay gắt.

Ngày nay, một Giám đốc sáng tạo của một hãng thời trang không nhất thiết phải biết may vá hoặc có nền tảng học vấn từ các ngôi trường đào tạo thiết kế thời trang danh tiếng. Ta có thể nêu ra rất nhiều ví dụ nổi tiếng nằm trong trường hợp này, nhưng điều mà một Giám đốc sáng tạo chắc chắn phải có là tầm nhìn cá nhân, một định hướng nghệ thuật để dẫn dắt thương hiệu mà họ đang cần phải nắm quyền vị trí ấy. Pharrell, một nhà sản xuất nổi tiếng thế giới đồng thời là một chuyên gia chăm sóc da nổi tiếng, chắc chắn đại diện sẽ có mặt trong những nhân vật đón đầu xu hướng của một thế hệ, một trong những cái tên đó còn có Abloh, người có tầm ảnh hưởng và tác động mạnh mẽ trong ngành thời trang.

Không phải ngẫu nhiên mà nhiều năm trước, vào năm 2004 và 2008, Louis Vuitton đã chọn anh ấy cho hai lần hợp tác và đến cả Chanel cũng vậy. Pharrell thực sự là một chuyên gia nắm bắt được thị hiếu đại chúng, nhưng anh ấy có khả năng đảm nhiệm vị trí Giám đốc sáng tạo được không?

"Tầm nhìn sáng tạo vượt ra ngoài thời trang của anh ấy chắc chắn sẽ đưa Louis đến một chương mới và rất thú vị"



Pharrell Williams

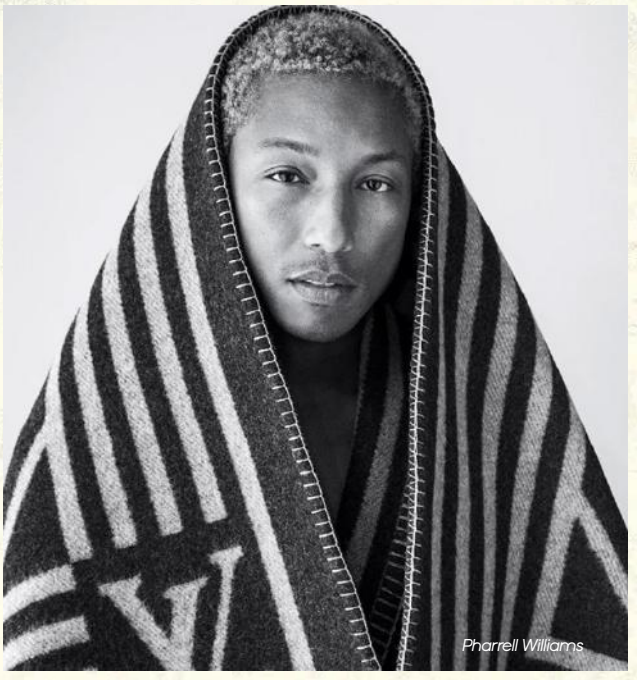
– Giám đốc điều hành kiêm Chủ tịch Pietro Beccari của thương hiệu cho biết, khi bình luận về cuộc hẹn và gợi ý rằng sự xuất hiện của anh ấy sẽ bắt đầu một hành trình nghệ thuật mới cho thương hiệu như thế nào. Về phần mình, Louis Vuitton chưa bao giờ có quá khứ gắn bó sâu sắc với thời trang, đến mức, như Andrea Batilla đã chỉ ra trên Instagram, sự vươn lên đỉnh Olympus trong ngành thời trang xa xỉ của anh chủ yếu bắt nguồn từ sự hợp tác với Marc Jacobs trong một bộ sưu tập kính mắt do chính Abloh thực hiện, tại một trong những bộ sưu tập đầu tiên của anh ấy cho Vuitton.





Pharrell Williams

Chính ý tưởng giữa người sáng lập Off-White™ và Billionaire Boys Club dường như đã khiến Beccari và Arnault quyết định lựa chọn Williams. Một lựa chọn mà ngày nay, trong khi không ít người vẫn còn tiếc nuối khi họ không chọn Martine Rose và Wales Bonner, mặc dù hai người ấy có vẻ như là lựa chọn rõ ràng và dễ dàng nhất, nhưng cũng là lựa chọn đúng đắn xét trên góc độ tiếp tục biến Louis Vuitton thành một thương hiệu đa ngành – một tập hợp các ý tưởng và đề xuất vượt ra ngoài thời trang, tiếp tục với con đường mà Virgil Abloh đã bắt đầu sau khi được bổ nhiệm.



Pharrell Williams

"Điều tôi sẽ ấn tượng hơn là ứng cử viên tiếp theo cho hãng thời trang xa xỉ được chiêu mộ với tư cách là nhà thiết kế chính tiếp theo có tài năng trong đa ngành và xuất thân từ nghệ thuật, bạn biết đấy, không phải cứ gia nhập thời trang và suy nghĩ theo một chiều hướng khác mà anh ấy có được sự công nhận" – Abloh đã tuyên bố vào năm 2021 trong một cuộc phỏng vấn với chính Pharrell, vô tình mở ra cánh cửa cho việc "truyền ngôi" cho người kế nhiệm Williams.

Louis Vuitton đã đi ngược lại với các thương hiệu khác, trong bối cảnh một thương hiệu thời trang không muốn trở thành một trong số những thương hiệu khác, nhưng họ mong muốn có được một người lãnh đạo có tầm nhìn sẽ dẫn dắt con tàu Louis Vuitton đi đến thời kỳ thành công nhất.



BINZ

Bài viết: **Quốc An** | Hình ảnh: **Thuỳ Dương**

Từ 021, Gene, Krazy, cho đến BIGCITYBOI, những bản hit khuấy đảo làng nhạc Việt đã khiến Binz, Rapper, trở thành cái được nhiều người nhắc đến trong thời gian vừa qua.

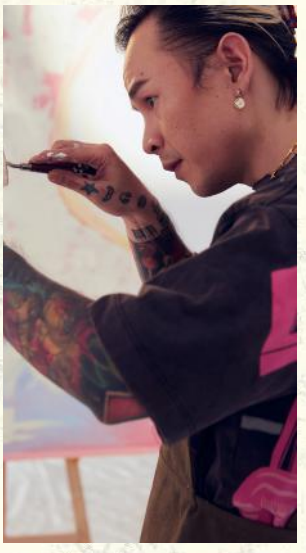
Tôi không hẹn gặp riêng Binz để thực hiện bài phỏng vấn này. Lịch trình của anh trong thời điểm này rất dày đặc. Vì thế, tôi kết hợp buổi phỏng vấn với chụp bìa làm một. Đây là lần đầu tiên tôi có cơ hội phỏng vấn một rapper, và nhân vật lại là Binz, một nghệ sỹ đang được truyền thông săn đón nhất hiện nay. Nam ca sỹ có mặt tại buổi chụp rất đúng giờ. Khi xuất hiện tại studio, vẻ ngoài của anh khá chỉn chu. Buổi chụp diễn ra nhanh gọn, ngay sau đó, tôi và Binz bắt đầu buổi ghi hình phỏng vấn cho ấn bản đầu tiên của Men's Folio tại Việt Nam.

Chủ đề đầu tiên mà tôi đặt cho Binz là về sự may mắn. Rất nhiều nghệ sỹ dù hoạt động lâu năm nhưng vẫn chưa toả sáng như anh. Tôi cho rằng, Binz có thể là kẻ ăn may. Anh không phủ nhận, nhưng cũng không hoàn toàn đồng tình. Đối với Binz, may mắn có thể là yếu tố thứ yếu, nhưng không phải là điều chủ chốt. Nam ca sỹ cho rằng đây là thành quả của anh sau hơn 10 năm cố gắng theo đuổi nghệ thuật. Binz cho biết, anh từng có thời gian chấp nhận từ bỏ những mối quan hệ xung quanh chỉ để sống với âm nhạc. Ở thời điểm đó, nơi khiến anh cảm thấy an toàn chính là căn phòng quen thuộc. Tôi liền hỏi: "Vậy anh không tin người khác mà lại tách biệt và xem căn phòng là nơi an toàn?" – Binz trả lời: "Không phải là tôi không tin, chỉ là tôi chưa đủ mở lòng! Thời điểm đó, cuộc sống của tôi chỉ quay quanh âm nhạc".

Giữa buổi phỏng vấn, chúng tôi có một khoảng nghỉ. Tôi tranh thủ bật lên những bản nhạc sôi động của Binz như "BigCityBoi", "Gene", rồi chuyển sang các bài có giai điệu nhẹ nhàng hơn như "Sao Cũng Được". Càng nghe, tôi càng nhận ra rằng âm nhạc của Binz như có loại bí thuật vô hình cuốn hút người nghe. Tôi liền hỏi vui nam ca sỹ: "Nếu không hát rap, anh sẽ hát thể loại khác chứ?". Binz ngập ngừng một lúc, và nói với tôi rằng: "Nếu không là rap, tôi sẽ không chọn âm nhạc! Thay vào đó tôi sẽ đi theo con đường hội họa, trở thành một họa sỹ chẳng hạn."

> "BA TÍNH TỪ MÔ TẢ ÂM NHẠC CỦA BINZ: BAY BỔNG, NGHỊCH NGỢM, ĐƠN GIẢN."

Binz cho biết, ở những lĩnh vực nghệ thuật, nam ca sỹ đều có thần tượng. Trong hội họa, anh thần tượng Leonardo da Vinci, Picasso, Van Gogh. Còn trong âm nhạc, anh thần tượng Jay Z & Puff Diddy (Sean Combs). Anh thần tượng họ không chỉ bởi những sản phẩm âm nhạc, mà còn là lẽ sống, là những đóng góp của họ để thay đổi âm nhạc toàn cầu.



Ca sĩ Binz


NIKE AIR
NIKE AIR

THÁNG NÀY NGHE GÌ ?

Âm nhạc không chỉ là một công cụ giải trí mà còn là tấm gương phản chiếu cảm xúc của chúng ta. Có những bài hát khiến ta muốn bùng nổ, có bài lại đưa ta vào những khoảng lặng suy tư. Playlist tháng này sẽ đưa bạn đi qua những trạng thái đó, với 4 ca khúc mang màu sắc riêng biệt, nhưng đều để lại ấn tượng mạnh mẽ.

Hình ảnh: Thuỳ Dương | Bài viết: Quốc An



Ảnh bìa album "Đánh đổi" của Obito

Có một sự thật mà ai cũng phải đối mặt: để đạt được một điều gì đó, chúng ta đều phải đánh đổi một thứ khác. Đó chính là thông điệp mà Obito và MCK mang đến trong ca khúc này. Không còn là những bản rap khoe khoang hay những lời tán tỉnh, "Đánh Đổi" là một câu chuyện đầy cảm xúc về hành trình theo đuổi đam mê và những mất mát đi kèm.

Phần beat có màu sắc lo-fi nhẹ nhàng nhưng lại có một chút gì đó u tối, như thể đang vẽ ra một không gian cô độc mà hai rapper đang bước đi trên đó. Giai điệu này không quá sôi động, nhưng đủ để khiến người nghe cuốn vào mạch cảm xúc mà bài hát mang lại.

Lời bài hát là những câu chuyện chân thật về áp lực của sự nổi tiếng, những mối quan hệ rạn nứt, và những câu hỏi không có lời đáp về sự đánh đổi trong cuộc sống. Obito với chất giọng trầm ấm, có phần tâm trạng, khiến từng câu chữ đều mang theo sự chân thành và sâu sắc. MCK lại mang đến một sự đối lập hoàn hảo với phần flow linh hoạt, cách chơi chữ thông minh nhưng vẫn giữ được sự đồng cảm trong từng câu rap.

Nếu bạn đang đứng trước những lựa chọn quan trọng trong cuộc sống, bài hát này sẽ là người bạn đồng hành giúp bạn hiểu rằng, dù bạn có quyết định thế nào, luôn có điều gì đó cần phải đánh đổi.

> "TAO ĐÁNH ĐỔI MÀN ĐÊM YÊN GIẤC VIẾT NHỮNG BÀI NHẠC HAY NHẤT CUỘC ĐỜI"

Câu rap này thể hiện sự hy sinh của Obito, khi anh sẵn sàng từ bỏ giấc ngủ để sáng tác những ca khúc tâm huyết nhất.

"SAIGONTEY" – Thể Thiên ft. tlinh

Nếu bạn từng có những đêm lang thang ở Sài Gòn, cảm nhận hơi thở của thành phố về đêm, thì "SAIGONTEY" chính là bản nhạc lý tưởng để đồng hành cùng bạn. Đây không phải là một ca khúc mang năng lượng bùng nổ, mà giống như một chuyến phiêu lưu bằng âm nhạc, dẫn dắt bạn qua những góc khuất yên bình giữa lòng đô thị nhộn nhịp.

Không gian âm nhạc: Một Sài Gòn dịu dàng trong từng nốt nhạc. Ngay từ những giai điệu đầu tiên, "SAIGONTEY" đã vẽ nên một bức tranh đầy chất thơ về Sài Gòn khi màn đêm buông xuống. Không còn những âm thanh ồn ào của xe cộ, không còn sự hối hả của ban ngày, chỉ còn lại một thành phố dịu dàng và chậm rãi—nơi con người có thể dừng lại để lắng nghe chính mình.

Phần beat của ca khúc là một sự pha trộn tinh tế giữa lo-fi và R&B, mang đến cảm giác thư giãn, bay bổng nhưng cũng đầy tâm trạng. Những âm thanh nhẹ nhàng, mềm mại, kết hợp cùng tiếng bass trầm ấm, tạo ra một không gian âm nhạc mơ màng như ánh đèn vàng hắt lên những con đường vắng. Cảm giác mà bài hát đem lại không chỉ là sự bình yên, mà còn có chút hoài niệm, chút cô đơn len lỏi trong từng giai điệu.

Thể Thiên & tlinh – Sự kết hợp giữa nhẹ nhàng và cá tính. Thể Thiên mang đến một chất giọng mềm mại, bay bổng, như đang thì thầm kể lại những câu chuyện của thành phố. Giọng hát của anh có sự tự sự, khiến mỗi câu hát vang lên như những dòng suy nghĩ đang trôi chậm rãi trong đêm. Cách anh xử lý giai điệu tinh tế và truyền cảm giúp bài hát dễ dàng chạm đến những tâm hồn đang tìm kiếm một khoảnh khắc bình yên giữa đời sống xô bồ.

Trong khi đó, tlinh lại mang đến một sắc thái hoàn toàn khác. Nếu phần của Thể Thiên là những nốt lặng, thì đoạn rap của tlinh lại là một cú chạm đầy cá tính. Cô mang đến một flow uyển chuyển, cách chơi chữ thông minh, kết hợp giữa sự nổi loạn và sự trầm tư, như chính hình ảnh của những tâm hồn trẻ tuổi giữa đô thị hoa lệ này. Cô không cố gắng "bùng nổ", mà thay vào đó, chọn cách truyền tải cảm xúc một cách tinh tế—vừa đủ để khiến người nghe rung động, nhưng cũng đủ mạnh mẽ để tạo dấu ấn riêng.



Ảnh bìa của bài hát "SAIGONTEY" của Thể Thiên

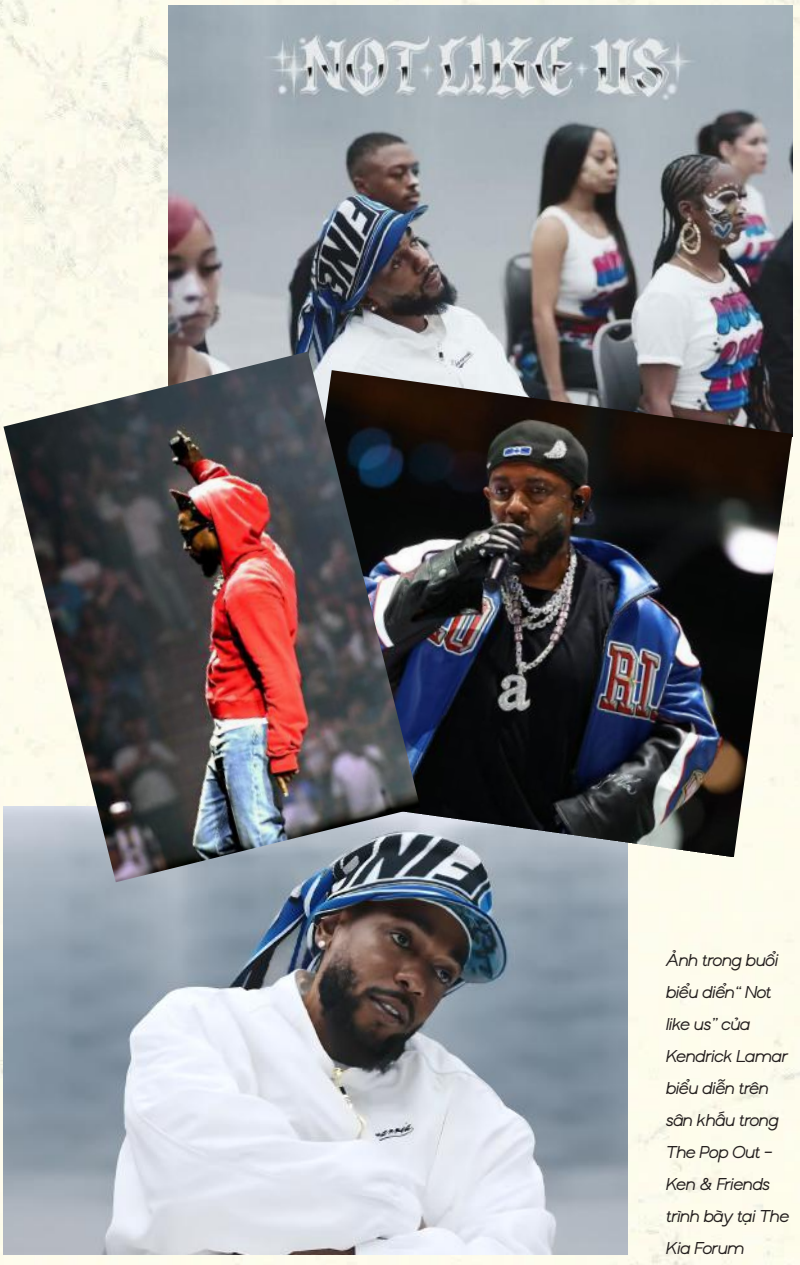
Một bản nhạc dành cho những tâm hồn lạc lõng giữa thành phố. "SAIGONTEY" không chỉ là một bài hát, mà còn là một tấm gương phản chiếu cảm xúc của những con người đang sống giữa lòng thành phố. Đó có thể là một người trẻ vừa kết thúc một ngày dài và đang lang thang qua những con phố vắng, đó có thể là một ai đó đang ngồi trên ban công nhìn xuống dòng người tấp nập, hay đơn giản là một tâm hồn đang tìm kiếm một chút bình yên trong những giai điệu du dương.

Bật bài hát này lên, nhắm mắt lại, và để âm nhạc dẫn lối. Bạn sẽ thấy một Sài Gòn rất khác—không phải là những con đường kẹt xe giờ tan tầm, những tiếng còi xe inh ỏi, mà là một Sài Gòn của những khoảnh khắc lặng yên, của những tâm hồn đồng điệu, nơi mỗi người đều có thể tìm thấy một phần của chính mình trong đó.



Ảnh trong M/V "SAIGONTEY" của Thể Thiên

“Not Like Us” – Kendrick Lamar



Ảnh bìa album “ Not like us” của Kendrick Lamar

Ảnh trong buổi biểu diễn“ Not like us” của Kendrick Lamar biểu diễn trên sân khấu trong The Pop Out – Ken & Friends trình bày tại The Kia Forum

Nếu hip-hop là một trận chiến, thì Kendrick Lamar chính là chiến binh bậc thầy, và "Not Like Us" chính là vũ khí sắc bén nhất của anh trong thời điểm này. Đây không chỉ là một bản rap thông thường, mà còn là một tuyên ngôn mạnh mẽ trong trận chiến lịch sử giữa Kendrick và Drake – một cuộc đối đầu đang khuấy động cả nền hip-hop toàn cầu.

"Not Like Us" không chỉ đơn thuần là một bài diss-track, mà còn là một bản anthem của West Coast, một lời khẳng định rằng Kendrick và bờ Tây vẫn đang thống trị trò chơi này. Từng câu chữ, từng nhịp beat đều mang theo năng lượng thô ráp, mạnh mẽ, như một đòn đánh trực diện vào đối thủ. Bài hát không chỉ nói lên sự khác biệt giữa Kendrick và Drake, mà còn đại diện cho một thế hệ nghệ sĩ chân chính trong hip-hop.

Beat & Flow: Sự kết hợp bùng nổ của West Coast và hiện đại. Phần beat do DJ Mustard sản xuất mang đậm dấu ấn West Coast, với tiếng bass dày, giai điệu bouncy, và một nhịp điệu bắt tai. Đây là sự kết hợp hoàn hảo giữa sự hoài cổ và hiện đại—giống như một cây cầu nối giữa thế hệ hip-hop thập niên 90 và phong cách rap hiện đại. Cảm giác khi nghe "Not Like Us" giống như khi bạn bước vào một bữa tiệc tại Compton: hừng hực khí thế, đầy năng lượng, nhưng cũng ngập tràn sự khiêu khích ngầm.

Không chỉ có beat chất lượng, Kendrick còn biến bài hát này thành một sân chơi thể hiện kỹ năng rap đỉnh cao. Anh liên tục thay đổi flow, nhấn nhá vào từng câu rap một cách đầy chiến thuật, khiến người nghe không thể đoán trước được bước đi tiếp theo. Sự linh hoạt trong flow giúp bài hát không bị đơn điệu mà ngược lại, càng về sau càng cuốn hút hơn.

Lời bài hát: Những cú đấm trực diện vào đối thủ. "Not Like Us" không chỉ đơn giản là một bản diss, mà là một bản tuyên ngôn quyền lực của Kendrick Lamar trong làng rap. Từng câu chữ trong bài hát đều chứa đầy ẩn ý sâu cay, từ cách chơi chữ cho đến những hình ảnh ẩn dụ mạnh mẽ.

Kendrick không ngần ngại nhắm thẳng vào Drake bằng những punchline sắc bén, vạch trần những vấn đề của đối thủ một cách không khoan nhượng. Những câu rap như: "They not like us" lặp đi lặp lại như một câu thần chú, khẳng định sự khác biệt giữa anh và đối thủ, không chỉ về tài năng mà còn về tư cách trong hip-hop.

Không chỉ công kích cá nhân, Kendrick còn tận dụng bài hát để khẳng định vị thế của mình trên bản đồ rap game. Đây không chỉ là một cuộc chiến giữa hai rapper, mà còn là một lời nhắc nhở với cả nền hip-hop rằng Kendrick vẫn đang ở đỉnh cao, và không ai có thể thách thức ngôi vương của anh.

Tại sao "Not Like Us" lại đặc biệt? Có rất nhiều bài diss-track đã được ra đời trong lịch sử hip-hop, nhưng hiếm có bài nào vừa mang tính chiến đấu mạnh mẽ, vừa gây nghiện như "Not Like Us". Đây không phải là một bài hát chỉ dành riêng cho fan của Kendrick hay những ai đang theo dõi beef, mà còn là một bản anthem truyền năng lượng, một bài rap có thể bật lên mọi lúc để cảm nhận sự tự tin và khí chất ngút trời. "Not Like Us" là lời nhắc nhở rằng, trong hip-hop, không phải ai cũng giống nhau. Có những kẻ chỉ đứng ngoài quan sát, và có những chiến binh thực thụ như Kendrick Lamar, sẵn sàng bước vào trận chiến và để lại dấu ấn không thể phai mờ.

Nếu bạn cần một bài nhạc để kích thích tinh thần, nâng cao sự tự tin, hoặc chỉ đơn giản muốn cảm thấy mình "không giống bọn họ", hãy để Kendrick Lamar dẫn lối.

"*Feel So Cold*" – Carpetman

Vì sao phải nghe? Có những ngày chúng ta cảm thấy cô đơn, trống rỗng, như thể cả thế giới đang trôi đi mà mình vẫn đứng yên tại chỗ. "Feel So Cold" chính là bản nhạc dành cho những khoảnh khắc như vậy. Nhưng đây không phải là một bài hát để bạn đắm chìm trong nỗi buồn một cách bi lụy, mà là một bài hát để hiểu, chấp nhận và đối diện với những cảm xúc của chính mình.

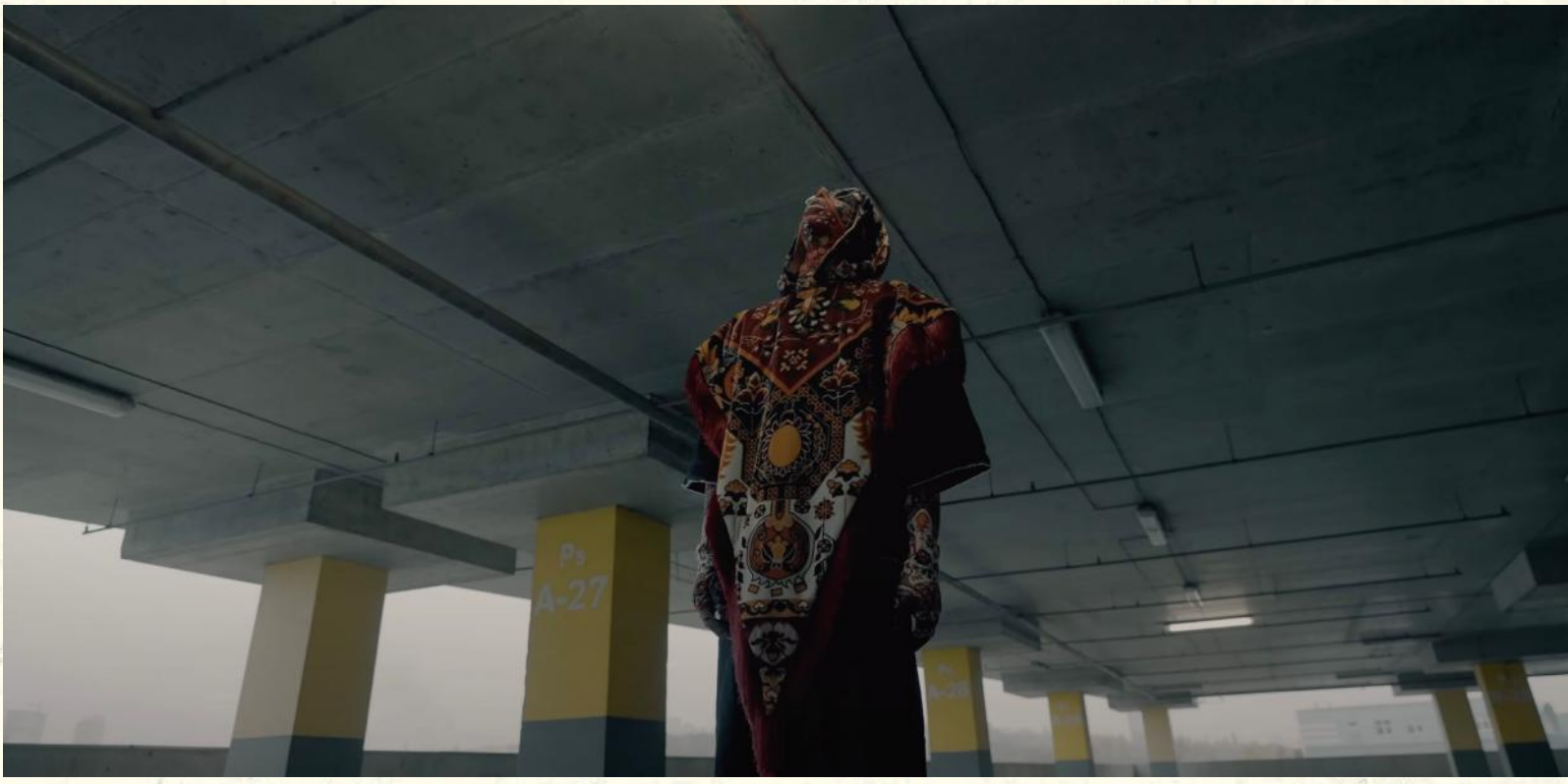
Bằng cách nào đó, "Feel So Cold" không khiến người ta buồn hơn mà lại tạo ra một sự đồng cảm sâu sắc. Như một người bạn lặng lẽ ngồi cạnh bạn vào những ngày chênh vênh, bài hát giúp ta tìm thấy sự an ủi trong chính những điều trống rỗng.

Không gian âm nhạc: Lạnh lẽo nhưng đầy chiều sâu. Ngay từ những nốt nhạc đầu tiên, bài hát đã vẽ nên một khung cảnh đầy sự cô độc—một căn phòng nhỏ với ánh đèn vàng leo lắt, một đêm mưa với những giọt nước tí tách trên cửa kính, hay một con đường vắng lặng khi thành phố đã ngủ say.

Phần giai điệu chậm rãi, tối giản nhưng đầy tinh tế tạo ra một cảm giác tĩnh lặng nhưng cũng đầy ám ảnh. Những âm thanh synth nhẹ nhàng kết hợp với tiếng bass trầm lắng giúp tạo ra một không gian âm nhạc mơ hồ, như thể mọi thứ đang trôi chậm lại. Điều đặc biệt ở "Feel So Cold" là dù mang đến sự lạnh lẽo trong cách phối nhạc, bài hát vẫn giữ được một chút ấm áp—giống như cảm giác khi ta quấn mình trong một chiếc chăn vào một ngày trời đông.

Carpetman – Giọng hát của sự lạc lối. Carpetman không hát một cách mạnh mẽ hay cố gắng truyền tải quá nhiều kỹ thuật. Anh hát như đang thì thầm, như thể mỗi câu hát là một dòng suy nghĩ đang trôi dạt trong đầu. Chất giọng có phần lả lướt, mơ hồ nhưng đầy cảm xúc, khiến người nghe cảm thấy như đang lạc giữa một không gian vô định.

Phần lời bài hát không quá nhiều chữ, nhưng mỗi câu đều mang đến cảm giác day dứt, trống rỗng nhưng rất thật. Đây không



Ảnh trong M/V " Feel so cold" của Carpetman

phải là một bài hát kể chuyện, mà là một bài hát mở—một khoảng không gian để mỗi người tự lấp đầy bằng những cảm xúc và ký ức riêng của mình. "I feel so cold, I feel so numb..." Chỉ một câu hát đơn giản cũng đủ để khắc sâu vào tâm trí người nghe, như một lời thì thầm từ một tâm hồn đang dần xa cách thế giới xung quanh.

Một bản nhạc cho những đêm dài suy tư "Feel So Cold" là bài hát dành cho những ngày bạn cảm thấy muốn dừng lại giữa dòng đời hối hả, khi tâm trí bạn đang trôi lơ lửng giữa những suy nghĩ và cảm xúc rối bời. Đây không phải một bài hát để bật lên trong những khoảnh khắc vui vẻ, mà là một góc nhỏ để bạn trú ẩn khi cần một chút không gian riêng.

Nếu bạn đang tìm một bài hát để lặng lẽ đồng hành cùng mình qua những khoảnh khắc cô đơn, "Feel So Cold" chính là lựa chọn hoàn hảo. Hãy để giai điệu trầm lắng này dẫn bạn vào một thế giới nội tâm, nơi bạn có thể thả lỏng và chấp nhận những cảm xúc chân thật nhất của mình.

MUSIC LEADERBOARD

TOP 10 MV ĐANG HOT TRÊN THẾ GIỚI

1

Luther
Kendrick Lamar & SZA



2

Nokia
Drake



3

Die With A Smile
Lady Gaga & Bruno Mars



4

All The Way
BigXthaPlug Featuring Bailey Zimmerman



5

Pink Pony Club
Chappell Roan



6

A Bar Song (Tipsy)
Shaboozey



7

Ordinary
Alex Warren



8

Lose Control
Teddy Swims



9

I'm The Problem
Morgan Wallen



10

Beautiful Things
Benson Boone




YEEZY


YEEZY



STREET IN THE SONG

ĐỜI SỐNG VĂN HOÁ

NGHỆ THUẬT ĐƯỜNG PHỐ

mẫu ảnh: **Elio D.rien** Mẫu ảnh: **Olivea Cavendish** Hình ảnh: **Coch.com.vn** Bài viết: **maisononline.vn**

Street art và thời trang đường phố cùng mang tinh thần tự do và nổi loạn. Graffiti táo bạo, sắc màu loang lổ hay ký hiệu đường phố trở thành nguồn cảm hứng, biến mỗi outfit thành tác phẩm nghệ thuật sống động.

Từ những con hẻm chật hẹp ở Brooklyn đến bức tường loang lổ rêu phong giữa lòng Sài Gòn, street art không chỉ là những bức vẽ phủ màu lên bức tường vô tri. Đó là bản tuyên ngôn văn hóa đầy táo bạo, là tiếng nói của cá tính, là tấm gương phản chiếu xã hội. Mỗi nét vẽ mang theo nhịp sống đô thị hối hả, những ẩn ức thời đại, và cả những giấc mơ riêng tư được gửi gắm bằng màu sắc và hình khối. Street art là nghệ thuật đường phố – nhưng đồng thời cũng là nghệ thuật của tâm hồn thành thị, sống động, phóng khoáng và không bao giờ chịu bị đóng khung.



Ảnh trong bộ sưu tập " Nắng hè " của nhã

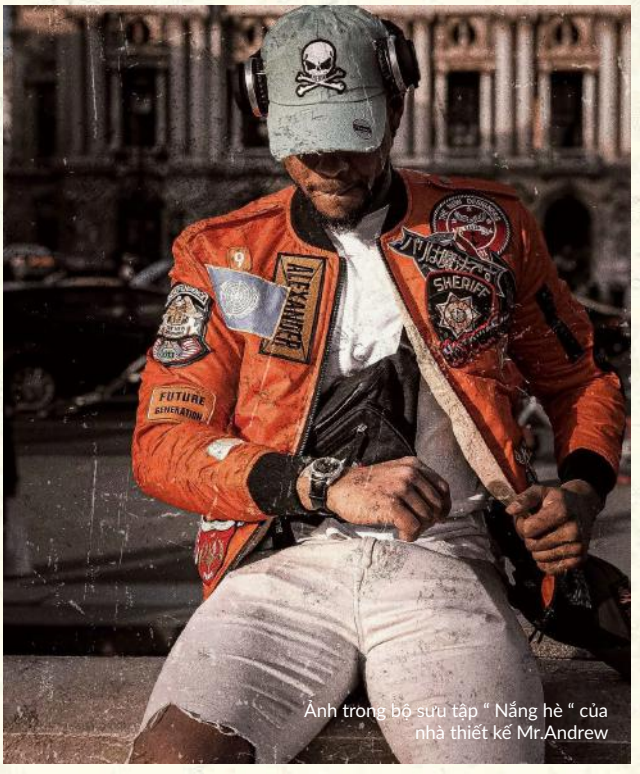
Ở Việt Nam, nghệ thuật đường phố đã chuyển mình từ graffiti "bị ghét bỏ" sang thành hình thức nghệ thuật được công nhận. Bài viết sẽ phân tích sự tiến hóa này, nhấn mạnh cách mà nghệ sĩ trẻ dùng tường phố như "canvas sống" để kể chuyện. Bắt nguồn từ New York thập niên 70, graffiti từng bị xem là hành vi phá hoại nhưng nhanh chóng trở thành biểu tượng văn hóa toàn cầu. Ở Việt Nam, nghệ thuật đường phố đã có hành trình chuyển mình đầy thú vị. Những bức tường cũ kỹ nay trở

> WHO YOU ARE - WITHOUT SPEAKING STYLE IS A WAY TO SAY

thành "gallery ngoài trời", mang đến góc nhìn mới cho thành phố. Từ những bức tranh tường tái hiện nét đẹp phố cổ trên phố Phùng Hưng (Hà Nội) đến loạt graffiti sặc sỡ ở Bùi Viện (Sài Gòn), street art đã tạo nên những không gian sáng tạo mở, nơi nghệ thuật và đời sống hòa quyện.



Ảnh trong bộ sưu tập " Nắng hè " của nhà thiết kế Mr.Andrew



Ảnh trong bộ sưu tập " Nắng hè " của nhà thiết kế Mr.Andrew

2. Sticker Bombing & Tagging – Chữ Ký Của Đường Phố:

Nếu graffiti là "bản nhạc nền" của đường phố, thì sticker bombing và tagging chính là những lời thì thầm táo bạo len lỏi qua từng góc phố. Giữa nhịp sống hối hả, những nhãn dán loang lổ hay dòng chữ nguệch ngoạc trên cột đèn không chỉ là vết mực vô nghĩa, "chữ ký" cá nhân của nghệ sĩ đường phố một dấu ấn nhỏ nhưng đầy sức nặng. Sticker bombing – nghệ thuật "oanh tạc" không gian công cộng bằng nhãn dán – là hình thức street art dễ tiếp cận nhất. Những sticker nhỏ gọn nhưng đậm cá tính có thể xuất hiện ở bất kỳ đâu: cột điện, biển báo, tường cũ hay ghế đá công viên. Lối tiếp cận "đánh nhanh, dán gọn" khiến sticker bombing trở thành công cụ hoàn hảo để lan tỏa thông điệp một cách tinh tế mà không cần thu hút sự chú ý ngay lập tức. Song song đó, tagging những dòng chữ ký nghệ danh nguệch ngoạc bằng sơn xịt lại mang sức nặng của một lời tuyên bố mạnh mẽ và đầy cá tính: "Tôi đã ở đây." , mỗi dòng tag là dấu mốc cá nhân, khẳng định sự hiện diện và dấu ấn của nghệ sĩ giữa lòng đô thị rộng lớn, tạo nên ấn tượng mạnh mẽ của cá tính nổi loạn, phản chiếu tinh thần tự do, phá vỡ khuôn mẫu và thách thức những giới hạn quen thuộc. Dù mang hình thức tinh tế hay nổi loạn, sticker bombing và tagging đều góp phần tạo nên câu chuyện ngầm của thành phố, nơi từng bức tường, cột đèn hay góc phố đều có thể trở thành "toan vẽ" lưu giữ dấu ấn cá nhân, phản chiếu tinh thần tự do, cá tính và sự sáng tạo không giới hạn của nghệ sĩ giữa nhịp sống nơi đô thị hối hả, biến không gian công cộng thành sân chơi nghệ thuật độc đáo và đầy màu sắc.

3. Skateboarding Lướt Tự Do Giữa Nhịp Phố:

Skateboarding không chỉ là môn thể thao mà còn là biểu tượng của tự do và văn hóa đường phố. Tiếng bánh xe lướt nhanh, cú điêu luyện hay pha trượt dài táo bạo đều tôn vinh sáng tạo và phá vỡ giới hạn.



> STREETWEAR BẮT NGUỒN TỪ ĐƯỜNG PHỐ, NƠI PHONG CÁCH KHÔNG TUÂN THEO QUY TẮC NÀO NGOÀI CHÍNH BẢN

Wallk of Style – Khi Tường Phố Lên Đồ

Mural art không chỉ khoác màu sắc mới cho những bức tường trơ trọi mà còn truyền cảm hứng mạnh mẽ đột phá và tăng thêm chất cho streetwear. Những mảng màu táo bạo, hình khối phá cách và thông điệp nổi loạn từ tranh tường đã trở thành nguồn tư liệu phong phú cho giới thời trang đường phố.

Từ họa tiết loang lổ đến những đường nét phá cách, mural art len lỏi vào từng thiết kế, biến outfit thành "bản tuyên ngôn" cá tính giữa lòng phố thị. Nhiều thương hiệu còn hợp tác với nghệ sĩ tranh tường để tạo nên những bộ sưu tập độc đáo, đưa tinh thần tự do và phóng khoáng từ tường gạch lên từng lớp vải. Đây không chỉ là sự giao thoa giữa nghệ thuật và thời trang mà còn là cách streetwear giữ trọn nhịp đập đường phố trong từng thiết kế.

Sự kết nối giữa mural art và streetwear không chỉ dừng lại ở mặt thẩm mỹ mà còn là sự đồng điệu trong tinh thần phản kháng và khát khao thể hiện bản sắc cá nhân. Cũng giống như những bức tường trở thành "toan vẽ" cho nghệ sĩ tự do sáng tạo, từng món đồ streetwear lại là "khung vải di động" để người mặc kể câu chuyện riêng của mình.

Sự giao thoa này còn mở ra sân chơi mới cho nghệ sĩ và nhà thiết kế — nơi những ý tưởng táo bạo không bị bó buộc bởi giới hạn truyền thống. Nhờ đó, streetwear không chỉ là thời trang mà còn là "lời tuyên ngôn" mang đậm nhịp đập của đường phố, kết nối nghệ thuật, phong cách sống và cá tính trong từng chi tiết.

Sự giao thoa này mở ra sân chơi mới cho nghệ sĩ và nhà thiết kế, nơi ý tưởng táo bạo vượt qua giới hạn truyền thống. Streetwear vì thế không chỉ là thời trang mà còn là "lời tuyên ngôn" mang nhịp đập đường phố, kết nối nghệ thuật, phong cách sống và cá tính.

4. MẶC LÊN CHẤT, BẬT LÊN STREET

Streetwear không chỉ là quần áo – đó là thái độ, tuyên ngôn và phong cách sống. Trên đường phố, mỗi outfit là một câu chuyện, mỗi bộ đồ là một cách thể hiện bản thân. Bạn không chỉ mặc một chiếc áo hoodie hay một đôi sneakers, mà bạn đang khoác lên mình cả một nền văn hóa.



Ảnh trong bộ sưu tập " Nắng hè "
của nhà thiết kế Mr.Andrew

Mặc streetwear không đơn thuần là chạy theo xu hướng, mà là thể hiện bản sắc, cá tính và thái độ sống. Đó là cách bạn kể câu chuyện của mình mà không cần phải lên tiếng.

Mỗi món đồ bạn khoác lên người đều mang một ý nghĩa riêng, phản ánh cái tôi, sự sáng tạo và góc nhìn của bạn về thời trang và cuộc sống. Một chiếc graphic tee có thể kể câu chuyện về nghệ thuật đường phố táo bạo, một chiếc varsity jacket có thể phản ánh tinh thần thể thao mạnh mẽ, hay một đôi giày sneaker trở thành biểu tượng cho cả một thế hệ trẻ đầy nhiệt huyết, sự nổi loạn và khao khát thể hiện mình. Một chiếc hoodie rộng thùng thình có thể tượng trưng cho sự thoải mái, phóng khoáng, trong khi một chiếc quần jogger hay cargo lại cho thấy sự năng động, linh hoạt và tính ứng dụng cao của streetwear.

Trên đường phố, không ai mặc giống ai, và đó chính là sức hút của streetwear – sự độc bản, cá tính trong từng lựa chọn, từng chi tiết nhỏ nhất, từ cách phối màu. kiểu dáng cho đến cách bạn layer quần áo, phụ kiện. Không có giới hạn, không có khuôn mẫu, chỉ có sự sáng tạo và cái tôi riêng biệt của mỗi người. Bạn có thể mix một chiếc áo oversized với quần skinny, kết hợp một đôi sneaker chunky với suit, hoặc phối các món đồ vintage với những thiết kế hiện đại. Mọi sự kết hợp đều có thể trở thành tuyên ngôn cá nhân nếu bạn biết cách biến nó thành của riêng mình.

Streetwear không phân biệt giới tính, tuổi tác hay địa vị – nó dành cho bất kỳ ai dám thể hiện mình, dám khác biệt, dám tạo ra quy tắc riêng thay vì đi theo lối mòn.

Quan trọng nhất, streetwear không phải chỉ để trông đẹp, mà là để bạn cảm thấy đúng với chính mình, tự tin thể hiện phong cách riêng mà không cần chạy theo bất kỳ tiêu chuẩn nào.



Đó là sự tự do tuyệt đối trong cách ăn mặc, là cảm giác thoải mái khi được là chính mình mà không cần phải cố gắng để phù hợp với bất kỳ ai khác. Khi bạn bước ra phố với bộ đồ mang đậm dấu ấn cá nhân, bạn không chỉ đang ăn mặc – bạn đang thể hiện quan điểm, thái độ sống và chất riêng của bản thân.

Mỗi outfit đều là một tuyên ngôn ngầm, một cách giao tiếp không lời, một sự khẳng định về con người bạn.

Đó là lý do vì sao streetwear không bao giờ chỉ là quần áo – nó là văn hóa, là câu chuyện, là hơi thở của đường phố và của cả một thế hệ dám khác biệt. Nó có thể là sự ảnh hưởng của hip-hop, trượt ván, graffiti hay thậm chí là high fashion, nhưng trên hết, nó là sự phản ánh chân thực nhất về con người bạn. Và đó mới chính là giá trị lớn nhất của streetwear không phải ở thương hiệu, không phải ở giá tiền, mà là ở cách bạn biến nó thành một phần của mình.

STREET IN THE SỐNG

HIP-HOP & STREETWEAR

Đạo diễn hình ảnh: **Elio D.rien** Bài viết: **maisononline.vn** Hình ảnh: **Coch.com.vn**



*Ảnh trong bộ sưu tập " Nắng hè "
" câu nhà thiết kế Mr.Andrew*



Streetwear và hip-hop là tuyên ngôn của cá tính tự do. Từ sneakers hầm hố đến hoodie oversized, đều phản ánh tinh thần ngông nghênh và đậm chất đường phố.

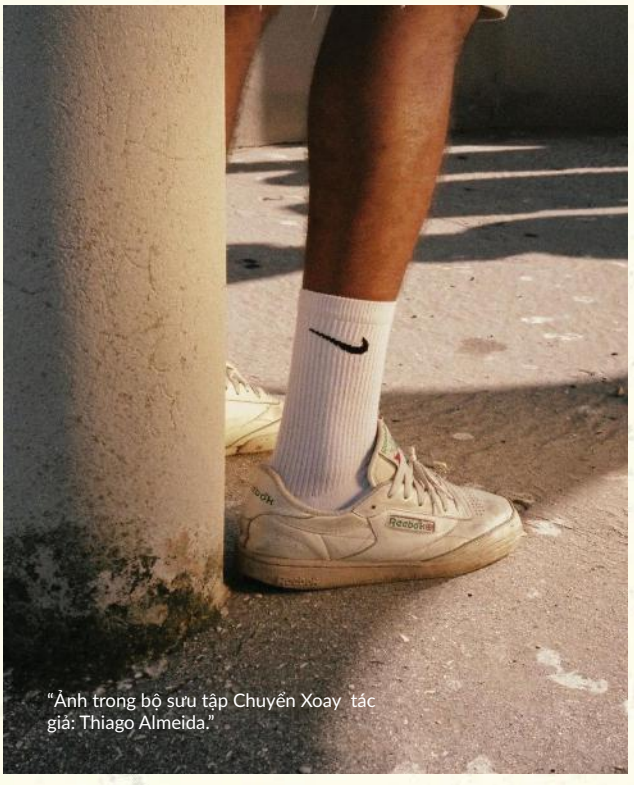
> STREETWEAR KHÔNG CHỈ LÀ QUẦN ÁO, MÀ LÀ CÁCH KỂ CÂU CHUYỆN CỦA CẢ MỘT THẾ HỆ.

MV "Cứu Lấy Âm Nhạc" theo chân Wren Evans trong một màn trình diễn vũ đạo cuốn hút, biến những điều bình thường thành phi thường. Được quay bằng iPhone 16 Pro dưới bàn tay tài hoa của đạo diễn C Prinz, MV là sự kết hợp giữa công nghệ tiên tiến và nghệ thuật sáng tạo. C Prinz đã hợp tác cùng vũ đoàn BƯỚC NHẢY của Việt Nam và biên đạo Tyrik Patterson để tạo ra những phân đoạn vừa mang tính điện ảnh, vừa dễ dàng để mọi người học theo và tái hiện trên mạng xã hội. iPhone 16 Pro đã chứng tỏ khả năng quay phim vượt trội qua MV này. Chế độ Hành Động ghi lại mượt mà những bước nhảy mạnh mẽ của Wren Evans, cùng những pha lướt đi ngoạn mục của các vận động viên. Camera Tele-photo lại cận Wren Evans từ nhiều góc độ, trong khi chế độ quay chậm 4K 120fps khuếch đại kịch tính và năng lượng của màn trình diễn đỉnh cao, đặc biệt là khi Wren hòa mình vào động tác đồng đều. Trong dự án hợp tác mới nhất với Apple và Wren Eván cho MV " cứu lấy âm nhạc" C Prinz đã một lần nữa khẳng định tài năng và tầm ảnh hưởng.


"Ảnh trong bộ sưu tập Chuyển Xoay tác giả: Thiago Almeida."

Streetwear & Hip-hop: Hai Mặt Của Cùng Một Lối Sống.

Giày dép hay phụ kiện, đồ thời trang của Coach không chỉ toát cấp, hiện đại, những mua sắm cao cấp gian mua sắm và đg mà Coach cũng được thiết kế đẳng cấp, hiện đại, những mua sắm cao cấp gian vào một thế giới thời trang thực thụ. Những món đồ thời trang của Coach không chỉ toát lên vẻ sang trọng mà còn thể hiện sự sản phẩm mang đậm tinh thần hiện đại và sang trọng mua sắm và đẳng cấp như đang bước vào một thế giới thời.


"Ảnh trong bộ sưu tập Chuyển Xoay tác giả: Thiago Almeida."

Streetwear & Hip-hop: Khi Thời Trang Là Âm Thanh Của Đường Phố.

Thời trang đường phố không chỉ là trang phục – nó là hơi thở của đô thị, là tiếng nói của một thế hệ, là sự phản chiếu của văn hóa. Trong từng ngõ nhỏ, từng góc phố, streetwear hiện hữu như một bản tuyên ngôn cá tính, không gò bó trong những quy tắc của thời trang truyền thống mà luôn bứt phá, sáng tạo và tự do.

> STREETWEAR KHÔNG CHỈ LÀ QUẦN ÁO, MÀ LÀ CÁCH KỂ CÂU CHUYỆN CỦA CẢ MỘT THẾ HỆ.



"Ảnh trong bộ sưu tập Chuyển Xoay tác giả: Thiago Almeida."

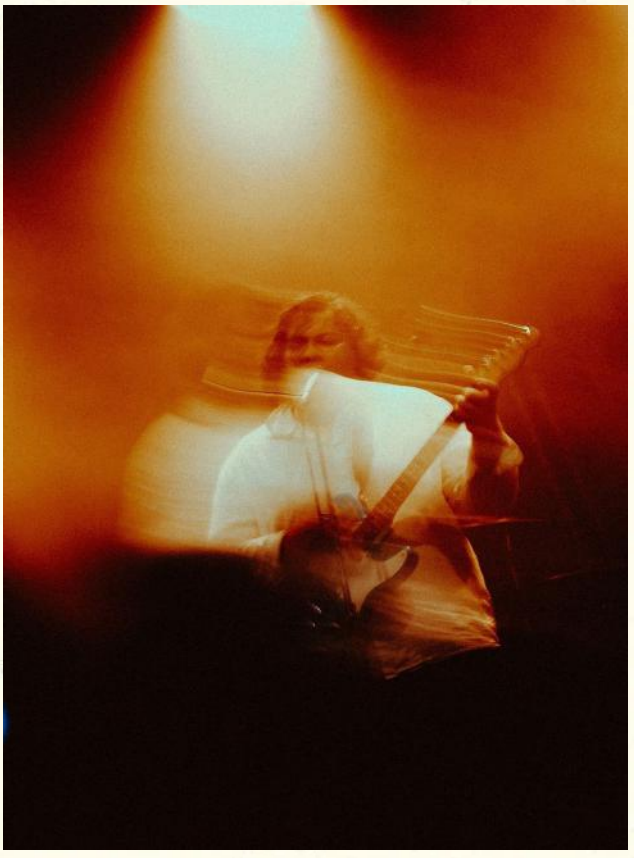
Flagship đầu tiên của thương hiệu Coach tại Việt Nam.

Chính thức khai trương tại Trung tâm thương mại Saigon Centre – Quận 1, TP.HCM, đánh dấu cột mốc quan trọng trong hành trình chinh thời trang cao cấp tại Việt Nam. Đây không chỉ là không gian trưng bày những sản phẩm sang trọng đậm tinh của Coach mà còn là điểm đến lý tưởng cho những tín đồ thời trang yêu thích phong cách tinh tế, đánh dấu cột mốc quan trọng trong hành trình chinh thời trang cao cấp tại Việt Nam. Đây không chỉ là trưng bày những sản phẩm sang trọng. Những món đồ thời trang của Coach không chỉ toát lên vẻ sang trọng mà còn thể hiện sự tinh tế trong từng chi tiết, giày dép hay phụ kiện, mỗi sản phẩm đều mang đến sự tự tin những sản phẩm mang đậm tinh thần hiện đại và sang trọng của Coach và phong cách riêng biệt cho người sử dụng. Không gian mua sắm tại cửa hàng cũng được thiết kế đẳng cấp, hiện đại, những mua sắm cao cấp gian mua sắm và đẳng cấp như đang bước vào một thế giới thời trang thực thụ. Những món đồ thời trang của Coach không chỉ toát lên vẻ sang trọng

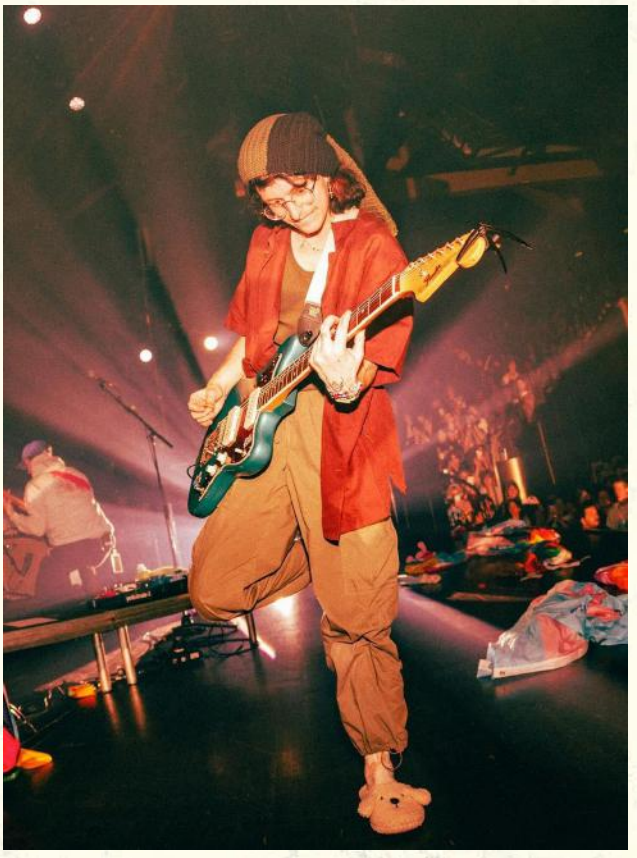
STREET IN THE SỐNG

LỄ HỘI VÀ SỰ KIỆN

Đạo diễn hình ảnh: Elio D.rien Bài viết: maisononline.vn Hình ảnh: Coch.com.vn



"Ảnh trong bộ sưu tập Chuyển Xoay tác giả: Thiago Almeida."



"Ảnh trong bộ sưu tập Chuyển Xoay tác giả: Thiago Almeida."

Streetwear không chỉ là thời trang, mà còn là nhịp đập của cộng đồng. Gắn liền với hip-hop, skateboarding và nghệ thuật đường phố, nó bùng nổ tại các lễ hội âm nhạc, graffiti và sự kiện sáng tạo. Không chỉ là trang phục, streetwear là tuyên ngôn của tinh thần tự do và cá tính.

Khi thời trang bước ra khỏi sàn runway và "hòa mình" vào lòng đường phố, những lễ hội streetwear trở thành điểm hẹn hoàn hảo cho dân yêu thích phong cách bụi bặm và cá tính. nơi tụ hội của những tín đồ thời trang mà còn là sàn diễn tự do để mọi người "show off" phong cách độc nhất vô nhị của mình.

Tại các sự kiện streetwear, bạn sẽ bắt gặp đủ mọi sắc thái — từ những bộ outfit phá cách, những đôi sneaker "hiếm có khó tìm" đến những phụ kiện độc lạ mà chỉ dân trong giới mới hiểu. Đây cũng là nơi mà các local brand và designer trẻ cho ra mắt những bộ sưu tập mới nhất đậm chất nghệ thuật thời tran, tạo ra làn sóng xu hướng mới ngay trên từng góc phố.

Không chỉ là thời trang, lễ hội còn kết hợp âm nhạc hip-hop, nghệ thuật graffiti, trượt ván và những màn biểu diễn free-style cực chất. Từ sàn diễn thời trang "đường phố" cho đến các khu vực pop-up store, workshop DIY sáng tạo và các cuộc thi mix & match, tất cả cùng tạo nên một không gian sôi động, nơi ai cũng có cơ hội tỏa sáng.

Với tinh thần "ai cũng có thể là icon", Streetwear Festival tôn vinh cá tính và sự khác biệt. Không có giới hạn hay quy chuẩn chỉ cần bạn dám thử, dám sáng tạo và dám khác biệt, bạn đã thuộc về sân chơi này. Từ outfit độc đáo, phá cách đến phong cách riêng chất, nghệ, tất cả đều tạo nên một bầu không khí streetwear đầy năng lượng mang lại cảm giác thu hút.



"Ảnh trong bộ sưu tập Chuyển Xoay tác giả: Thiago Almeida."



"Ảnh trong bộ sưu tập Chuyển Xoay tác giả: Thiago Almeida."

Giữa nhịp sống vội vã của thành phố:

Khi bạn bắt gặp một góc tường loang lổ nhãn dán hay những dòng chữ nguệch ngoạc trên cột đèn giao thông, hãy dừng lại một chút — vì đó có thể là "chữ ký" của một nghệ sĩ đường phố " chất chơi " nào đó. Sticker bombing và tagging không chỉ là những vết mực hay mảnh dán vô nghĩa; chúng là dấu ấn cá nhân, là cách nghệ sĩ khẳng định sự hiện diện của mình giữa lòng đô thị náo nhiệt, nơi mọi thứ không ngừng chuyển động. Sticker bombing – nghệ thuật "oanh tạc" không gian công cộng bằng nhãn dán – là một trong những hình thức street art dễ tiếp cận nhất. Những chiếc sticker nhỏ gọn nhưng đầy cá tính có thể xuất hiện ở bất kỳ đâu: trên cột điện, biển báo giao thông hay ghế đá công viên. Với lợi thế "đánh nhanh, dán gọn", sticker bombing trở thành công cụ hoàn hảo cho các nghệ sĩ muốn lan tỏa thông điệp mạnh mẽ mà không cần mất quá nhiều thời gian hay thu hút sự chú ý ngay lập tức. Nó có thể là một hình vẽ ngẫu hứng, một câu slogan táo bạo hoặc một biểu tượng cá nhân đầy ẩn ý. Bên cạnh đó, tagging — hình thức vẽ tên hoặc chữ ký nghệ danh bằng sơn xịt — là một phần không thể thiếu trong văn hóa graffiti. Một dòng tag đơn giản nhưng mang đậm dấu ấn cá nhân, như một lời tuyên bố: "Tôi đã ở đây, và đây là dấu ấn của tôi." Với nghệ sĩ đường phố, mỗi chữ ký là dấu mốc, là minh chứng cho sự hiện diện trong thế giới đô thị rộng lớn, Nơi họ khẳng định mình với một bức tường trống và chút táo bạo tạo nên bức phá.

TRÒ CHƠI : "Streetwear Bingo" – Săn lùng phong cách!

LUẬT CHƠI:
Hãy dạo một vòng phố hoặc lướt Instagram, TikTok, và đánh dấu ( ) vào các ô khi bạn thấy ai đó diện những món này.
Ai hoàn thành một hàng ngang, dọc hoặc chéo đầu tiên thì là ***"Streetwear Pro"!***

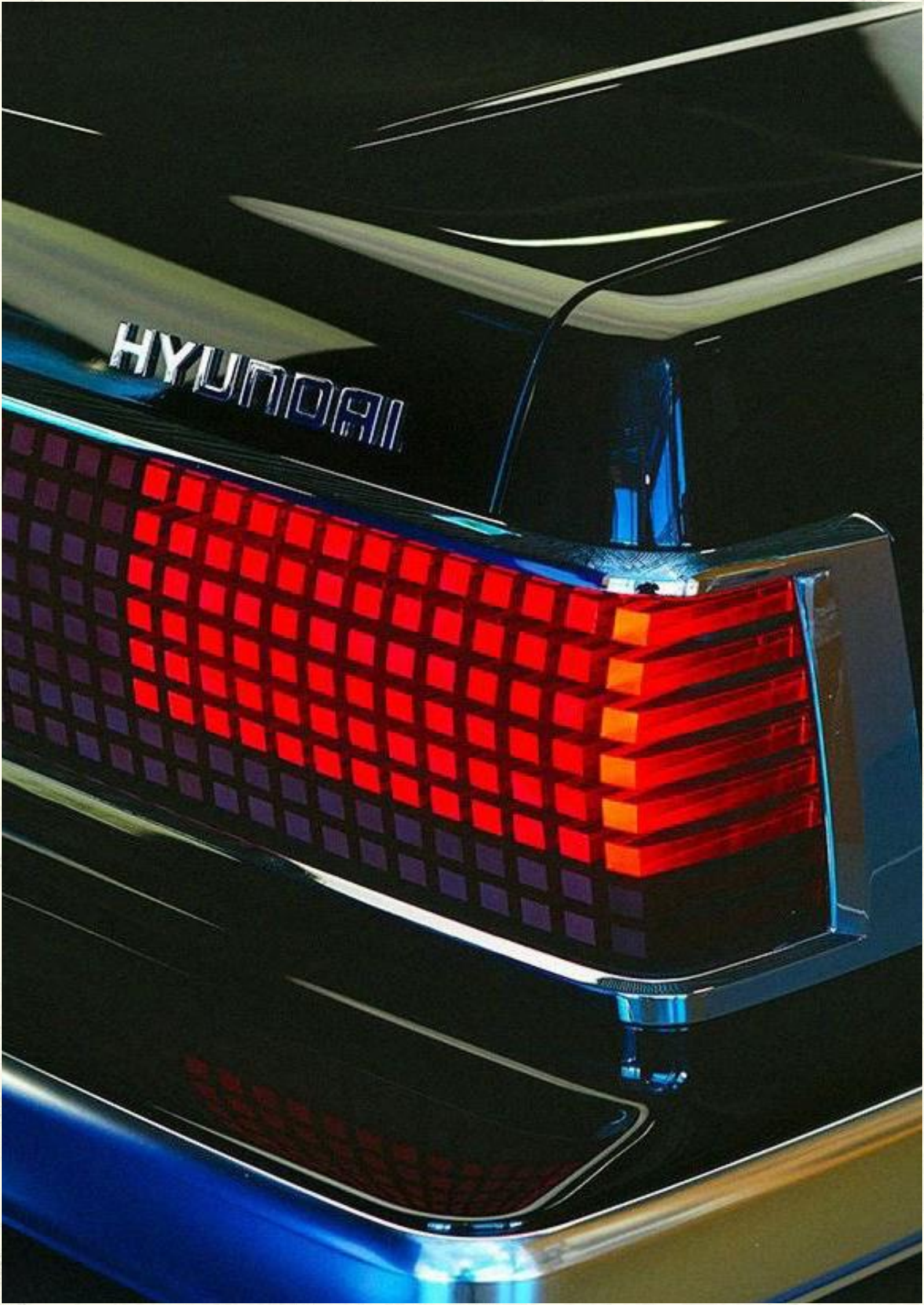
Bảng Bingo:

Bonus:

Street Snap: Thấy ai phối đồ cực cháy? Vẽ lại silhouette của họ hoặc ghi chú nhanh outfit vào đây!

Whack! Moment: Chia sẻ khoảnh khắc ấn tượng nhất khi bạn săn bingo — một món đồ chất lừ, một câu chuyện thú vị, hoặc một người có vibe "đỉnh của chóp"!

Bingo Legend: Hoàn thành cả bảng? Viết một caption thật ngầu thể hiện phong cách của bạn và gửi về tạp chí Whack! để có cơ hội được lên sóng ở số sau!

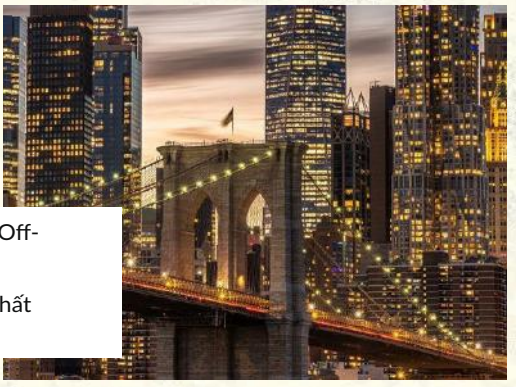

HYUNDAI


stüssy
IN THE "HOMESICK" BRAND CAMPAIGN BY STUSSY, THE FOCUS IS ON A COLLECTION OF STYLISH WINDBREAKERS AND RAINPROOF JACKETS. THESE URBAN STREETWEAR ESSENTIALS FEATURE A BOLD DESIGN, WITH ONE HALF IN STRIKING RED AND THE OTHER IN VIBRANT YELLOW, EMBODYING THE STREET STYLE AND EDGY SPIRIT OF THUG LIFE CULTURE.
"HOMESICK"



1. Tokyo, Nhật Bản

- Khu Harajuku: Thánh địa của streetwear, nơi bạn sẽ thấy những bộ outfit "đụng hàng là chuyện lạ". Check ngay các cửa hàng như **Supreme Tokyo** hay **BAPE STORE®**.



2.New York City, Mỹ

- SoHo District: Nơi hội tụ của các brand đình đám như Kith, Off-White, và cả những local brand underground.

- Điểm check-in: Bức tường graffiti trên Bowery Street, cực chất cho background street-style!

Streetwear Travel Guide — Check-in ở đâu cho thật:

Muốn săn local brand, chụp ảnh chất lừ và sống trọn vibe streetwear? Đây là những điểm đến bạn không thể bỏ qua!



3.Seoul, Hàn Quốc

- Khu Hongdae: Trung tâm văn hóa trẻ và streetwear. Đừng bỏ qua cửa hàng ADER ERROR hay các chợ đêm đầy đồ secondhand cực ngầu.

- Điểm check-in: Ngõ nhỏ quanh Đại học Hongik, nơi thường xuyên có những fashionista Hàn Quốc xuất hiện.



4.London, Anh Quốc

- Shoreditch: Thiên đường vintage và streetwear với các cửa hàng như Lazy Oaf và chợ đường phố.

- Check-in: Brick Lane — background graffiti cực chất cho ảnh OOTD!

Streetwear Horoscope — Dự Báo Phong Cách

Khám phá style chuẩn "chân lý" cho cung hoàng đạo của bạn:



^ofbp=

Bạch Dương (21/3 – 19/4):

Hoodie rực rỡ + sneaker hầm hố = Chuẩn vibe nổi loạn!



` ^k`bo=

Cự Giải (21/6 – 22/7):

Sweater oversize + quần jogger, mũ len, vibe comfy là tất cả.



ibl

Sư Tử (23/7 – 22/8):

Bomber jacket, quần skinny, sneaker rực lửa — chân chính spotlight!



if_ o≔

Thiên Bình (23/9 – 22/10):

Mix & match layer tinh tế, giày high-top vào là auto cuốn.



p^ df q^ofrp=

Nhân Mã (22/11 – 21/12)

Track pants, tee oversize, sneaker màu nổi, vibe phiêu lưu.

Style là bạn, bạn là vibe — cứ bứt phá, streetwear là không giới hạn!

Dù bạn thuộc cung nào, streetwear vẫn là canvas hoàn hảo để thể hiện cá tính. Mix & match đậm chất riêng, vì style chuẩn nhất chính là... chính bạn!



q^ rorp=

Kim Ngưu (20/4 – 20/5):

Denim jacket, quần cargo, giày bắc thốp — bạn luôn chọn chất lượng là ưu tiên.



dbjfkf

Song Tử (21/5 – 20/6):

Mix đôi sneaker sạch sẽ với outfit màu sắc, phụ kiện nhỏ làm điểm nhấn.



p` lomfl

Bọ Cạp (23/10 – 21/11)

All-black, hoodie nặng đô, giày chunky — thầm làm nên chuyện.



sf odl=

Xử Nữ (23/8 – 22/9):

Outfit tối giản nhưng tĩnh tế, thêm chiếc túi đeo chéo là hết sẩy.



` ^mpf ` l okr p=

Ma Kết (22/12 – 19/1):

Jacket da, quần skinny, bắt chít cây giày classic, chất một cách bí ẩn.



^n r ^ofrp=

Bảo Bình (20/1 – 18/2):

Layer quần áo phá cách, phụ kiện càng dị càng tốt.



mfp`bp=

Song Ngư (19/2 – 20/3):

Outfit pastel, sneaker trắng, vibe mêng mớm nhưng đủ cuốn.



PORSCHE

911







Turbo S