mới hoặc một cái váy mới có thể tương tác một cách đơn giản với một tác nhân thông minh (intelligent agent) thông qua một website hoặc một ứng dụng di động. Một số nhà bán lẻ thời trang được ưa chuộng sử dụng chatbot gồm Burberry, Tommy Hilfiger và Levis's.

TRÍ TUỆ NHÂN TẠO ĐANG TRỞ THÀNH MỘT TÀI SẢN QUAN TRỌNG TRONG NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Ngoài các nhà bán lẻ thương mại điện tử lớn hoặc các nhãn hàng như là Amazon, thậm chí các nhà bán lẻ thời trang nhỏ hiện đang sử dụng AI và các thuật toán học máy để hiểu nhu cầu thay đổi nhanh của khách hàng và các mong muốn của họ. Ví dụ, một công ty tạo kiểu dáng cá thể online Stitch Fix đang sử dụng các thuật toán ML để cải thiện các trải nghiệm của khách hàng cũng như quản lý chuỗi cung ứng. Trong số các ứng dụng khác thì các thuật toán học máy có thể dự đoán chính xác nhu cầu hàng cần có trong kho, do vậy làm giảm lãng phí và chi phí hàng tồn không bán được.

Nói gắn gọn, AI dành cho thời trang đang chuyển đổi cách thức các công ty thời trang thiết kế và sản xuất sản phẩm của họ, cũng như cách các sản phẩm được đưa ra thị trường và vận chuyển tới khách hàng.

Tiếp theo, chúng ta sẽ xem xét một số công ty thời trang lớn đang sử dụng AI và các công nghệ ML như thế nào với một số trường hợp đáng chú ý.



CÁC NHÃN HÀNG THỜI TRANG ĐANG SỬ DỤNG AI VÀ ML – CÁC TRƯỜNG HỢP SỬ DỤNG/CÁC NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP

Là học máy hay là trí tuệ nhân tạo thì tác động của chúng lên các phong cách thời trang và xây dựng thương hiệu là vô cùng to lớn. Dưới đây là một số ví dụ về 04 nhãn hàng thời trang hàng đầu đã và đang sử dụng các công nghệ này tới mức tối đa.

Alibaba

Từ năm 2018, Alibaba - đại gia bán lẻ thời trang Trung Quốc - đã chấp nhận các công nghệ tạo nên cuộc cách mạng trong trải nghiệm mua hàng. Với việc giới thiệu cửa hàng FashionAI đầu tiên, công ty đã giới thiệu các đặc điểm trong cửa hàng gồm các nhãn (tag) thông minh đính trên hàng may mặc, gương thông minh cùng với các con chip Bluetooth được nhúng vào mỗi sản phẩm.

Nhờ các công nghệ này, khách hàng được chưởng lợi từ các khuyến nghị thời trang do AI quyết định chú trọng vào sự ưa thích kiểu dáng của họ. Ngoài ra, công nghệ bán hàng đa kênh cho phép dữ liệu FashionAI được tích hợp với ứng dụng của công ty trên điện thoại thông minh, do vậy cung cấp trải nghiệm người dùng mượt mà và ổn định.

Tommy Hilfiger

Cộng tác với IBM, Tommy Hilfiger đã tiên phong với dự án "Reimagine Retail" trang bị cho các nhà thiết kế thời trang các kỹ năng AI dành cho thiết kế. Kết quả là, các sinh viên thời trang có thể học rất nhiều kỹ năng kỹ thuật như là xử lý ngôn ngữ tự nhiên (NLP) hoặc thị giác máy tính để thiết kế trang phục cá nhân hóa. Với việc sử dụng AI, các sinh viên thời trang có thể học từ hàng nghìn hình ảnh liên quan tới thời trang để gia tăng tính sáng tạo của mình và giảm thời gian hoàn thành đơn hàng cho nhãn hàng thời trang.

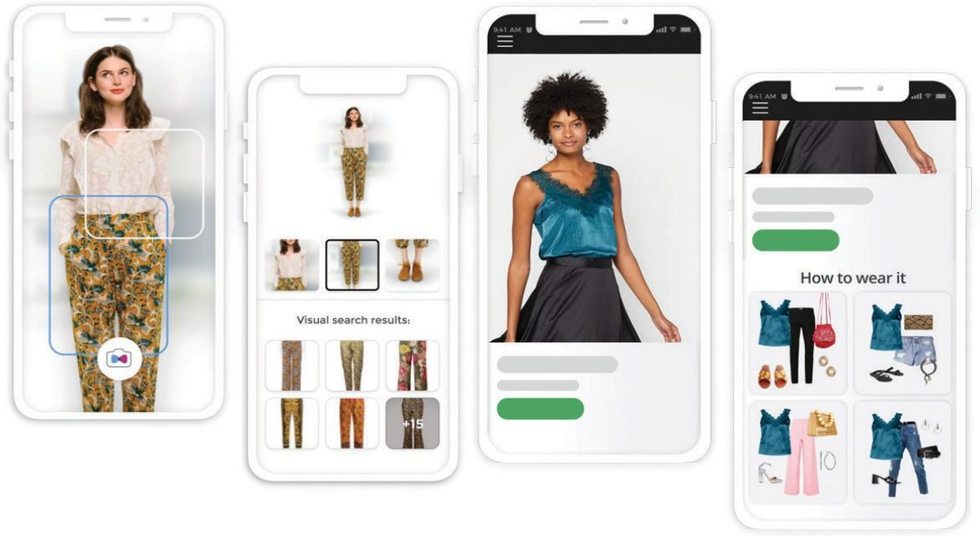
Macy's

Được giới thiệu vào tháng 7 năm 2016, trợ lý bán hàng AI nhằm tới cải thiện trải nghiệm mua hàng của khách hàng tại cửa hàng. Bằng cách sử dụng xử lý ngôn ngữ tự nhiên (NLP), công cụ "On Call" của Macy's có thể đáp ứng các yêu cầu phổ biến của khách hàng như "Tôi có thể tìm giày dép nữ ở đâu?" hoặc chỉ ra các vị trí cửa hàng bán lẻ của họ trên đất Mỹ.

Được hỗ trợ bởi các công nghệ này, công ty bán lẻ của Mỹ đã lên kế hoạch đóng cửa trên 100 của hàng, có thể tiết kiệm cho công ty trên 500 triệu đô la Mỹ trong tiết kiệm chi phí.

Amazon

Với hệ thống khuyến nghị sản phẩm dựa trên AI, đại gia thương mại điện tử này đã làm cuộc cách mạng triệt để



trong trải nghiệm mua hàng online. Với việc tích cực sử dụng AI cho thời trang, Amazon đang triển khai thuật toán AI-powered fashion designer có thể thiết kế hàng may mặc bằng cách copy các kiểu dáng thiết kế của quần áo đang được ưa chuộng và ứng dụng chúng vào mặt hàng quần áo mới.

Trường hợp sử dụng khác của Amazon được hỗ trợ bởi trợ lý thời trang Echo Look có thể cung cấp các khuyến nghị cá nhân hóa được quyết định bởi máy học.

Cuối cùng là hãy nhìn vào một vài lợi ích của AI và máy học cho ngành thời trang trong phần kế tiếp.

CÁC LỢI ÍCH CỦA AI VÀ ML CHO NGÀNH THỜI TRANG

Cải thiện khả năng cá nhân hóa khách hàng

Cho dù là phát video (video streaming) hay là ngành thời trang, cá nhân hóa là điều chủ chốt cho thành công của công việc kinh doanh. Nhờ đổi mới dữ liệu lớn, có nhiều dữ liệu của khách hàng đang chờ được khai thác và phân tích. Các công nghệ học sâu như là AI và ML cùng với phân tích kinh doanh đang hỗ trợ việc sản xuất kinh doanh thời trang để theo dõi các xu hướng thời trang và phản ứng mua hàng của từng khách hàng.

Tăng cường dịch vụ khách hàng

Việc xuất hiện chatbot thông minh và các công nghệ hỗ trợ khác đã chuyển đổi dịch vụ khách hàng và cách thức người mua hàng tương tác với các nhãn hàng thời trang. Từ theo dõi các khách hàng tiềm năng tới khuyến nghị sản phẩm, chatbot đã cải thiện tỷ lệ khách hàng truy cập trang web bán hàng sang mua hàng và trải nghiệm thương hiệu tổng thể.

Cải thiện việc quản lý hàng tồn kho

Các phân tích dự đoán dựa trên AI hỗ trợ các nhà bán lẻ thời trang học hỏi từ hành vi phổ biến của khách hàng và lên kế hoạch cho hàng lưu kho tương ứng. Các công cụ AI có thể giúp việc kinh doanh thời trang nhận diện các mặt hàng bán chạy nhất cũng như tồi nhất và lên kế hoạch cho dự trữ hàng tồn kho một cách chính xác.

Ít nhân công hơn thông qua tự động hóa

Một lợi ích chủ chốt khác của AI và các công nghệ ML là hỗ trợ các nhà thời trang tự động hóa các nhiệm vụ mang tính lặp lại hoặc nhiệm vụ hàng ngày thường do nhân viên tư vấn thực hiện. Các nhiệm vụ chẳng hạn như nhập dữ liệu và hỗ trợ khách hàng hiện có thể được AI xử lý, do vậy giải phóng cho nhân viên có thời gian chú trọng hơn vào các hoạt động chiến lược.

Giảm lượng sản phẩm bị trả lại

Việc trả lại các mặt hàng đã bán là nguyên nhân suy giảm chính cho toàn ngành thời trang và có thể làm tăng chi phí hoạt động. Nhờ khả năng cá nhân hóa do AI hỗ trợ và thông tin sản phẩm mà khách hàng bán lẻ ngày nay thêm hiểu biết và ít khả năng mua phải quần áo không đúng ý thích, giúp làm giảm sản phẩm bị trả lại và cũng cải thiện sự hài lòng của khách hàng.

KẾT LUẬN

Thông qua cá nhân hóa sản phẩm hoặc thiết kế tốt hơn, có rất nhiều cách mà AI và các công nghệ máy học đang tác động lên ngành thời trang toàn cầu. Các nhãn hàng thời trang đầu tư ngày càng nhiều cho các công nghệ này là bằng chứng về tiềm năng kinh doanh to lớn của AI và máy học

Vải collagen (vải dệt từ sợi I-skin) Nguyên liệu tuyệt vời cho sản xuất đồ lót

Đồ lót là một trang phục quan trọng có chức năng bảo vệ các vùng nhạy cảm của cơ thể, tránh khỏi sự cọ xát của quần áo bên ngoài và bảo vệ tránh những tác động từ bên ngoài, bụi bẩn,… Thêm vào đó, đồ lót còn có khả năng điều chỉnh hình dạng các bộ phận trên cơ thể, tạo sự tự tin hơn cho người mặc trong giao tiếp và hoạt động hàng ngày, đồng thời cũng thoáng mát, thấm hút mồ hôi giúp người mặc được thoải mái, dễ chịu.

Bài: **NGUYỄN THANH NGÂN**

Nếu trước đây đồ lót chỉ đơn giản là những mẫu thông thường, kiểu dáng không có gì đặc sắc, hạn chế về màu sắc thì hiện nay trang phục đồ lót, đồ nội y đã có nhiều sự thay đổi và cải tiến đáng kể. Trang phục đồ lót được thiết kế thành nhiều mẫu mã với thẩm mỹ cao, được sản xuất từ nhiều chất liệu khác nhau với đa dạng màu sắc.

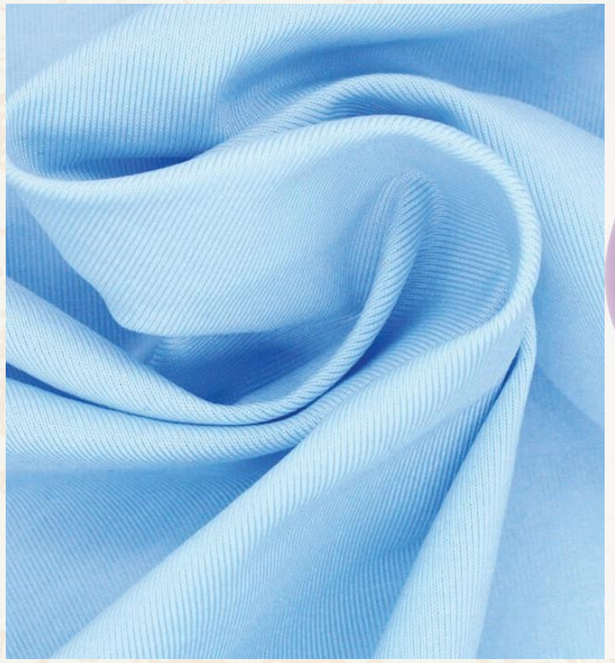
Đặc tính thoải mái khi mặc là điểm quan trọng của đồ lót vì chúng ta mặc đồ lót cả ngày, nguyên liệu may đồ lót có ảnh hưởng nhiều đến đặc tính này, do đó cần lựa chọn nguyên liệu phù hợp để sản xuất đồ lót.

Nguyên liệu từ bông (Cotton)

Từ trước tới nay, vải may đồ lót thường có nguồn gốc từ bông do có nhiều đặc tính ưu việt phù hợp với nguyên liệu làm đồ lót như tương đối mềm mại, thấm hút mồ hôi tốt, không gây dị ứng đối với da, tuy nhiên nguyên liệu này lại có nhược điểm là lâu khô, độ rủ kém. Cùng với sự phát triển đa dạng của nguyên liệu dệt may, vải may đồ lót cũng được nghiên cứu phát triển với nhiều loại khác nhau và có nhiều ưu điểm vượt trội hơn bông, đồng thời cũng hạn chế được một số nhược điểm của loại nguyên liệu truyền thống kể trên.

Nguyên liệu làm đồ lót từ tre

Vải sợi tre có đặc tính nổi bật là tính kháng khuẩn, khả năng chống nấm mốc và các vi khuẩn có hại khá tốt. Ngoài ra, vải sợi tre có nguồn gốc từ xenlulo nên cũng có khả năng hút ẩm tốt, gấp 2 lần bông. Ngoài ra, tre còn mềm mịn dễ chịu cho da. Tuy nhiên, nhược điểm của vải sợi tre là độ bền cơ học không cao, đặc biệt khi ẩm ướt. Trong khi đó đồ lót thường xuyên bị ẩm do thấm mồ hôi của người sử dụng.





Nguyên liệu từ vải sợi viscose (rayon)
Viscose được sản xuất từ xenlulo tái sinh, vì vậy nó có những đặc tính mềm mại, nhẹ, thấm hút mồ hôi, độ rủ tốt. Tuy nhiên, viscose cũng có nhược điểm giống sợi tre là độ bền cơ học không cao đặc biệt ở trạng thái ướt.

Nguyên liệu từ sợi vải Modal

Modal giống bông nhưng có một số lợi thế hơn bông như độ ổn định kích thước tốt, độ co và độ giãn thấp, mềm mại và mượt. Chính vì những ưu điểm này của Modal mà thời gian gần đây, đồ lót làm từ sợi vải modal phát triển nhanh chóng.

Nguyên liệu từ sợi vải polyester

Polyester có hàm lượng ẩm thấp, khả năng thấm hút kém, không thân thiện với da, đặc biệt là dễ sinh mùi hôi. Tuy nhiên, polyester vẫn được sử dụng làm nguyên liệu để sản xuất đồ lót (mặc dù không nhiều) vì một số đặc tính như mau khô, bền, nhẹ, giá rẻ. Ngày nay, các loại polyester biến tính với các tính năng như thấm hút tốt, thoáng khí, kháng khuẩn, khử mùi, khô nhanh cũng được sử dụng nhiều hơn trong sản xuất đồ lót.

Mỗi loại nguyên liệu kể trên đều có những ưu và nhược điểm nhất định đối với mặt hàng đồ lót, chính vì vậy, để hạn chế nhược điểm, phát huy những ưu điểm thì các nhà sản xuất nguyên liệu cho đồ lót thường pha trộn các loại nguyên liệu trên với nhau. Nguyên liệu pha truyền thống có thể kể đến bông với polyester và/hoặc polyamit, bông pha viscose/tre hoặc tre pha polyester/polyamit,… với các tỷ lệ pha khác nhau, tùy thuộc vào từng loại và mục đích của đồ lót.

Nguyên liệu từ sợi vải collagen I-skin
Bên cạnh nhiều loại nguyên liệu pha truyền thống kể trên để sản xuất đồ lót, trên thế giới hiện nay đã nghiên cứu ứng dụng những loại nguyên liệu khác, trong đó có việc pha bông với viscose biến tính có bổ sung kẽm oxit tạo nên một loại sợi mới có tên gọi I-skin. Quá trình tạo xơ viscose biến tính được sản xuất theo như công nghệ thông thường, tuy nhiên trong quá trình trộn nguyên liệu thô, nhà sản xuất dùng công nghệ hóa lỏng kẽm oxit (ZnO) để đưa ZnO vào xơ, xơ viscose chứa ZnO pha trộn với xơ bông kéo thành sợi I-skin. Sợi I-skin nhờ có ZnO mà được bổ sung thêm các tính năng: chống mùi, chống vi khuẩn, chống tia cực tím, chống tĩnh điện. Công nghệ hóa lỏng kẽm oxit giúp các tính năng nói trên duy trì bền vững trên sợi sau nhiều lần giặt, cải thiện hiệu quả nhuộm, giảm bớt các đốm đậm màu trong quá trình nhuộm, thân thiện với môi trường, tiết kiệm thời gian và chi phí sản xuất.

Vải dệt kim làm từ sợi I-skin có các đặc tính: mềm mại, mịn màng, khả năng hút ẩm mạnh nhưng mau khô giữ cho da luôn khô thoáng và thoải mái. Nguyên liệu này cho cảm giác ấm áp về mùa đông và mát mẻ về mùa hè, dễ giặt, khắc phục được nhược điểm độ bền thấp, đặc biệt ở trạng thái ướt. Tùy thuộc vào mục đích sử dụng mà nhà sản xuất có thể dệt vải từ sợi I-skin 100% hoặc pha với các sợi khác như bông, viscose, polyester, spandex,… Nhờ vào những đặc tính này mà người ta còn gọi nó là vải Collagen. Công nghệ dệt vải từ sợi I-skin cũng không khác so với các sợi bông hay sợi viscose thông thường do đặc tính của sợi I-skin đã được cải thiện rất nhiều, hoàn toàn có thể phù hợp với các kiểu dệt kim như single, rib hay interlock.

Đối với đồ lót, do giá thành sợi I-skin vẫn cao hơn các nguyên liệu truyền thống như bông hoặc viscose nên các nhà sản xuất vải thường chọn pha sợi I-Skin với bông và spandex để vừa duy trì được những đặc tính tốt của I-skin, vừa giảm giá thành, đồng thời vải có khả năng co giãn tạo thêm tính tiện nghi đặc thù của nguyên liệu làm đồ lót.

Quá trình nhuộm và hoàn tất vải collagen I-skin cũng trải qua các bước: Vải mộc - Văng định hình – Tiền xử lý (Nấu giặt) – Nhuộm màu (In hoa) – Văng sấy + Hồ mềm.

Việc lựa chọn thuốc nhuộm cho loại vải này thực chất là lựa chọn lớp thuốc nhuộm cho nguyên liệu có nguồn gốc từ xenlulo, do đó thuốc nhuộm có thể là trực tiếp, hoạt tính, hoàn nguyên, lưu hóa hay indigo. Tùy thuộc vào yêu cầu chất lượng sau nhuộm như độ bền màu cao hay thấp, các yêu cầu về độ đều màu, giá thành, … mà lựa chọn lớp thuốc nhuộm phù hợp. Phổ biến nhất vẫn là thuốc nhuộm hoạt tính. Thuốc nhuộm hoàn nguyên sẽ cho độ bền màu nhuộm cao, tuy nhiên dải màu của lớp thuốc nhuộm này ít hơn, giá thành lại cao hơn, nếu nhuộm chưa tốt tỷ lệ RFT không cao, thuốc nhuộm còn dư có trong nước thải sẽ khó xử lý hơn.

Có rất nhiều thương hiệu lớn trên thế giới đã sử dụng vải Collagen I-Skin cho mặt hàng đồ lót của họ như Wacoal, Marks&Spencer, Zara, Audrey, Bossini, H&M,… Do đó, đây cũng là thông tin cho các doanh nghiệp Việt Nam chuyên sản xuất đồ lót có thêm lựa chọn cho nguồn nguyên liệu nhằm đa dạng hóa, tạo tính mới cho sản phẩm, kích thích nhu cầu tiêu dùng.

Bản tin Khoa học & Công nghệ

Bài: **BÁ NAM**
(Tổng hợp & Biên dịch)

NHU CẦU CẮT GIẢM CHI PHÍ THÚC ĐẨY CHUYỂN ĐỔI SỐ CỦA NGÀNH MAY

Quá trình chuyển đổi số trong ngành May, đặc biệt là trong khâu may tương đối chậm hơn so với các ngành khác. Khi áp lực giảm chi phí ngày càng tăng từ các thương hiệu trong ngành May và xu hướng của người tiêu dùng ngày càng thay đổi, các sản phẩm đa dạng đang được sản xuất với số lượng ít hơn. Thêm vào đó, chi phí lao động tiếp tục tăng ở các nước châu Á đã buộc các thương hiệu và nhà sản xuất phải đưa ra một cách tiếp cận khác để giảm chi phí. Số hóa là một trong những lựa chọn tốt nhất để đạt được mục tiêu này. Ngành May đã được định hình lại trong đại dịch Covid-19 và thay đổi cách các nhà quản lý nhìn nhận hoạt động kinh doanh của họ, đồng thời đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số.

ĐẠI HỌC NORTH CAROLINA STATE (MỸ) PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM ÁO SƠMI CÓ KHẢ NĂNG THEO DÕI HOẠT ĐỘNG CỦA TIM

Các nhà nghiên cứu của Trường Đại học North Carolina State đang phát triển sản phẩm áo sơ mi có gắn các cảm biến để theo dõi hoạt động của tim. Sản phẩm sẽ giúp theo dõi chức năng của tim, dành cho những người tham gia các hoạt động thể dục thể thao, ví dụ như chạy bộ. Cảm biến là một thiết bị tự cung cấp năng lượng, có thể nhận biết điện tâm đồ của người mặc, nói cách khác là nó sẽ đo điện thế hoạt động của tim.

TRELLEBORG GIỚI THIỆU VẬT LIỆU CHỊU NHIỆT ĐỘ CAO

Là một phần trong thỏa thuận với CFP Composites để tạo ra các linh kiện TD1200 theo tiêu chuẩn Châu Âu, phòng hoạt động công nghệ ứng dụng của Trelleborg đã giới thiệu vật liệu chịu nhiệt độ cao, hệ số giãn nở nhiệt (CTE) thấp.

Vật liệu mới này chịu được nhiệt độ lên đến 180oC giúp công ty Trelleborg cung cấp các vật liệu đa dạng hơn cho khách hàng trên khắp Châu Âu. Vật liệu TD1200 của Trelleborg giúp cho nhà sản xuất thay thế một phần lớn nhôm, chất phụ gia và thép trong quá trình sản xuất. Các tấm polyme được chế tạo thành khối và





Ảnh của Technicianonline





Ảnh: Weber Ultrasonics/ Sonovia.

gia công theo hình dạng xác định bằng các công cụ cắt gọt truyền thống. Theo một tuyên bố truyền thông của công ty, Trelleborg TD1200 chịu được nhiệt độ 180oC và dễ dàng xử lý để đạt được độ bóng mờ hoặc bóng sáng với độ bám dính nhỏ nhất theo yêu cầu.

HỆ THỐNG HOÀN THIỆN HÓA SIÊU ÂM SONOCHEMICAL CỦA SONOVIA ĐÃ SẴN SÀNG ĐỂ THƯƠNG MẠI HÓA

Một công nghệ hoàn thiện dựa trên sóng siêu âm mới được Sonovia cùng với Brückner và Weber Ultrasonics phát triển mang lại một số lợi thế quan trọng trong việc sản xuất hàng dệt kháng khuẩn.

Với kỹ thuật hoàn thiện hóa siêu âm (sonochemical) mới, việc ngâm tẩm vải đáp ứng các yêu cầu công nghiệp về khả năng chống rửa trôi, đảm bảo lớp hoàn thiện kháng khuẩn, duy trì hiệu quả trong một thời gian dài - ngay cả khả năng chống virus corona. Nó cũng giảm thiểu các tác động môi trường liên quan đến quá trình hoàn thiện hàng dệt may thông thường.

BELDA LLORÉNS GIỚI THIỆU CÔNG NGHỆ TRUY XUẤT NGUỒN GỐC MỚI NHẤT CHO SỢI BÔNG TÁI CHẾ ECOLIFE® CỦA AWARE ™

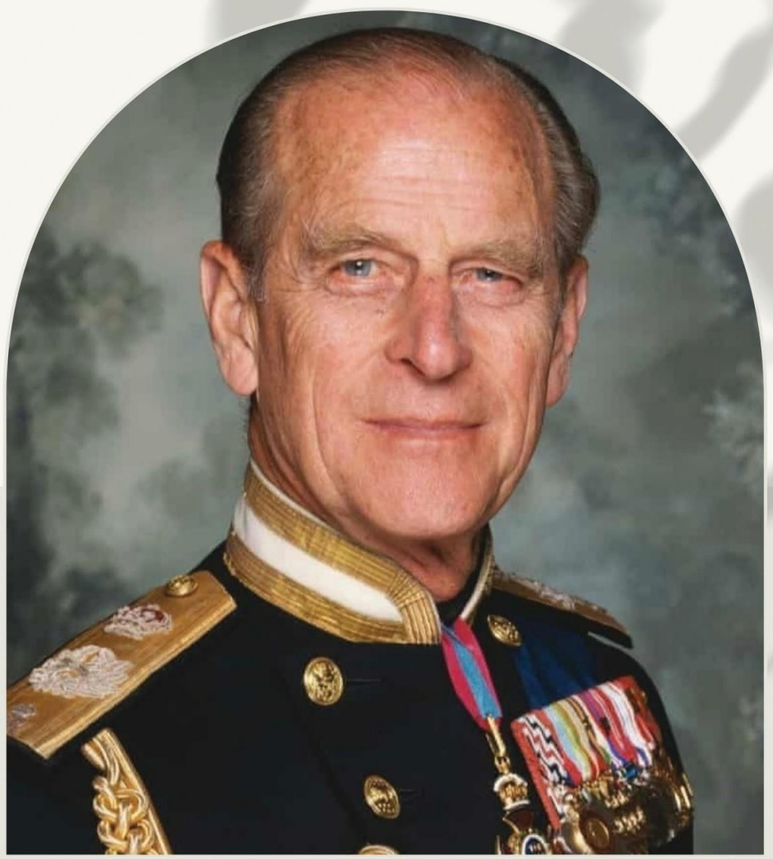
Hai công ty đã ký một thỏa thuận để sản xuất sợi bông tái chế 100% có thể truy xuất nguồn gốc từ châu Âu, đó là công ty Movement của Hà Lan chuyên cung cấp các giải pháp trong lĩnh vực công nghệ thông minh và Belda Lloréns của Tây Ban Nha là công ty nổi tiếng sản xuất sợi.

Người tiêu dùng hiện nay mong muốn các thương hiệu thời trang sẽ đóng góp cho một xã hội bền vững, họ yêu cầu các sản phẩm phải có nguồn gốc rõ ràng. Vì vậy, việc truy xuất nguồn gốc là điều cần thiết để đảm bảo độ tin cậy của sản phẩm.

THIẾT KẾ 3D: BIẾN NGÀNH CÔNG NGHIỆP THỜI TRANG THÀNH THỰC ẢO SONG HÀNH - PHYGITAL

Tiềm năng của thiết kế 3D bằng phần mềm CAD và hình ảnh thực tế ảo tăng cường (VR) để trực quan hóa các thiết kế hoàn chỉnh gần như đã được định hình rõ và thúc đẩy những tiến bộ trong ngành kỹ thuật dệt may.

Ngành công nghiệp thời trang đang trải qua một cuộc cách mạng kỹ thuật số thời đại mới. Cách đây không lâu, các bản thiết kế thời trang muốn được thực hiện phải trải qua các công đoạn từ bản phác thảo chì sang các mẫu rập giấy và sang các mẫu may thử nhưng hiện nay, thế hệ công nghệ tiếp theo được gắn với các kỹ thuật thiết kế đang mở ra hướng đi mới, khi các thương hiệu và nhà bán lẻ thời trang thống trị đang chuyển hướng sang những sáng tạo 3D sống động như thật.



HOÀNG THÂN PHILIP

BIỂU TƯỢNG THỜI TRANG CỦA ANH QUỐC

Hoàng thân Philip vừa mới qua đời ở tuổi 99 vào ngày 09/4/2021 tại lâu đài Windsor. Ông có lối sống cũng như phong cách cá nhân chỉn chu và sẽ luôn được ghi nhớ bởi những lựa chọn sắc sảo, khả năng sử dụng thời trang để tôn vinh tinh thần của mình trong hầu hết mọi khoảnh khắc.

Bài: **HOÀNG HÂN**
(Tổng hợp)

Cuộc đời của cố Hoàng thân Philip được biết đến với nhiều thành tựu và hoạt động nổi bật trong lĩnh vực từ thiện và sự tận tâm cống hiến cho chủ nghĩa môi trường. Nhưng có một điều đặc biệt về công tước xứ Edinburgh mà không được nhiều người biết đến chính là ý thức về phong cách thời trang của bản thân ông. Trong bản danh sách những lời khuyên dành cho người trẻ tuổi của Công tước xứ Edinburgh được công bố vào năm ngoái, Hoàng thân Philip đã khuyên chúng ta nên "ăn mặc cho chính bản thân mình chứ không phải cho người khác".

Theo các nhân vật nổi tiếng trong ngành thời trang và các nhà quan sát hoàng gia, họ sẽ luôn nhớ đến vị Công tước xứ Edinburgh bởi sự quyến rũ, khiếu hài hước và phong cách thời trang cá nhân sang trọng, tinh tế của ông.

Mặc dù Hoàng thân Philip có thể không phải là biểu tượng phong cách hoàng gia được nhắc đến nhiều nhất trong những năm gần đây, nhưng những lựa chọn thời trang của ông luôn thể hiện ông là người tự tin trong ăn mặc, đặc biệt đối với phong cách thời trang cổ điển Anh quốc. Trong suốt 73 năm kết hôn cùng Nữ hoàng Elizabeth II, ông đã luôn lịch thiệp và tỉ mỉ trong việc lựa chọn trang phục khi sánh đôi cùng bà. Các bộ quần áo của ông luôn là sự bổ sung hài hoà và hoàn hảo nhưng không bao giờ làm lu mờ hình ảnh Nữ hoàng.

Công tước xứ Edinburgh luôn chọn cho mình những bộ trang phục có màu sắc bổ sung hài hoà cho những gì Nữ hoàng mặc, tuy nhiên ông vẫn tạo cho mình những điểm nhấn nổi bật thông qua việc chọn phụ kiện và kết hợp màu sắc. Với hoàng thân, ông đánh giá cao nghệ thuật kết hợp trang phục với nhau để tạo nên những bộ cánh tuyệt vời nhưng không quá hào nhoáng, nổi bật. Trong lần kỉ niệm ngày cưới bạch kim của mình và Nữ hoàng, ông đã "chơi" cùng màu sắc và phụ kiện trong bộ trang phục của mình. Một chiếc áo vest màu xám với các sọc ghim màu đỏ tía kết hợp cùng quần tây màu xanh ngọc bích là sự lựa chọn đầy thú vị của ông.

Đối với vị tổng biên tập của hãng thông tấn GQ và chủ tịch Hội đồng Thời trang nam giới Anh quốc, Dylan Jones, cố Hoàng thân Philip là một người "sành sartorial" (phong cách thời trang may đo cổ điển với quần áo được cá nhân hoá và may đo, thiết kế riêng). Cũng theo Jones, bởi là một người "ngoại đạo" trong Hoàng gia Anh, Công tước Philip luôn cố gắng để trở thành một người Anh tinh tuý, lịch thiệp nhất có thể. Do đó, ông rõ ràng là một trong những người đàn ông mặc đẹp nhất nước Anh.



Hoàng thân Philip mặc một bộ suit cổ điển được thiết kế riêng với cà vạt và ghim cài áo trong một buổi xem đua ngựa ở Windsor vào năm 1976 (Ảnh: Reginald Davis)



Công tước xứ Edinburgh mặc quân phục trong bức ảnh chân dung chụp tại điện Buckingham năm 1958 (Ảnh: Michael Ochs)



Công tước xứ Edinburgh và Nữ hoàng Elizabeth trong bộ ảnh chụp vào tuần trăng mật của họ năm 1947 (Ảnh: GettyImages)

Suốt nhiều thập kỷ liền, các bộ vest của Công tước Philip luôn được cắt may hoàn hảo bởi John N. Kent, một nghệ nhân cắt may ở Savile Row. Những chiếc áo sơ mi của ông đến từ Stephens Brothers và những đôi giày được đặt làm riêng từ cửa hàng hơn 150 năm của nghệ nhân John Lobb. Thợ may áo choàng của ông là nhà may lâu đời nhất của London, Ede & Racenscroft (thành lập năm 1689). Bên cạnh đó, những bộ trang phục quân đội và trang phục hải quân của hoàng thân sẽ được xử lý bởi Davies & Son và Gieves & Hawkes. Ở chiếc túi áo bên ngực trái của mình, Hoàng thân Philip luôn sử dụng một chiếc khăn tay trắng được gấp vuông vắn gọn gàng, trái ngược hẳn với những chiếc khăn lụa mềm mượt được con trai cả của ông ưa chuộng.



Trong những ngày cuối tuần, ông cũng luôn lựa chọn cho mình phong cách thể thao đơn giản, thoải mái. Công tước thích những chiếc quần jeans buộc dây, chống thấm nước cùng vải tuýt và mũ lưỡi trai cho những ngày cuối tuần nắng chói chang ở Balmoral, Scotland hay những buổi tản bộ trong khuôn viên lâu đài Windsor.

Theo hãng Independent từng đưa tin, Hoàng thân Philip không có sở thích chạy theo những món trang sức đắt tiền hay những chiếc đồng hồ Thụy Sỹ cao cấp giống như các thành viên hoàng gia khác. Ông chỉ thường đeo một chiếc đồng hồ trơn với phần dây da nâu cùng một chiếc vòng tay bằng đồng nhằm làm dịu đi chứng bệnh viêm khớp.

NTK Manolo Blahnik đã từng nói: "Công tước xứ Edinburgh có phong cách vượt thời gian của một quý ông Anh tinh tế, thể hiện được tất cả những ưu điểm thần thánh của những bộ đồ may đo huyền thoại của Savile Row. Cho dù là trong bộ vest chỉn chu hay bộ quân phục uy quyền, ông vẫn luôn trông rất hoàn hảo".

Nhà mốt Ralph Lauren thì nói rằng hoàng thân "sở hữu nét thanh lịch trầm lắng, lịch sự và hợp thời. Sự tinh tế vượt thời gian của ông đã khiến ông trở thành hình mẫu của một quý ông Anh quốc đích thực". Đối với ý kiến này, Thom Browne cũng đồng tình và cho rằng Công tước đã trải qua một cuộc đời với "phong cách vượt thời gian, tinh tế và lịch thiệp".

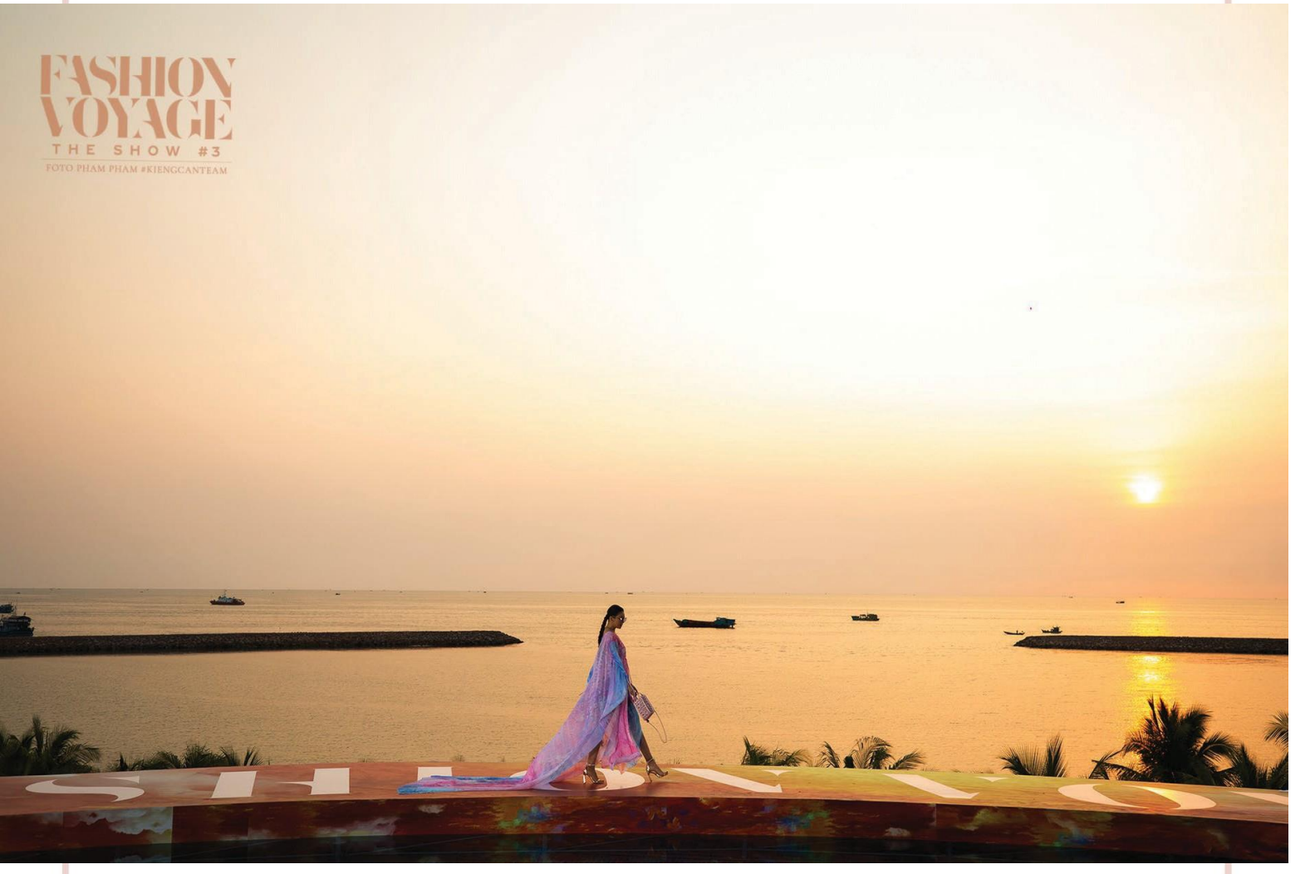


Cho dù có riêng cho mình những thợ may đo theo yêu cầu, nhưng Hoàng thân cũng được biết đến như những thành viên khác trong gia đình hoàng gia với sự tiết kiệm khi luôn cố gắng tái sử dụng tủ quần áo của mình. Vào năm 2008, khi cả thế giới đang chìm trong cuộc đại khủng hoảng kinh tế, Công tước xứ Edinburgh đã yêu cầu người thợ may đo Kent may lại chiếc quần ống thụng yêu thích từ những năm 50 của mình thành một chiếc quần ống đứng hợp thời hơn. Tại các sự kiện quân sự, ông luôn mặc lại bộ đồng phục Hải quân mà ông đã mặc trong đám cưới của mình với công chúa Elizabeth vào năm 1947. Trích lời của Tổng biên tập Tạp chí Majesty, Ingrid Seward, "Phong cách của hoàng thân mang đậm chất Anh quốc cổ điển và không hề thay đổi theo năm tháng".

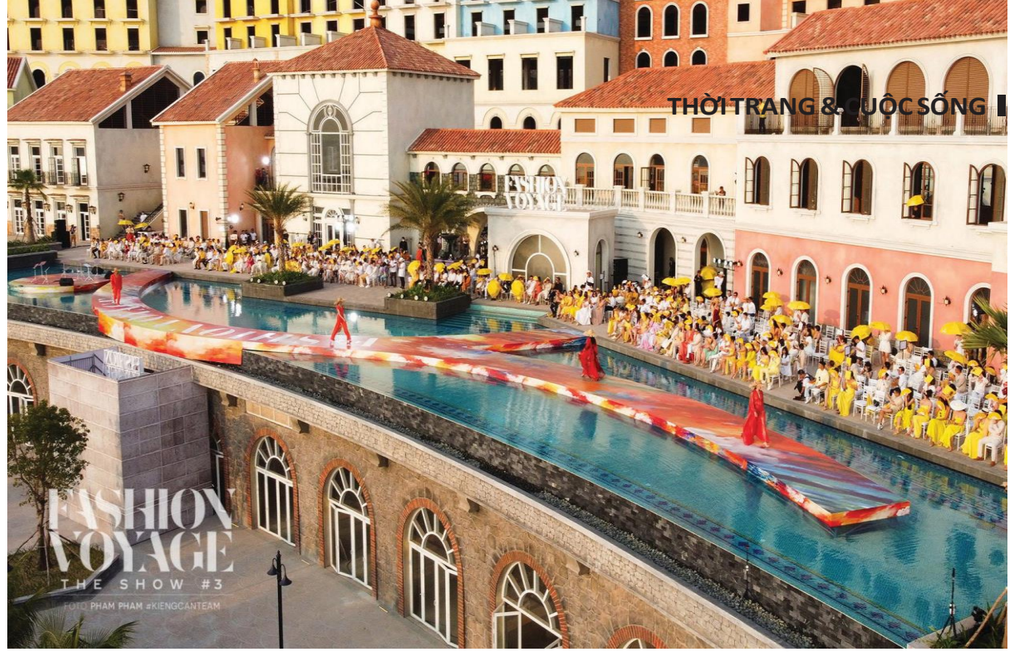
Vào năm 2016, ở tuổi 94, phong cách thời trang tinh tế, mang đậm dấu ấn cá nhân đã giúp ông lọt vào danh sách "50 người đàn ông mặc đẹp nhất nước Anh" của Tạp chí GQ. Trong cuộc bình chọn này, hoàng thân đứng ở vị trí thứ 12, thậm chí còn bỏ xa cháu trai của mình là Hoàng tử Harry, người đứng thứ 38. Khi được hỏi điều gì đã đảm bảo vị trí cao của công tước trong danh sách, Tổng biên tập Jones nói, "Ông ấy chú ý đến từng chi tiết và luôn ăn mặc như một quý ông. Hoàng thân có một năng khiếu thiên bẩm trong việc luôn trông phù hợp ở những nơi ông đến".

Cho dù đó là một chiếc áo sơ mi vải lanh rộng rãi cho một trận đấu polo ở Richmond hay một bộ quân phục trong một buổi dạ tiệc, Hoàng thân Philip luôn cố gắng để phù hợp với vai trò người phối ngẫu của Nữ hoàng ở những nơi ông có mặt. Mặc dù đã ra đi, nhưng lối sống và phong cách thời trang của Hoàng thân Philip sẽ luôn là một trong những di sản mà ông để lại cho không chỉ riêng nam giới nước Anh mà còn toàn thế giới

FASHION VOYAGE THE SHOW #3



RONG RUỔI THEO ÁNH MẶT TRỜI



Ảnh: Fashion Voyage The Show.

Bằng sự tài hoa, Nhà sáng lập – Đạo diễn Long Kan đã đem chất điện ảnh nên thơ vào hành trình của Fashion Voyage, đưa khán giả "dạo bước trên mây" để rồi "lạc giữa kỳ quan". Fashion Voyage The Show #3 tại Đảo ngọc Phú Quốc tiếp nối hành trình ấy, dùng "chất" điện ảnh lay động trái tim những tri kỷ yêu cái Đẹp.

Bài: **HOÀNG HÂN**

CHẤT ĐIỆN ẢNH TRONG TỪNG KHUNG HÌNH

Điện ảnh là một phạm trù nghệ thuật đặc biệt, vừa mang phong vị riêng, vừa gom góp trong mình tinh hoa của 6 hình thức nghệ thuật cơ bản: kiến trúc, điêu khắc, hội họa, âm nhạc, múa và thi ca. Nó có thể khiến người xem đắm chìm vào tính kịch mà đồng cảm, say mê, hóa thành tri kỷ với chính những con người tưởng như xa lạ…

Năm nay, Fashion Voyage The Show #3 chọn "thị trấn phồn hoa Amalfi bên bờ Địa Trung Hải" tại Nam Phú Quốc là bối cảnh cho thước phim ngập nắng "Chasing the Sun – Rong ruổi theo ánh mặt trời". Kiến trúc Địa Trung Hải thanh bình, tươi vui, đem theo ánh hoàng hôn được mệnh danh là đẹp nhất Việt Nam, như thổi vào cuộn phim tinh thần lạc quan tươi mới.

Con phố nhỏ rực rỡ chạy giữa các dãy nhà cổ đa sắc màu trở thành sàn runway mở đầu cho chuỗi 2 ngày sự kiện. Nó mang tất cả âm hưởng của biển, của những vũ điệu sôi động, của một miền đất quanh năm cát trắng nắng vàng.

Ở nơi đất – nước – trời chạm nhau, trên mặt hồ nước vô cực, sàn runway thứ hai hiện ra như một chiếc đuôi cá lấp lánh mà duyên dáng, nhẹ nhàng uốn lượn, tự phô diễn vẻ yêu kiều và tôn vinh tác phẩm của các nhà thiết kế.

Trong khoảnh khắc, bức tranh nên thơ của thiên nhiên và bàn tay tài hoa của người nghệ sĩ hiện ra trước mắt. Mặt trời nhè nhẹ ngự xuống gần mặt biển, nhuộm cả một khoảng trời đảo ngọc bằng sắc cam hồng rực rỡ. Đạo diễn Long Kan tiếp tục kết hợp "thủ pháp" âm thanh, một giọng opera đẹp ngân lên trên nền nhạc giao hưởng du dương, đẩy cảm xúc điện ảnh đến cao trào, đưa khách mời bước vào cõi mộng liêu trai.

Những công trình của Sun Group luôn được tạo ra để truyền cảm hứng khát khao bứt phá cho các điểm đến như thế. Giữa năm 2018, sau khi bị thôi miên bởi vẻ đẹp của cây Cầu Vàng mà Sun Group kiến tạo tại Sun World Ba Na Hills, Long Kan đã nảy ra ý tưởng làm Fashion Voyage. Tháng 7 năm đó, show "Dạo bước trên mây" đã biến Cầu Vàng trở thành sàn catwalk giữa sương mây bồng bềnh. Và sau Fashion Voyage #2 tại vịnh Hạ Long, Long Kan đã cùng với NTK Lê Thanh Hòa đưa show "Another Day" tới Ga tàu hỏa leo núi Mường Hoa của Sun Group tại Sa Pa - không gian mà trước đó, những con mắt sành sỏi của Louis





Ảnh: Fashion Voyage The Show.

Vuitton đã nhắm chọn, để đưa vào bộ hình quảng bá cho chiến dịch "Art of Travel" của nhà mốt danh tiếng bậc nhất nước Pháp.

Cầu Vàng đã làm nên một "kỳ quan mới của thế giới". Ga tàu hỏa leo núi Mường Hoa cũng đã đưa du lịch Sa Pa bước chân ra khỏi lãnh địa Việt Nam, khẳng định sức hút của nơi từng là thị trấn nghỉ dưỡng của người Pháp. Và khi những BST mang cảm hứng Địa Trung Hải của Fashion Voyage #3 được trình diễn giữa hoàng hôn vi diệu tại Sun Premier Village Primavera, rất nhiều quan khách đã nghĩ đến một tâm điểm phồn hoa, điểm đến của những sự kiện, lễ hội đẳng cấp bậc nhất Việt Nam.

Không chỉ là thước phim nên thơ, Fashion Voyage The Show #3 đã kể câu chuyện hành trình dấn thân của 7 nhà thiết kế trẻ được chính đạo diễn Long Kan lựa chọn. Đối với họ, Fashion Voyage 3 là mặt trời hy vọng và mơ ước – lần đầu tiên họ được giới thiệu với thế giới những đứa con tinh thần ấp ủ. Còn đối với giới mộ điệu, những "nàng thơ", người mẫu, khách mời đã theo chân chuyến viễn du thời trang, họ là 7 vầng mặt trời non của làng thời trang Việt.

Có thể nói, Fashion Voyage không chỉ là một show diễn thời trang thường niên thuần nhất, mà còn là nơi gặp gỡ của những "kẻ sĩ" yêu nghệ thuật, vị nghệ thuật. Hơn hết đó là hành trình đem cái Đẹp đến với tất cả mọi người, dùng cái Đẹp để nâng niu tâm hồn, thắp sáng đam mê.

CHẤT ĐIỆN ẢNH DỆT TỪ CẢM XÚC ĐI TỚI TRÁI TIM

Giống như bất kỳ tác phẩm điện ảnh nào, Fashion Voyage The Show #3 dẫn dắt cảm xúc người xem theo cách riêng: từ bất ngờ trước khung cảnh tuyệt mỹ của thiên nhiên, si mê tài năng người nghệ sĩ, đến say đắm với vẻ đẹp của những "nàng thơ" đang khoác trên mình những bộ trang phục lộng lẫy, dồn đẩy cảm xúc thăng hoa cùng show diễn, để rồi kết thúc viên mãn với rung động mãnh liệt.

Có được điều ấy, là một hành trình dài kết nối những tâm hồn yêu cái Đẹp, vị nghệ thuật. Thương hiệu mỹ phẩm cao cấp Menard là người bạn tâm giao đồng hành cùng Fashion Voyage suốt 3 mùa. Năm nay, sau một năm tạm hoãn vì sóng gió, Menard tiếp tục đồng hành Nhà sáng lập Long Kan trong vai trò "cầu nối" dìu bước các "nàng thơ" người mẫu đến với những sàn runway ấn tượng này; đồng thời kết hợp cùng Giám đốc Sáng tạo Nam Trung đưa đến "Chasing the Sun" những layout makeup lấy cảm hứng từ Mặt trời và vẻ Đẹp đích thực của người phụ nữ.

Sẽ không chỉ còn đó một show diễn đẹp đơn thuần, tất cả những tâm hồn đẹp, những khát vọng đẹp, những yếu tố đẹp cộng hưởng tạo nên một bức tranh hoàn mỹ, truyền tải mạnh mẽ thông điệp về vầng Mặt Trời không bao giờ tắt, một vầng Mặt Trời của tình yêu, lạc quan, của đam mê và sự vỗ về xoa dịu

TRƯỚC H&M



Những "ông lớn" nào cũng từng bị khách hàng tẩy chay

Thời gian qua, cộng đồng mạng tại Việt Nam đang sôi sục với những lời kêu gọi không mua sản phẩm của thương hiệu thời trang H&M. Chuyện xuất phát từ việc mạng xã hội lan truyền thông tin H&M chấp nhận hình ảnh "đường lưỡi bò" hay "đường chín đoạn" - một tuyên bố chủ quyền vi phạm UNCLOS 1982 của Trung Quốc ở Biển Đông, xâm phạm chủ quyền Việt Nam. Chưa dừng lại ở đó, cộng đồng mạng lan truyền tiếp những thông tin cho rằng không chỉ H&M, nhiều nhãn hàng thời trang khác cũng đăng tải bản đồ có "đường lưỡi bò".

Bài: **HOÀNG HÂN**

Về vụ H&M, người phát ngôn của Chính phủ khẳng định, Việt Nam "rất quan tâm tới thông tin" này, và yêu cầu các doanh nghiệp tôn trọng chủ quyền của Việt Nam đối với hai quần đảo Hoàng Sa và Trường Sa, cũng như chủ quyền và quyền chủ quyền của Việt Nam đối với các vùng biển liên quan ở Biển Đông. Tuy nhiên, trước H&M, thế giới cũng từng có nhiều nhãn hàng đình đám vấp phải sự tẩy chay của khách hàng với nhiều lý do khác nhau.

"Ông vua đồ uống" Coca-cola

Độ nổi tiếng và phổ biến của thức uống được ưa chuộng này không cần phải bàn cãi thêm. Theo Business Insider, 94% dân số thế giới có thể phân biệt được logo của Coca-cola. Thế nhưng, ngay tại "quê hương" của thương hiệu đồ uống này – nước Mỹ, người ta vẫn không ngừng tranh luận về Coca-cola, thậm chí trong nhiều thập kỷ, Coca-cola bị kêu gọi tẩy chay.

Năm 1968, trong một bài phát biểu được gửi đi 1 ngày trước khi qua đời của Martin Luther King – nhà hoạt động nhân quyền có tầm ảnh hưởng nhất nước Mỹ, người từng đoạt giải Nobel Hòa Bình, ông viết: "Tôi muốn nói rằng, hãy ra khỏi nhà ngay tối nay và nói với hàng xóm của mình đừng bao giờ mua Coca-cola nữa".

Nguyên do của những lời kêu gọi này bắt nguồn từ các vụ bê bối đình đám của Coca-cola liên quan tới đạo đức kinh doanh như: trốn thuế, bóc lột sức lao động của công nhân, kỳ thị người Do Thái, phân biệt chủng tộc, ...

Bỏ qua nguồn doanh thu khổng lồ cũng như số lượng bán ra hàng ngày trên thế giới, năm 2000, Coca-cola từng phải bồi thường cho công nhân 192,5 triệu USD vì những "scandal" nói trên. Chưa hết, thương hiệu này nhiều lần bị lên án bởi chiến dịch quảng cáo chứa hình ảnh khiêu dâm tại Úc, phiên âm thương hiệu khiếm nhã tại Trung Quốc hay chiến dịch truyền thông phản khoa học "H2NO" tại Mỹ, ...



Gà rán KFC

Món gà rán được nhiều người ưa chuộng này không ít lần vấp phải các chiến dịch tẩy chay của người tiêu dùng thế giới.
Năm 2001, một đoạn video giết gà của Kentucky Fried Chicken (tên gọi trước đó của KFC) đã gây ảnh hưởng nghiêm trọng tới chuỗi cửa hàng ăn nhanh này. Bất chấp những nỗ lực thay đổi của KFC từ năm 2009, người tiêu dùng Mỹ - quê hương của món gà rán nổi tiếng vẫn tỏ ra "lạnh nhạt" với thương hiệu trên.

Năm 2013, khi dịch cúm gia cầm có nguy cơ bùng phát tại nhiều quốc gia châu Á, người tiêu dùng tỏ ra lo sợ về sự an toàn của các sản phẩm chế biến từ gà. Rất nhiều người tiêu dùng Trung Quốc đã "nói không" với món KFC vốn rất được ưa chuộng tại thị trường rộng lớn này. Theo thống kê, doanh thu của công ty sở hữu thương hiệu KFC tại Trung Quốc tháng 4/2013 giảm tới 29%.

Tại Anh, KFC từng phải xin lỗi 1 nam sinh viên 19 tuổi vì "bỏ quên" 1 quả thận trong quá trình chế biến nguyên liệu. Chưa hết, tại Trung Quốc, hãng này liên tục bị phát hiện sử dụng gà nuôi bằng chất kháng sinh, kích thích tăng trưởng, thậm chí sử dụng hóa chất có nguy cơ gây tổn thương não.



Nhiều bậc phụ huynh cho rằng hình ảnh mà Victoria"s Secret xây dựng sẽ ảnh hưởng không tốt tới con gái họ



Nội y Victoria's Secret

Hãng nội y đình đám thế giới không ít lần vướng bê bối, ảnh hưởng đến uy tín của thương hiệu. Đầu tháng 11/2014 – trước thềm Victoria's Secret Fashion Show, chiến dịch quảng cáo của thương hiệu đồ lót đình đám nước Mỹ đã bị phản đối rầm rộ ngay khi tung ra, thậm chí bị kêu gọi tẩy chay.

Một nhóm sinh viên Anh (khởi xướng là Gabriella Kountourides, Laura Ferris và Frances Black) phối hợp với trang web Charge.org đã cho rằng thông điệp "Perfect Body" (Tạm dịch: Cơ thể hoàn hảo) của hãng mang tính xúc phạm, vô trách nhiệm và độc ác. Họ yêu cầu thương hiệu phải nói lời xin lỗi người tiêu dùng vì khiến nhiều phụ nữ cảm thấy tự ti, đồng thời không chấp nhận việc các người mẫu được chỉnh sửa qua photoshop, đôi chân dài như búp bê sống, vòng eo nhỏ tí xíu và ngực được đẩy lên hết cỡ mới là... hoàn hảo.

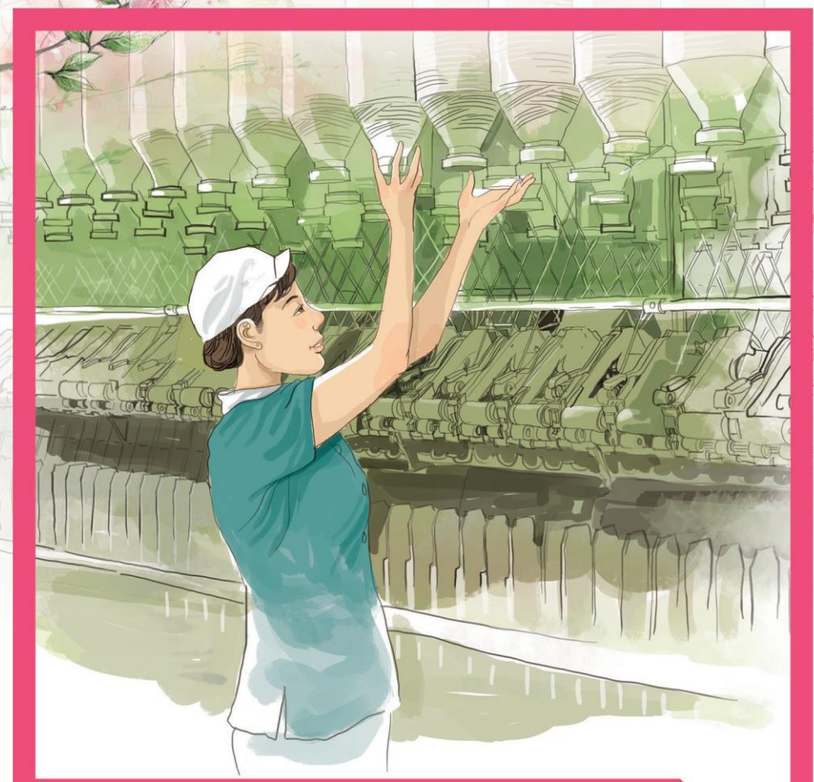
Bên cạnh đó, nhiều phụ nữ trung niên có con gái đang tuổi lớn cho rằng, các hình ảnh quảng cáo của Victoria's Secret không phù hợp với tất cả phụ nữ nói chung bởi không phải phụ nữ nào cũng có những số đo chuẩn mực và thân hình như "búp bê sống" của các thiên thần nội y nổi tiếng của hãng. Ngoài ra, nhiều phụ nữ cho rằng, các siêu mẫu của Victoria's Secret quá gầy gò và thiếu sức sống.

Thương hiệu thể thao Nike

Trước thềm thế vận hội Olympic 1990, thương hiệu thể thao nổi tiếng thế giới đã bị kêu gọi tẩy chay vì những bê bối liên quan tới bóc lột sức lao động công nhân. Theo đó, vì tham nhân công rẻ, các công xưởng của hãng đã không ngần ngại sử dụng trẻ em dưới độ tuổi lao động và bỏ qua các lợi ích, quyền lợi của công nhân.

Hội tẩy chay nhãn hàng thể thao nổi tiếng đã cực lực phản đối những hành vi trên và kêu gọi người tiêu dùng quay lưng với "Nike". Vụ việc trở thành một bài học để đời đối với các thương hiệu lớn trong quá trình sử dụng người lao động, nhất là ở các quốc gia phát triển như Tây Âu và BắcMỹ

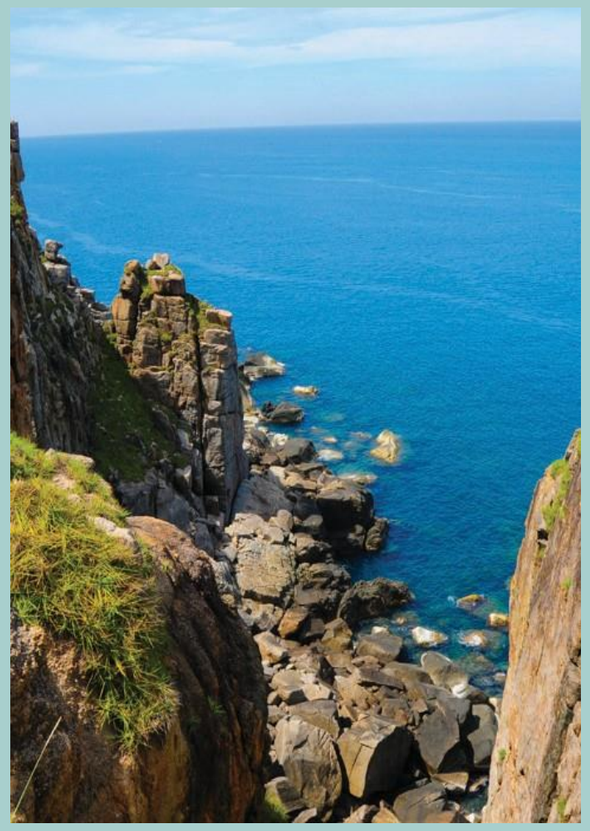
Phu Bai Spinning
SỢI PHÚ BÀI



CÔNG TY CỔ PHẦN SỢI PHÚ BÀI
Địa chỉ: KCN Phú Bài, phường Phú An, thị xã Hương Thủy, tỉnh Thừa Thiên Huế
Tel: +84-234- 3863240/ 3863355/ 3863367 **Fax:** +84-234- 3863363
Email: sales@phubaispinning.com **Website:** www.phubaispinning.com

Công ty Cổ phần Sợi Phú Bài là đơn vị thành viên của Tập đoàn Dệt May Việt Nam, được thành lập và chính thức đi vào hoạt động SXKD từ ngày 01 tháng 03 năm 2003. Công ty chuyên sản xuất Sợi các loại cung cấp cho thị trường nội địa và xuất khẩu và kinh doanh nguyên vật liệu, thiết bị ngành kéo Sợi.

Năng lực: 50,160 cọc sợi
Các sản phẩm chính: Sợi pha TCCm & TCCd (65/35),
CVCm & CVCd (52/48 hoặc 60/40),
100% CoCd
Sản phẩm mới: Cotton/Modal (50/50 hoặc 60/40)
Chi số: Ne 16/1 ~ Ne 45/1, Ne 16/2 ~ Ne 45/2



Mũi Điện, Phú Yên

Năm 2015, bộ phim Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh được chuyển thể từ truyện dài của Nguyễn Nhật Ánh - một nhà văn nhận giải văn chương ASEAN, bắt đầu công chiếu tại các rạp trong nước. Sau đó hãng Fortissimo Films mua bản quyền phát hành quốc tế và được công chiếu tại LHP Cannes. Kể từ thời điểm đó, hình ảnh của Phú Yên bất ngờ được bạn bè quốc tế biết đến. Họ bắt gặp nơi đây một thế giới đầy thi vị và non trẻ, những hình ảnh giản dị thôi nhưng gần gũi đến lạ thường. Cảm xúc ấy dẫn đường họ tìm về đất Phú như để phơi mình trong nắng sớm và ngã mình trên những bãi cỏ xanh và hoa vàng.

Bài: **KHANH KHANH**

Phú Yên

Vẹn nguyên nét đẹp hoang sơ

VÙNG ĐẤT PHÚ YÊN MANG VẺ ĐẸP HOANG SƠ NHƯNG LÃNG MẠN

Theo Quy hoạch tổng thể đến năm 2020 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt: "Phú Yên sẽ trở thành cửa ngõ mới ra hướng đông cho vùng Tây Nguyên, phấn đấu trở thành một trung tâm du lịch, dịch vụ lớn. Ngành du lịch Phú Yên sẽ trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, công nghiệp sạch mang màu sắc độc đáo riêng".

Niềm tin du lịch sẽ khiến miền đất vốn đẹp nhưng còn nghèo này "thay da, đổi thịt" là hoàn toàn có cơ sở. Bởi nơi đây được bà mẹ thiên nhiên vô cùng ưu ái khi ban tặng rất nhiều vịnh, đầm, mũi, gành mang vẻ đẹp tự nhiên hoang sơ nhưng cũng không kém phần lãng mạn, kỳ thú. Đó là còn chưa kể tới chiều dài 189km bờ biển với giao hòa nắng vàng, cát trắng luôn nhiệt tình mời gọi du khách dầm mình xuống làn nước xanh. Đến với Phú Yên, chỉ lang thang ngắm cảnh cũng đủ thấy say lòng.

Tính đến 2020, mặc dù đang trong sự ảnh hưởng của dịch Covid nhưng số lượng các tour lữ hành trong cả nước cả Hà Nội và Tp Hồ Chí Minh đến với Phú Yên ngày càng nhiều, đặc biệt, lượng khách du lịch là người nước ngoài. Nhiều du khách nước ngoài đến đây không chỉ để du ngoạn, họ muốn tìm hiểu, khám phá về một Phú Yên kỳ bí, huyền hoặc như một câu chuyện cổ tích xa xưa. Điều này cho thấy, mặc dù bộ phim "Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh" công chiếu từ 2015 nhưng sức nóng, sức hút của con người, mảnh đất Phú Yên đã tạo nhiều ấn tượng đẹp cho những ai đã đến mảnh đất này.

***

Dừng chân xuống Cảng hang không Tuy Hòa, về khách sạn đã đặt và nghỉ ngơi một chút, được khách sạn gọi cho một hãng taxi tin tưởng, chúng tôi đi theo chỉ dẫn của người lái xe dễ mến, anh dẫn đường chỉ cho chúng tôi những điểm đến hấp dẫn.

CÓ MỘT MŨI ĐIỆN ĐẸP ĐẾN NAO LÒNG

Thuộc thôn Phước Tân, xã Hòa Tâm, huyện Đông Hòa, tỉnh Phú Yên, mũi Điện cùng ngọn hải đăng Đại Lãnh được xem là một trong những địa điểm đón ánh mặt trời lên đầu tiên trên lãnh thổ Việt Nam. Trước khi Mũi Đôi, Khánh Hòa được khám phá ra, Mũi Điện vẫn được xem như cực Đông Tổ quốc với tấm bia đánh dấu "điểm đón bình minh đầu tiên trên đất liền Việt Nam", chỉ bấy nhiêu là đã đủ lí do để Mũi Điện trở thành nơi không thể không ghé khi đến với Phú Yên rồi.

Đến chân núi để lên mũi Điện, thay vì leo bậc thang dẫn đến điểm ngắm bình minh, chúng tôi men theo những hòn đá để tận hưởng thêm không khí thiên nhiên đầu ngày. Leo chừng 1 km mới đến được ngã ba rẽ đi các hướng: đường lên ngọn hải đăng, đường ra mũi Điện và đường đến mũi Rạng Đông - nơi ngắm mặt trời lên. Khi chúng tôi đến mũi Rạng Đông, chân trời màu hồng phớt vừa chuyển sang màu vàng cam và mặt trời từ từ nhô lên.

Thật khó để diễn tả trọn vẹn cảnh sắc bầu trời hôm ấy. Trước mặt là biển Bãi Môn êm đềm nhịp sóng, bên kia là vách đá sừng sững xếp chồng lên nhau vươn mình ra biển, sau lưng là ngọn hải đăng vững chãi giữa dãy núi trập trùng. Lá cờ Tổ quốc tung bay đầy kiêu hãnh. Những tia nắng mới ló dạng đã vội vươn mình giữa trời cao, mặt trời đỏ rực như hòn lửa. Bức tranh thiên nhiên cũng theo đó chuyển từ thơ mộng sang hoang sơ, kỳ vĩ. Âm thanh sóng biển rì rào hòa cùng tiếng chim biển gọi bầy khiến không gian nơi đây càng thêm huyền ảo, say đắm.

Bãi Môn, Phú Yên





Mũi Điện, Phú Yên

Trên đường trở về, chúng tôi lại thêm lần nữa ngất ngây trước vẻ đẹp của con đường đến mũi Đại Lãnh. Màu xanh thăm thẳm của núi rừng, màu xanh bàng bạc của biển trời giờ hiện lên rõ nét trong sắc nắng vàng ươm. Nếu đèo Cả của đêm hoang dại, bí ẩn thì đèo Cả của ngày tràn đầy sức sống, tươi mới. Ngoái nhìn lần nữa về phía Mũi Đại Lãnh, ngọn hải đăng giờ là chấm nhỏ giữa nền trời, có chút tĩnh lặng mà ấm áp hùng vĩ.

Ghềnh Đá Đĩa – tuyệt tác của tạo hóa

Nhìn từ xa, Ghềnh Đá Đĩa như một tổ ong khổng lồ. Chốn thiên đường của đá này với những khối đá hình lăng trụ xếp liền nhau, ngay ngắn như muốn cùng ra biển khơi với vũ điệu hân hoan, hạnh phúc.

Bãi đá với hàng nghìn phiến đá độc đáo, lạ mắt, ánh lên màu đen huyền ảo giữa nước biển xanh trong và những con sóng bạc đầu. Những trụ đá hoặc nghiêng nghiêng hoặc xếp thẳng đứng chồng chất lên nhau, cao thấp khác nhau tựa như những chồng đĩa được xếp ngay ngắn như đang muốn hát một khúc tình ca giữa biển khơi. Ghềnh Đá Đĩa được hình thành do hiện tượng núi lửa phun trào dung nham xuống biển. Khi chúng gặp nước lạnh thì đông cứng lại cùng với hiện tượng di ứng lực. Chính vì thế mà toàn bộ khối nham thạch bị rạn nứt đa chiều tạo nên cảnh quan kỳ thú của vùng đất yên bình này.

Theo nghiên cứu, loại đá ở đây chính là đá bazan đã hình thành cách đây khoảng 200 triệu năm, được tạo ra trong quá trình hoạt động của núi lửa ở vùng cao nguyên Vân Hòa, nham thạch phun trào từ núi chảy ra biển.

Bãi Xép – Vẻ đẹp của xứ "Hoa vàng trên cỏ xanh"

Chỉ đến khi được trở thành phân cảnh cho bộ phim ăn khách "Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh", Bãi Xép mới thực sự được đông đảo du khách biết đến cho nên nơi đây

vẫn chưa được khai thác phục vụ du lịch nhiều, cảnh quan vẫn giữ được nguyên vẹn vẻ hoang sơ vốn có.

Mang những đặc trưng của một bờ biển đẹp, Bãi Xép sở hữu một bãi cát vàng rực rỡ ôm trọn lấy làn nước xanh màu ngọc bích trong vắt. Nhón từng bước chân nhẹ nhàng xuống biển, chúng tôi cảm nhận được nguồn nước trong trẻo, mát lạnh tưởng như đang ở một hồ nước đá, xua tan đi sự nóng nực và và biết bao căng thẳng, mệt mỏi.

Men theo những đường mòn để đi lên những ghềnh đá lớn và chiêm ngưỡng vẻ đẹp Bãi Xép bao la được gói trọn trong tầm mắt. Chúng tôi đi lên những bậc đá sừng sững hùng vĩ này, ngắm nhìn những bãi cây xương rồng dày đặc nhô ra ngay trước biển xen lẫn với những vạt cỏ khô thấm đầm mưa nắng, cùng hoà theo tiếng gió thổi và tiếng sóng vỗ rì rào vang lên âm thanh biển cả thi vị.

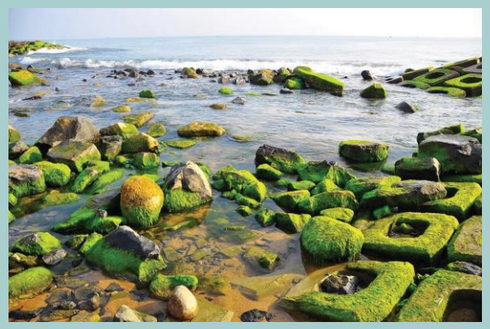
Có lẽ ấn tượng nhất với chúng tôi vẫn là bãi cỏ mênh mông xanh rì như một thảo nguyên nhỏ trên đỉnh Gành Xép. Không chỉ đến để chiêm ngưỡng cảnh thiên nhiên thơ mộng mà bạn còn được hoà mình vào đời sống mộc mạc, giản dị và nhịp sống trầm lắng của người dân biển Phú Yên. Vào những buổi chiều hè, bạn sẽ bắt gặp các em nhỏ hồn nhiên rong chơi vui đùa thích thú và thả diều trên những bãi cỏ rộng miên man, hay những người dân đang cần mẫn lao động chăm chỉ bờ biển.

Ghềnh Đá Đĩa, Phú Yên





Bãi Xép, Phú Yên



Bãi Rêu Xanh, Phú Yên





MẮT CÁ NGỪ ĐẠI DƯƠNG

Mắt cá ngừ đại dương là món ăn khiến du khách hay bất kì ai cũng nghĩ ngay nghĩ ngay đến Phú Yên. Với vẻ ngoài "nhìn to quá trông sợ sợ" của mắt cá ngừ khiến nhiều bạn không dám thử ngay nhưng khi đã thử qua món này bạn chắc chắn sẽ nhớ mãi hương vị của món này. Vị ngọt béo của mắt cá hòa quyện cùng vị thuốc bắc, vị cay nồng của ớt.

Quán Bà Tám
Địa chỉ: 289 Lê Duẩn, Tp. Tuy Hòa, Phú Yên
Giờ mở cửa: 8h00 – 20h00
Giá tiền: khoảng 30.000 VNĐ – 150.000 VNĐ/ 1người



BÁNH HỎI LÒNG HEO

Ở Phú Yên, bánh hỏi được làm từ bột gạo và được chế biến rất khéo léo để có được phần bánh mỏng, dai. Bánh hỏi được gia vị thêm mỡ hẹ, ăn kèm với thịt quay, thịt luộc và đặc biệt là lòng heo. Bánh hỏi, lòng heo được cuốn với bánh tráng, ăn kèm rau sống và bánh đa nướng. Bạn còn có thể ăn kèm cháo lòng nóng hổi.

Quán Hòa Đa
Địa chỉ: Quốc lộ 1A thuộc xã An Mỹ, TP. Tuy Hòa
Giờ mở cửa: 6h00 – 22h00
Giá tiền: khoảng 30.000 – 50.000 VNĐ/ phần



BÁNH CANH HẸ

Món bánh canh hẹ Phú Yên là món ăn đã nổi tiếng khắp nơi, ở Sài Gòn bạn cũng có thể dễ dàng thưởng thức món ăn mang thương hiệu của người dân Tuy Hòa, Phú Yên này. Món bánh canh có sợi bánh làm từ bột gạo, mềm và dai, ăn không bị bở. Chả cá được làm từ các loại cá biển được đánh bắt Phú Yên, cá được giã nhuyễn, nặn thành từng miếng, sau đó đem hấp chín rồi chiên vàng.

Quán bánh canh Bưu Điện
Địa chỉ: Đường Điện Biên Phủ, phường 7, Tuy Hòa, Phú Yên
Giờ mở cửa: 14h00 – 21h00
Giá tiền: khoảng 15.000 – 20.000 VNĐ / tô

Đặc sản Phú yên



DÊ NÚI CHÓP CHÀI

Các món ăn từ thịt dê núi với đủ cách chế biến như chiên, xào, nướng, luộc, hấp, lẩu,... với bàn tay khéo léo của người Phú Yên đã tạo thành món ăn độc đáo, đặc trưng mà bạn khó có thể tìm thấy ở vùng đất khác.

Quán Dê Chóp Chài
Địa chỉ: 644 Nguyễn Tất Thành, KP. Phước Hậu 1, Xã Bình Kiến, Tp. Tuy Hòa, Phú Yên
Giờ mở cửa: 14h00 – 22h00
Giá tiền: khoảng 30.000đ – 150.000 VNĐ/món

BÁNH BÈO CHÉN

Bánh bèo ở Phú Yên được đúc trong những chiếc chén nhỏ, được hấp nóng. Bánh dẻo và có vị thơm đặc biệt, được rắc bên trên bánh mì chiên giòn, chà bông và mỡ hẹ. Khi ăn, thực khách chỉ việc cho chút nước mắm chua ngọt vào, dùng muỗng múc bánh nóng ăn.

Quán Bánh bèo cô Mai
Địa chỉ: Dưới chân Tháp Nhạn, Tp. Tuy Hòa, Phú Yên
Giờ mở cửa: 15h00 – 22h00
Giá tiền: khoảng 20.000 VNĐ / khay 10 chén





CƠM GÀ PHÚ YÊN

Khi ăn cơm gà ở Phú Yên bạn sẽ nhận ra điều khác biệt hoàn toàn với cơm gà ở Sài Gòn. Nếu như cơm gà Sài Gòn là cơm gà chiên với nước chấm là tương ớt và xì dầu thì cơm gà Phú Yên là cơm được nấu từ nước luộc gà ăn với gà luộc nên cơm có màu vàng nhạt trông vừa lạ vừa hấp dẫn. Thịt gà được chế biến từ gà ta thả vườn nên thịt dai, ngọt và không mềm. Nước chấm là nước mắm chua ngọt ăn rất hợp vị với cơm gà.

Cơm gà Tuyết Nhung
Địa chỉ: 189 Lê Thánh Tôn, P.3, Tp. Tuy Hòa, Phú Yên
Giờ mở cửa: 6h00 – 22h00
Giá tiền: khoảng 25.000 – 55.000 VNĐ / người





HẢI SẢN ĐẦM Ô LONG

Đây là nơi có nguồn hải sản phong phú nhưng món ngon gây ấn tượng mạnh nhất chính là sò huyết. Sò huyết đầm Ô Loan có thịt dày, ngon ngọt và đậm đà hơn sò huyết ở địa danh khác. Có lẽ vì thế mà nó không chỉ nổi tiếng ở nội tỉnh mà còn vang danh khắp bốn phương, níu chân mọi du khách khi du lịch Phú Yên.

Quán Tuấn
Địa chỉ: Cầu An Hải, Tuy An, Phú Yên
Giờ mở cửa: 9h00 – 21h00
Giá tiền: khoảng 150.000 – 250.000 VNĐ/người

Những trải nghiệm khó quên với " Một ngày tại HTU "



Hàng năm, mỗi khi đến mùa tuyển sinh đại học, cao đẳng là các em học sinh lớp 12 lại đau đầu với bài toán làm sao để chọn được đúng trường, đúng nghề nghiệp mà khi ra trường có việc làm ngay, phát huy được năng lực bản thân và có cơ hội thăng tiến hơn trong công việc. Ngoài việc tự phân tích bản thân để hiểu rõ năng lực, sở thích và đam mê của chính mình để tìm kiếm ngành, nghề phù hợp cũng như nhu cầu của ngành trong hiện tại và tương lai, thì các em cần có được những tư vấn từ các thầy, cô và gia đình. Cùng với đó, việc được trực tiếp trải nghiệm môi trường đào tạo tại đại học sẽ giúp các em khám phá năng lực bản thân và chủ động hơn trong quyết định chọn ngành, trường của mình.

Bài: **XUÂN QUÝ**

Thấu hiểu được những suy tư, trăn trở đó của các bạn học sinh trung học phổ thông (THPT), trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội (HTU) đã tổ chức chương trình "HTU một ngày trải nghiệm" để giúp các em được tiếp cận các ngành đào tạo của Trường HTU ở cự ly gần, từ đó các em sẽ có những định hướng và quyết định lựa chọn ngành học cho phù hợp với năng lực bản thân.

Đúng 8h45 phút sáng ngày 11/4/2021, những chiếc xe đưa các em học sinh của trường THPT Lạng Giang số 1, THPT Hiệp Hòa số 3 (tỉnh Bắc Giang) và trường THPT Đông Hưng Hà (tỉnh Thái Bình) từ từ tiến vào cổng trường HTU. Mặc dù vừa trải qua một chuyến đi dài nhưng dường như mọi mệt mỏi đã tan biến khi các bạn bước xuống xe và nhìn thấy khuôn viên Nhà trường. Những tiếng cười nói, nô đùa và nhiều bạn còn cùng nhau chụp ảnh "tự sướng" với sự hãnh diện để khoe với bạn bè.

Quả thật, không tự hào sao được khi các em đang được tham quan và trải nghiệm tại một trường đại học hàng đầu Việt Nam về đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành Dệt May. Hàng năm, số lượng tuyển sinh





đại học của trường chiếm khoảng 40% tổng số tuyển sinh ngành dệt may của cả nước. Đây cũng là cơ sở giáo dục đại học duy nhất tại Việt Nam đào tạo đại học, cao đẳng phục vụ cho mô hình chuỗi cung ứng dệt may hoàn chỉnh với quy mô 5.000 sinh viên, bao gồm 7 ngành: Công nghệ Sợi, Dệt; Thiết kế thời trang; Công nghệ may; Công nghệ kỹ thuật Cơ khí; Công nghệ kỹ thuật Điện, điện tử; Quản lý công nghiệp dệt may; Marketing thời trang.

Vào đến Hội trường, các em vô cùng hào hứng tham gia các trò chơi và được xem trình diễn thời trang, giao lưu âm nhạc cùng các anh, chị sinh viên HTU. Sau đó, thay mặt Nhà trường, TS. Hoàng Xuân Hiệp, Bí thư Đảng ủy – Hiệu trưởng HTU giới thiệu về vị trí của ngành Dệt May Việt Nam trong chuỗi cung ứng toàn cầu, tác động của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đến ngành Dệt May Việt Nam và các cơ hội việc làm của Ngành. Theo đó, trong cách mạng công nghiệp 4.0, các vị trí lao động giản đơn, lao động thủ công sẽ bị giảm bớt bởi sự thay thế của máy móc, thiết bị và robot, đồng thời với đó là sự gia tăng nhân lực quản lý và kỹ thuật ở trình độ Đại học, Cao đẳng. Các dự báo cho thấy, so với số nhân lực trình độ đại học và cao đẳng năm 2016 thì vào năm 2025, ngành Dệt May Việt Nam cần thêm trên 130.000 nhân lực và đến năm 2030 là trên 210.000 nhân lực có trình độ đại học, cao đẳng. Đây là cơ hội làm việc lớn cho những ai theo học ngành này.

Sau đó, các em được chia ra để đi tham quan khuôn viên, khu Ký túc xá, Trung tâm sản xuất dịch vụ và cùng nhau trải nghiệm thử làm sinh viên các ngành đào tạo của nhà trường theo danh sách đã đăng ký từ trước. Được trực tiếp trải nghiệm phương thức đào tạo mang tính ứng dụng, "học" gắn liền với "hành" và tiếp cận các công nghệ hiện đại, tiên tiến thì các bạn học sinh đã hiểu được vì sao tỷ lệ có việc làm của sinh viên HTU sau khi tốt nghiệp là trên 90%.

Sau một ngày tham gia trải nghiệm, thực hành, giao lưu tại trường, bạn Nguyễn Thanh Ngân, trường THPT Đông Hưng Hà vui vẻ chia sẻ: "Đây là một chương trình rất hay, giúp em biết thêm nhiều cách học và cách sống của sinh viên. Em cảm thấy rất vui khi có cơ hội được tham gia chương trình này. Đây là một chương trình bổ ích, cho chúng em những trải nghiệm thú vị khi được hóa thân thành sinh viên thực thụ và được học tập trên giảng đường đại học. Ở đây em tin là mình sẽ được tạo mọi điều kiện để nghiên cứu ngành học mà mình theo đuổi. Chương trình lần này đã giúp em đưa ra được định hướng chắc chắn hơn cho việc chọn trường, chọn ngành, cũng như những bước làm quen ban đầu với môi trường đại học sau này".

Bạn Nguyễn Trung Quân, trường THPT Lạng Giang 1 cho biết: "Ngày hôm nay bọn em đã rất vui vì được nhà trường tạo điều kiện cho được làm thử sinh viên một ngày. Đây sẽ là những trải nghiệm không bao giờ quên trong quãng đời học trò của chúng em. Sau khi được nghe thầy Hiệu trưởng nhà trường giới thiệu về sự phát triển của ngành Dệt May Việt Nam, em nhận thấy các cơ hội nghề nghiệp của ngành trong tương lai là rất lớn".

Bạn Nguyễn Huyền Trang, trường THPT Hiệp Hòa 3 xúc động cho biết: "Cảm giác khi được làm sinh viên của HTU thật là vui. Điều đặc biệt của HTU là có Trung tâm thực hành sản xuất với công nghệ hiện đại ngay trong trường, giúp cho sinh viên vừa được thực hành mà còn lại có thêm thu nhập. Sau ngày hôm nay, em sẽ có những suy nghĩ thật nghiêm túc về nghề nghiệp mình sẽ lựa chọn trong tương lai".

Ngày trải nghiệm kết thúc, nhưng trong tâm trí của các em, những dư âm của chuyến đi đáng nhớ nhất trong cuộc đời học sinh này sẽ còn đọng lại mãi. Chuyến đi đã giúp các em hiểu hơn về ngành Dệt May Việt Nam và những cơ hội nghề nghiệp của Ngành để đưa ra những quyết định đúng đắn về ngành nghề mình sẽ theo học khi lên Đại học

NÀNG DÂU BƯỚNG BỈNH

Tác giả: **KIỀU BÍCH HẬU**

Phượng hai mươi tám tuổi, da trắng, tóc dài mướt mải, thắt đáy lưng ong trong bộ váy dài cổ cao kín đáo, dáng đi thướt tha mềm mại. Chừng ấy chẳng đủ để khỏa lấp sự sắc sảo của đôi mắt đen láy và ánh nhìn xuyên gáy của cô. Cô có vía của chim Phượng đỏ. Cô lại vừa nhậm chức Chủ tịch Hội Liên hiệp phụ nữ huyện Đan Khương. Chuyện này chưa có tiền lệ. Một cô gái trẻ như cô, quá trẻ để ngồi "ghế nóng" ấy.



Nhưng Phượng không nghĩ là mình trẻ. Cô đã sống gấp ba lần người khác. Lấy chồng khi mới mười chín tuổi, vẫn lên giảng đường và điềm nhiên mang bầu, Phượng tốt nghiệp Đại học khoa học xã hội và nhân văn thì cũng là lúc cô kịp có hai con, một trai một gái. Trong lúc vừa làm công tác Phụ nữ ở xã, huyện, cô vẫn kịp lấy bằng Thạc sĩ ngành Xã hội học. Thế rồi vị trí của cô trong công tác phụ nữ cứ thay đổi mỗi năm, và chỉ sau gần sáu năm công tác, cô đã có vị trí đứng đầu Hội phụ nữ huyện nhà. Có người nói Phượng may mắn, gặp đúng chủ trương của bên trên, muốn đổi mới, đưa cán bộ trẻ, có trình độ vào vị trí lãnh đạo cao. Người ác miệng thì tung lời đồn Phượng ham chức sắc, dùng mỹ nhân kế để giành ghế.

Phượng chẳng mấy quan tâm lời ong tiếng ve. Cô mải tập trung vào kế hoạch của mình, tổ chức cho phụ nữ huyện nhà chung tay thay đổi bộ mặt văn hóa thôn quê nơi mình sống. Trước nay, phụ nữ Đan Khương có truyền thống đảm đang, cần cù, nhẫn nại, yêu chồng, thương con, hy sinh tất cả cho đời sống kinh tế gia đình. Tuy nhiên, phạm vi giá trị đó chỉ mới gói trong mỗi gia đình, Phượng muốn chị em kết nối với nhau nhiều hơn, chung tay làm những việc đóng góp cho xã hội. Phượng viết một đề án trong đó vạch ra kế hoạch dọn rác ven đường làng, trồng hoa hai bên đường, vẽ tranh phong cảnh, sinh hoạt văn hóa, tranh cổ động lên các bức tường bao các khu nhà dọc đường đi, đặt tên cho đường phố, đặt số cho mỗi nhà…

Cấp trên đồng ý với đề án của Hội phụ nữ huyện, lấy xã Đan Khương làm thí điểm dự án, nhưng đến khâu duyệt cấp kinh phí thực hiện thì nghẽn. Phượng đã ba lần xin gặp ông Phiên, chủ tịch huyện để thuyết phục. Nhưng ông Phiên một mực cho rằng, kinh phí cả năm dành cho Hội phụ nữ hoạt động chỉ có bấy nhiêu thôi, đề án của Phượng phát sinh giữa năm, không có nguồn nào để trích ra cấp cho dự án nữa. Phượng cần chờ tới cuối năm, khi lập kế hoạch hoạt động cho năm tới, sẽ xem xét đưa đề án của Phượng vào để xin cấp kinh phí.

Phượng thấy sốt ruột. Mỗi buổi sáng đi làm, cô đi xe máy qua con đường liên thôn hai bên chồng chất rác thải, mùi xú uế nồng nặc xông lên những hôm trời nắng nóng, nước đen ngòm chảy ra từ đống rác những hôm trời mưa, khiến Phượng u uất, thấy mình vô dụng. Một mặt, Phượng vận động và hướng dẫn phụ nữ trong các thôn, xã cách hạn chế rác thải, ủ rác thải hữu cơ làm phân bón cho đồng ruộng, thì mặt khác cô vẫn trăn trọc nghĩ cách làm sao để có kinh phí thực hiện ngay dự án làm đẹp đường làng. Ba lần gặp ông Phiên tại văn phòng chủ tịch huyện không nhằm nhò gì, Phượng quyết định hẹn gặp riêng. Cô nhắn tin mời Chủ tịch đi ăn trưa với mình. Ông Phiên đồng ý ngay. Nhưng ông hẹn gặp Phượng tại một nhà hàng ở tận huyện Phúc Thắng. Phượng hơi nghi ngại, lý do gì ông Phiên lại hẹn cô ở nơi xa vậy, trong khi tại huyện nhà cũng có những nhà hàng có tiếng? Nhưng cô vội dập tắt ngay dòng suy diễn không có lợi. Cần nhất là được gặp ông Phiên ở một nơi khác, khi ông có thể thoải mái hơn, và biết đâu đề án của cô sẽ được thực hiện sớm…

***

Nơi ông Phiên hẹn Phượng là nhà hàng Linh Chiểu, có vườn rộng, với những hàng cây bưởi, xen khế, na, ổi và mít. Đặc biệt, có rất nhiều giò lan rừng được ghép khéo léo trên tất cả thân, cành cây trong vườn. Những giò lan đuôi chồn, cáo, vũ nữ, phi điệp,… đang trổ hoa, rủ từng dải vàng tươi, tím ngát, trắng tím, trắng kem đẹp tĩnh lặng, tỏa hương bí ẩn, u hoài. Bàn ăn được đặt dưới những nhành lan, vừa kín đáo, vừa gần gũi. Khi thức ăn được bày xong, phục vụ lặng lẽ lỉnh đi, chỉ còn lại những mắt lan âm thầm nửa như quan sát, nửa như tỉnh bơ. Phượng thích nơi này, có cảm giác tự do, thoát khỏi mọi sự soi mói của những con mắt đời thường tại nơi quen thuộc. Cô hy vọng ông Phiên cũng có cảm giác tương tự, để cô có thể mở lòng với ông, nói hết ý định của cô, thuyết phục được ông đồng ý cho cô triển khai ngay đề án.

- Em ăn đi cho nóng – Ông Phiên cầm một bánh tẻ, còn bốc khói như vừa được lấy từ nồi hấp ra, để vào chiếc đĩa lớn trước mặt Phượng – Anh chỉ gọi bánh tẻ, giò bò, nem nướng. Ba món ngon của xứ này. Sau đó chúng ta ăn kẹo lạc và uống nước chè. Em thấy có được không?

- Rất ngon và quá đủ, vả lại, chúng ta cần câu chuyện kia được giải quyết. Em quá hào hứng nên không thể tập trung được chuyện ăn uống đâu.

- Hóa ra em mời anh đi ăn trưa là vì cái đề án hay ho đó của em – Ông Phiên tay bóc bánh, mắt nhìn Phượng thăm dò – Anh thấy nó có gì quan trọng đâu!

- Vậy anh thấy điều gì mới quan trọng? – Phượng ngừng tay bóc bánh, ngẩng lên hỏi ông Phiên.

- Em mới quan trọng, chính phụ nữ Đan Khương quê ta mới quan trọng. – Ông Phiên mỉm cười – Chúng anh chỉ cần phụ nữ đẹp như em, tươi cười suốt ngày – đó là những đóa hoa đẹp nhất rồi. Không cần đường có hoa, nhà có số hay phố bích họa gì gì đó trong đề án của em đâu.

- À, té ra vậy, chứ không phải vì kế hoạch năm nay đã hết kinh phí! – Phượng kêu lên.

- Các bản báo cáo đẹp cuối năm chỉ cần chỉ tiêu tăng trưởng kinh tế của huyện, số phụ nữ thoát nghèo, phụ nữ tiến bộ được đi học, phụ nữ tri thức về quê đóng góp kiến thiết huyện nhà, có báo cáo nào nêu lên mỗi phụ nữ trồng được mấy cây hoa, vẽ được mấy bức tranh đâu! – Ông Phiên nói, xắn một miếng bánh tẻ đưa lên miệng.

- Em nói thật nhé, dù sau đó anh có ghét em cũng mặc. – Phượng với tay lấy một tép giò gói trong lá chuối – Kinh tế đi lên, nhà xây cao tầng, mà rác ngập đường làng, không khí ô nhiễm hôi hám, ao tù nước đọng vì rác, thì văn hóa ở đâu, tiến bộ đi lên ở đâu?

- Nhưng em thấy đấy, ở đâu cũng thế thôi, người ta đua nhau phát triển kinh tế… - Ông Phiên thủng thẳng.

- Chúng ta cần khác, cần thay đổi tư duy. - Phượng uống một ngụm nước vối nóng, hằng giọng – Kinh tế là để phục vụ đời sống. Thay vì để những đồng tiền mốc trong ngân hàng, chúng ta hãy để tiền nở hoa ngoài đường và cộng đồng được thưởng thức.

- Phù phiếm! – Ông Phiên phẩy tay – Thay vì trồng hoa, sao em không trồng rau, trồng cây ăn quả, trồng củ lấy cái ăn?

- Em không chỉ có cái dạ dày, em còn có trái tim, có tâm hồn! – Phượng sửng sốt. – Giá trị sống của con người không chỉ nằm trong dạ dày!

- Em mâu thuẫn quá! – Ông Phiên cau mày – Thế sao em không mời anh đi ngắm hoa ở khu vườn hay resort nào đó, mà lại mời anh đi ăn trưa?

Phượng bật cười, cô nhìn kỹ ông Phiên mà không thấy ngại nữa. Và cuối cùng, cô cũng nhận ra ông có gì đó đáng mến, như một con người. Cô thấy có thể tin tưởng ông.

- Ăn trưa, đó chỉ là một khái niệm mang tính biểu tượng. – Phượng chậm rãi nói. – Thực chất, em muốn kết nối với anh theo cách chân tình, chia sẻ chứ không mang tính hình thức như khi ở văn phòng.

Phiên nhấp ngụm nước vối, chép miệng. Theo hình dung của một kẻ quyền lực, thì kịch bản phải khác, ông và cô sẽ đến một khách sạn có nhà hàng sang trọng, cùng nhau ăn món bít-tết, uống một chai vang đỏ của Ý, lâng lâng qua trưa, và tiếp tục cùng nhau cả một buổi chiều muốn làm gì thì làm. Họ sẽ Cho và Nhận, hoặc Trao và Đổi. Cả hai đều được cái mình Muốn, điều mình Cần. Một người đàn ông trung tuổi quyền lực và còn nhiều sức lực, với một cô gái trẻ xinh đẹp đang muốn khẳng định năng lực, thì điều gì tất yếu cần xảy ra?

***

- Mẹ ơi, - Bé Ốc thì thầm – Bà nội hôm nay dọa con, là bà đuổi cả mẹ cả con ra khỏi nhà mình nếu con hư đấy. Bà còn bảo, rằng mẹ hư thì con chẳng chóng thì chày cũng hư thôi.

Phượng sửng sốt trước những lời cay nghiệt của người lớn lại tuôn ra từ miệng con trẻ. Bé Ốc mới lên tám tuổi, em Hến nó mới lên sáu tuổi. Những lời "đòn roi" từ miệng mẹ chồng, không trực tiếp vút vào cô, mà lại gián tiếp thông qua lời đứa trẻ non nớt như thế này, mới kinh khủng làm sao. Phượng không e ngại va chạm, cô cũng không bao giờ muốn giấu mình, nhưng từ

khi cô vào vị trí Chủ tịch Hội Phụ nữ, mẹ chồng cô bắt đầu phản ứng, và Phượng thì cố nhịn. Cô hiểu rằng, bà nghe những lời ong tiếng ve, rằng cô đã quá thân mật với một số nam nhân trọng yếu ở huyện nhà, thậm chí cả một VIP trên thành phố. Thời gian qua, cô quả nhiên vì đề án mới muốn thực hiện, thay đổi diện mạo đường làng, lối xóm, mà cô có gặp gỡ các vị lãnh đạo huyện, thành phố nhiều hơn. Điều ấy không qua được tai mắt thiên hạ. Nhưng Phượng đã vượt qua được cửa ải lớn là ông Phiên, khiến ông đồng ý duyệt cấp kinh phí cho đề án của cô, cô cũng đã vận động được bà con chịu cùng đầu tư với chính quyền để thực hiện đề án, thì cô không thể để một khối thuốc nổ nằm ngay trong nhà mình được. Làm lãnh đạo là phải biết đối nội đối ngoại, kiềm tỏa thù trong giặc ngoài. Mà thù trong còn nguy hiểm hơn giặc ngoài.

Hằng đêm, Phượng thủ thỉ với chồng, mong anh chia sẻ những khó khăn của mình, nhất là chuyện làm sao để mẹ anh tin cô, chứ không tin những đồn đại tai hại bên ngoài. Đức, chồng Phượng chỉ nói: "Anh tin em là đủ. Còn mẹ thì anh chịu, đến anh còn chẳng nói chuyện nổi với mẹ. Chỉ cần nói một câu khác ý là bà bù lu bù loa lên. Nhìn thấy mẹ là anh đã cấm khẩu rồi. Em hiểu anh mà. Có khi em nói trực tiếp với mẹ lại còn hiệu quả hơn lời anh nói."

Phượng hít một hơi thật dài. Chẳng lẽ cô đã thuyết phục được biết bao phụ nữ nông dân, trình độ văn hóa còn hạn chế trong huyện, mà cô lại không thể thuyết phục được mẹ chồng, một người gần với cô, ngay trong gia đình, thậm chí bà từng là một cán bộ ngành y tế?

Nghe tiếng động lớn trong bếp, có vẻ như có gì đổ vỡ, Phượng vội chạy vào bếp. Cô thấy mẹ chồng lúi húi trên sàn, thu nhặt mảnh vỡ chiếc liễn đựng su hào muối.

- Mẹ để con dọn! – Phượng thụp xuống bên mẹ chồng – Cẩn thận không đứt tay đó mẹ.

- Nhà này quá nhiều việc, chả ai chịu làm! – Bà Nhân chống gối đứng lên – Tôi cứ phải vội vàng, mà vội thì ra nông nỗi này đấy.

- Mẹ ơi, mẹ biết đấy, công việc của con chẳng có giờ giấc nào, nên con không làm được hết việc nhà như mẹ muốn. Con đề nghị thuê người giúp việc, để mẹ không phải động tay vào nữa. – Phượng nói.

- Tôi không thích có người lạ trong nhà. Vả lại, lần trước thuê người, nó làm nhuôm nhoam, tôi dọn lại còn mệt hơn. – Bà Nhân dóng dả.

- Thì mình phải hướng dẫn người ta. Họ cũng là con người, có tai, có mắt, dần dần họ mới quen cách làm của nhà mình. Nhưng chưa hướng dẫn gì cả mẹ đã đuổi người ta.

- Tôi muốn chị phải để ý con cái nhà cửa. Chị đi lấy chồng để làm gì nếu những việc trong nhà chị không chịu làm? – Bà Nhân bực quá, nói huỵch toẹt. – Tại sao chị lại cứ phải chăm chăm đi vác tù và hàng tổng, trong khi việc nhà chị thì chị không làm. Gia đình này không cần chị phải làm công to việc lớn bên ngoài, chúng tôi cần chị làm dâu cho trọn vẹn.

- Con hiểu việc mẹ cần, nhưng con đề nghị mẹ cứu xét đến điều con cần nữa ạ. – Phượng từ tốn nói – Con có năng lực và đam mê làm công tác phụ nữ. Với việc đó, con có thể đóng góp tốt nhất cho cộng đồng, và phát triển cộng đồng, trong đó có nhà ta. Việc nhà mình, con có thể làm không nề hà gì. Nhưng nó chiếm thời gian và lãng phí năng lực của con, trong khi con có thể thu xếp ổn thỏa việc nhà mà con không nhất thiết tự làm. Mẹ hãy cho con làm như thế.

- Chị coi việc ngoài kia quan trọng hơn việc trong nhà này à? – Bà Nhân vẫn một mực kết tội – Nếu việc nhà này chẳng đáng gì trong mắt chị, thì tại sao chị lại ở đây?

- Mẹ ạ, con muốn nói để mẹ hiểu và thông cảm cho con, chứ không phải để cự cãi. Nếu mẹ cứ nhất thiết rằng con cần phải ở nhà, làm việc nhà, thì con xin phép mẹ ra đi. Chín năm trước, khi con đến nhà mẹ, làm dâu con của mẹ, con chỉ mang theo một cái va ly nhỏ. Thì bây giờ nếu mẹ đồng ý cho con ra đi, con cũng chỉ mang theo đúng một cái va ly nhỏ, còn chồng con, và các cháu của mẹ, con xin để lại nhà cho mẹ. – Phượng nói nhỏ, nhìn vào mắt mẹ chồng, nhưng giọng cô như có gang có thép.

Phượng xách cái túi ni-lon đựng mảnh liễn vỡ, đi ra khỏi nhà. Cô đến cửa hàng tạp hóa đầu ngõ, mua năm chai bia Hà Nội, mang về. Ngồi ở bàn phòng khách, Phượng bật nắp chai bia, không buồn rót bia ra cốc, cô cứ thế dốc chai, uống từng ngụm lớn, đặt mạnh chai bia lên bàn, phát ra tiếng cạch khô khốc.

Đức nhìn thấy thế, bèn dắt hai con nhỏ ra khỏi nhà, đưa chúng đến cửa hàng tạp hóa mua kem ăn, rồi cùng chúng đi dạo loanh quanh.

Bà Nhân ở riết trong bếp, nhặt rau rồi lau bếp, bà miết đi miết lại cái giẻ trên vết ố mỡ bướng bỉnh dính trên viên gạch men ốp tường bếp, chốc chốc lại thở dài cái sượt!

***

Phượng phân công các chị em trong Ban chấp hành Hội Phụ nữ đi từng gia đình vận động bà con cùng chung tay thay đổi diện mạo đường làng, lối ngõ. Cô cũng vận động được một công ty giống cây trồng tài trợ hạt giống hoa, cây con để chia cho bà con cùng trồng ven đường. Lúc đầu có một số hộ gia đình không ủng hộ, họ lời ra tiếng vào phê phán, rằng trong thôn nước sạch còn thiếu, lại đi trồng hoa với chả cây



cảnh, làng chứ có phải phố đâu mà bày đặt đánh số má mỗi nhà, đặt tên đường! Bất cứ việc nhỏ đến lớn mà mới mẻ thì đều gây lời đồn, đều tạo ra tranh cãi ở thôn, xã. Có chị trong Ban chấp hành cũng nản chí, mệt mỏi, nhưng Phượng vẫn quyết đoán làm đến cùng mục tiêu. Càng nhiều người phản đối, cô càng muốn làm cho nhanh ra kết quả. Cô tin tưởng rằng, khi đường làng, lối ngõ khang trang sạch đẹp, hoa nở rực rỡ, thơm ngát, thì ai nấy sẽ đều bị thuyết phục mà thôi.

Nhưng tình hình trong gia đình Phượng không khá hơn. Kể từ cái hôm Phượng một mình uống năm chai bia, say ngật, thì bà Nhân hầu hết tránh mặt cô mỗi khi cô đi làm về. Chỉ có ông Hùng, bố chồng cô, muốn khỏa lấp sự căng thẳng đó, nên hay hỏi han tình hình công việc của cô hơn. Phượng cũng không nôn nóng sáp lại gần mẹ chồng. Đề án đang tiến hành khẩn trương, cô hầu như dồn hết năng lượng vào đó, nên khi về nhà, cô mệt rũ, không muốn cố gắng cải thiện tình hình trong gia đình. Cô đơn giản chờ đợi nó qua đi, hoặc là nó bùng nổ, và cô là người ra đi. Cô biết tính bà Nhân, rất khắc nghiệt với con dâu. Bà từng không ngần ngại tuyên bố "Đã mất tiền mua mâm thì đâm cho thủng!" Chị dâu cả trong gia đình này đã từng phải bỏ đi, và hai vợ chồng anh chị dù là con trưởng, đã không sống chung với bố mẹ chồng. Phượng thấy mình ở được với bố mẹ chồng trong suốt chín năm qua đã là một thành công, dù không dễ dàng. Nay nếu có phải đi, thì vợ chồng cô sẽ không quá nặng lòng tự trách bản thân.

Khi những bức tường đầu tiên chạy dọc đường chính trong thôn được trát lại và những bức tranh rực rỡ sắc màu hiện lên, thì dường như có một dòng cảm hứng chạy suốt tâm trí những người đang ra tay thực hiện dự án, truyền sang dân làng. Những gia đình có tường bao ven đường, chưa được trát và làm tranh thì đều nôn nóng thúc giục Ban quản lý dự án thực hiện cho họ. Hiệu ứng "Con gà tức nhau tiếng gáy" đã phát huy tác dụng tốt không ngờ. Dự án lúc đầu triển khai khá ì ạch do vấp phải phản đối, thì nay lại tiến triển nhanh không ngờ. Ai cũng muốn bức tường bao nhà mình phải thật đẹp, hoa trên vỉa hè phía nhà mình thật tươi nên họ sẵn sàng đầu tư tiền cùng dự án. Dự án huy động được số tiền gấp mười lần từ hình thức xã hội hóa. Khắp thôn ngõ hừng lên một không khí náo nức, tươi vui, phấn khởi. Năng lượng đã được kích hoạt vào việc tốt đẹp, khiến ai nấy đều rộng lòng, sẵn sàng bắt tay nhau để diện mạo thôn xóm được thay đổi. Nhiều đoàn các huyện khác về tham quan, báo chí đưa tin ngay khi dự án chưa hoàn tất, khiến người dân nơi đây càng tự hào.

Phượng nghĩ, khi cô viết báo cáo về dự án, cô sẽ phát triển nó thành một nghiên cứu về tâm lý cộng đồng ở một vùng thôn quê ngoại ô như Đan Khương này. Tất cả những trải nghiệm kinh khủng mà cô và những nữ cán bộ Hội đã từng có, chính là những bài học về việc dám bước ra khỏi vùng an toàn, và ràng buộc truyền thống, để tạo nên sự thay đổi.

Đang miên man suy nghĩ như thế, thì cô va phải mẹ chồng ở ngay cổng.

- Ơ kìa, mẹ. Mẹ đi đâu đấy? – Phượng lúng búng, cô vẫn chưa thoát khỏi cảm giác nặng nề mỗi khi nhìn thấy bà Nhân.

- À, tôi xách nước ra tưới mấy chậu hoa ngoài ngõ. – Bà Nhân đáp – Chị thì đi trồng hoa khắp nơi, trong khi ngõ vào nhà mình chẳng có cây hoa nào, lại đến tay tôi!

Phượng sững người trước câu trách cứ có phần âu yếm của mẹ chồng. Cô quay lại và nhận ra dãy chậu hoa sắp thành hàng lối ngay ngắn hai bên lối đi vào cổng nhà mình. Những bông hoa cúc trắng mờ trong ánh chiều chạng vạng như đang cố lay động vẫy chào cô. Vậy mà cô đã đi lướt qua chúng, không hề thấy. Cũng như cô đã không thể nhận thấy tâm hồn sâu thẳm của mẹ chồng, dưới cái vỏ bọc xù xì gai góc của bà, dưới cái cách ứng xử có phần cay nghiệt của bà.

Rân rấn nước mắt, Phượng lại gần, nhấc cái xô nước trong tay bà Nhân, đặt xuống đất. Cô cẩn trọng ôm lấy bà Nhân, đứng hồi lâu, đợi cho cái vỏ cứng của bà mềm rụm xuống, và cô cảm nhận hơi ấm từ trái tim bà, trái tim Người Mẹ.

- Con cảm ơn Mẹ! – Phượng nghẹn ngào thốt lên. Cô đã thực sự cảm nhận được Mẹ, một niềm hạnh phúc quá lớn đã đến, đã lóe sáng bất ngờ nhất.

- Vào nhà nghỉ ngơi rồi ăn cơm, cả nhà chờ con! – Bà Nhân đáp, trong lòng nhẹ nhõm.

Có lẽ, chính bà nên cảm ơn con dâu, bởi sự bướng bỉnh khủng khiếp, sự thẳng thắn ghê gớm của con mà bà phải chịu thua, đã giúp thiêu cháy sợi dây trói trong tâm can bà.

BẢN TIN VINATEX

tháng 3/2021

Ngày 12/3/2021

Chủ tịch Vinatex truyền đạt Nghị Quyết Hội đồng Quản trị Quí I/2021 tới Cơ quan Điều hành

Trong ngày 12/3/2021, HĐQT Tập đoàn đã họp phiên định kỳ quý 1, đánh giá kết quả 2020, công tác chuẩn bị Đại hội cổ đông thường niên 2021 và nghe báo cáo kết quả Quý 1 của Cơ quan Điều hành (CQĐH). Trên cơ sở đó, ngày 16/3/2021, Chủ tịch HĐQT Vinatex – ông Lê Tiến Trường đã làm việc với CQĐH Tập đoàn và Trưởng các ban chức năng để truyền đạt nghị quyết HĐQT Quý 1 và các vấn đề cần triển khai trong Quý 2.



Thay mặt HĐQT Tập đoàn, ông Lê Tiến Trường đã đánh giá cao và ghi nhận những nỗ lực mà CQĐH, các ban chức năng, người đại diện vốn Tập đoàn, và toàn thể CBCNV đã phấn đấu trong cả năm qua với tinh thần sáng tạo, quyết liệt, vượt mọi thử thách.

Về dự báo tình hình năm 2021 sau khi đã đi qua gần hết Quý I, HĐQT đánh giá khả năng phục hồi thị trường là tốt hơn hẳn so với năm 2020 do các thị trường đã có cách ứng xử và quản lý xã hội trong dịch bệnh với một cách tiếp cận mới. Tuy nhiên khả năng đạt đến mức tương đương 2019 còn là mục tiêu cao với Tập đoàn. Với tình hình hiện tại, HĐQT dự báo và giao nhiệm vụ cho CQĐH tiếp tục bám sát mục tiêu cao là quay trở lại mức doanh thu hợp nhất như 2019 và lợi nhuận hợp nhất đạt trên 90% mức 2019.

Ngày 14/3/2021

Đoàn lãnh đạo Vinatex thăm May Hưng Yên và Tiên Hưng

Ngày 14/3/2021, đoàn Cán bộ Lãnh đạo cao cấp của Tập đoàn DMVN do ông Lê Tiến Trường – Chủ tịch HĐQT làm Trưởng đoàn đã tới thăm hai doanh nghiệp may uy tín của tỉnh Hưng Yên, một vùng quê Bắc Bộ điển hình. Đoàn đã được chứng kiến những đổi thay đáng mừng ở hai doanh nghiệp này, mặc cho tình hình đại dịch hoành hành hơn một năm qua. Thành quả đó thể hiện tinh thần làm việc cần mẫn, chăm chỉ, đoàn kết, sáng tạo vượt bậc của người Hưng Yên.

Ngày 18/3/2021

Chủ tịch HĐQT Vinatex và Giám đốc Bệnh viện Đại học Y Hà Nội thăm và làm việc tại Bệnh viện Dệt May

Ngày 18/3/2021, Bệnh viện Dệt May đã tổ chức đón Chủ tịch Vinatex và Giám đốc Bệnh viện Đại học Y Hà Nội thăm và làm việc tại Bệnh viện. Cuộc đến thăm và làm việc này đã mang lại những dự định mới nhằm phát triển Bệnh viện Dệt May trong mối liên kết chặt chẽ với hệ thống y tế chung của cả nước.



Bệnh viện Dệt May đã trải qua 23 năm hình thành và phát triển. Từ một trạm xá của nhà máy dệt 8/3, năm 1998 được nâng cấp thành Trung tâm Y tế của Tổng Công ty Dệt May Việt Nam, cho đến nay đã trở thành bệnh viện cấp 2 với quy mô 170 giường bệnh. Trong suốt quá trình đó, Bệnh viện Dệt May đã phát triển theo hình thức tự chủ hoàn toàn, nhất là từ năm 2015 đến nay, Bệnh viện cũng không có sự đầu tư trực tiếp từ Tập đoàn Dệt May Việt Nam.

Sau khi tìm hiểu thực tế Bệnh viện Dệt May, PGS.TS Nguyễn Lân Hiếu – Giám đốc Bệnh viện Đại học Y Hà Nội nêu ý kiến: "Hai Bệnh viện có tiềm năng liên kết để phát triển, đặc biệt là 3 chuyên khoa: Phục hồi chức năng, Hỗ trợ cấp cứu bệnh nhân nặng và TeleHealth (Chăm sóc sức khỏe từ xa tích hợp công nghệ thông tin). Hai Bên sẽ tích cực tìm hiểu thông tin lẫn nhau để sớm có Biên bản ghi nhớ hợp tác. Hy vọng rằng, với sự liên kết, hợp tác này, hai Bệnh viện sẽ như hai người bạn song hành cùng phát triển."

Ngày 26/3/2021

Đoàn Thanh niên Vinatex mít tinh kỷ niệm 90 năm ngày thành lập Đoàn TNCS Hồ Chí Minh và Tổ chức Hội nghị BCH Đoàn thanh niên Vinatex lần thứ XIX nhiệm kỳ 2017 – 2022

Sáng 26/3/2021, Đoàn Thanh niên Tập đoàn Dệt May Việt Nam đã phối hợp với Đoàn Thanh niên trường Đại học Công nghiệp Dệt May Hà Nội (HTU) đã long trọng tổ chức buổi mít tinh kỷ niệm 90 năm ngày thành lập Đoàn TNCS Hồ Chí Minh.

Kế thừa những truyền thống, lý tưởng và nhiệt huyết của bao thế hệ Thanh niên đi trước, Đoàn Thanh niên Vinatex đã không ngừng nỗ lực phấn đấu và thực hiện tốt vai trò, nhiệm vụ của mình, góp phần vào việc nâng cao tính hiệu quả trong hoạt động sản xuất kinh doanh của Tập đoàn, khẳng định vai trò tiên phong, xung kích trong các phong trào đồng hành, chăm lo cho đoàn viên, thanh niên, xây dựng tổ chức đoàn ngày càng vững mạnh. Tập thể cán bộ Đoàn và đoàn viên, thanh niên Vinatex không có biểu hiện suy thoái về tư tưởng, đạo đức, có lối sống lành mạnh. Các phong trào hoạt động của Đoàn Thanh niên Vinatex luôn bám sát nhiệm vụ chính trị và hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp nên được Đảng ủy, Ban lãnh đạo các doanh nghiệp luôn hết lòng ủng hộ.



Cũng tại buổi mít tinh, nhiều tập thể, cá nhân của Đoàn Thanh niên HTU đã vinh dự được nhận Bằng khen, Giấy khen của Trung ương Đoàn, Đoàn Khối Doanh nghiệp Trung ương và Đoàn Thanh niên Vinatex.

Sáng ngày 08/4/2021, Đoàn thanh niên Vinatex đã tổ chức Hội nghị BCH Đoàn thanh niên Vinatex lần thứ XIX nhiệm kỳ 2017 – 2022. Tại Hội nghị, 100% các đồng chí trong BCH Đoàn Thanh niên Vinatex đã nhất trí bầu đồng chí Đỗ Khắc Dũng, Phó Bí thư Đoàn Thanh niên Vinatex, Phó Ban Tổng hợp Pháp chế Tập đoàn giữ chức Bí thư Đoàn Thanh niên Vinatex, thay cho đồng chí Nguyễn Xuân Thọ đã được điều chuyển nhận nhiệm vụ mới tại Trung ương Đoàn.

BẢN TIN CÔNG ĐOÀN

CĐDMVN HƯỞNG ỨNG CHƯƠNG TRÌNH 75 NGHÌN SÁNG KIẾN, VƯỢT KHÓ, PHÁT TRIỂN

Nhằm thiết thực hưởng ứng Tháng Công nhân, đồng thời khơi gợi và phát huy tinh thần sáng tạo, vượt mọi khó khăn, hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ trong đoàn viên, CNVCLĐ, Công đoàn Dệt May Việt Nam đã tổ chức triển khai Chương trình "75 nghìn sáng kiến, vượt khó, phát triển" của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam tại cấp ngành.

Đối tượng tham gia là đoàn viên, CNVCLĐ tại các CĐCS trực thuộc Công đoàn DMVN.

Nội dung sáng kiến có thể thuộc các lĩnh vực sau: sản xuất, kinh doanh; an toàn vệ sinh lao động, bảo vệ môi trường; cải cách hành chính, xây dựng Đảng và hệ thống chính trị, quản lý, điều hành; sáng kiến vì cộng đồng (y tế, giáo dục)...

CĐCS cập nhật các sáng kiến của đơn vị tham gia chương trình vào phần mềm của Tổng liên đoàn theo hướng dẫn trong kế hoạch (không giới hạn số lượng); lựa chọn các sáng kiến tiêu biểu đề nghị Công đoàn DMVN xem xét biểu dương, khen thưởng cấp ngành.

Công đoàn Dệt May Việt Nam trên cơ sở các sáng kiến được khen thưởng cấp ngành, lựa chọn 04 sáng kiến tiêu biểu, xuất sắc đề nghị TLĐ xem xét biểu dương, khen thưởng.

Giải thưởng cấp ngành như sau:

Giải	Sợi - Dệt - Nhuộm	May - Cộng đồng - Khác…
01 giải nhất	10.000.000 đ	8.000.000 đ
02 giải nhì	8.000.000 đ mỗi giải	6.000.000 đ
02 giải ba	6.000.000 đ mỗi giải	4.000.000đ
03 giải KK	4.000.000 đ/mỗi giải	2.000.000 đ

**Lưu ý: Công đoàn DMVN có thể xem xét bổ sung giải thưởng tập thể cho các đơn vị hoặc điều chỉnh tăng, giảm số giải và mức thưởng cho các tác giả (nhóm tác giả) tùy thuộc vào các yếu tố:*

- *Số lượng sáng kiến của đơn vị tham gia trên phần mềm của Tổng Liên đoàn.*
- *Số lượng, chất lượng các sáng kiến gửi về Công đoàn DMVN.*
- *Tỷ lệ sáng kiến giữa các nhóm lĩnh vực.*

TỔ CHỨC CUỘC THI VIẾT VỚI CHỦ ĐỀ: "MÁI NHÀ CỦA CHÚNG TÔI - CÔNG ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM"



Hướng đến kỉ niệm 25 năm thành lập (14/9/1996-14/9/2021), Công đoàn Dệt May Việt Nam tổ chức cuộc thi viết với chủ đề: "Mái nhà của chúng tôi - Công đoàn Dệt May Việt Nam".

Cuộc thi sẽ được tổ chức tại 2 cấp: CĐCS và CĐ ngành. Thời gian nhận bài từ ngày 25/3 đến 15/6/2021. Đối tượng tham gia bao gồm các cán bộ, đoàn viên, CNVCLĐ (hưu trí và đang công tác) tại các CĐCS trực thuộc CĐDMVN.

Nội dung thể hiện: Tình cảm, sự tin tưởng của cán bộ, đoàn viên, NLĐ đối với CĐDMVN nói chung và CĐCS nói riêng; Chân dung cá nhân, tổ chức công đoàn đã có nhiều hoạt động, thành tích đóng góp vào kết quả chung của hoạt động công đoàn, phong trào công nhân toàn ngành trong 25 năm qua; Chia sẻ những mô hình hay, cách làm tốt trong hoạt động công đoàn, phong trào công nhân tại cơ sở; Kể lại những kỉ niệm, câu chuyện đáng nhớ (của bản thân hoặc người khác) trong quá trình hoạt động công đoàn và tham gia phong trào công nhân; và các nội dung khác liên quan đến hoạt động công đoàn, phong trào công nhân.

Hình thức bài dự thi được thể hiện bằng văn xuôi, thơ hoặc bài hát (nếu là bài hát thì ngoài văn bản có lời được trình bày trên khuông nhạc, cần kèm theo bản thu âm lời và nhạc của bài hát).

Giải thưởng gồm:

Giải tập thể		Giải cá nhân	
01 giải nhất	10.000.000 đ	01 giải nhất	5.000.000 đ
02 giải nhì	7.000.000 đ/giải	02 giải nhì	3.000.000 đ/giải
03 giải ba	5.000.000 đ/giải	03 giải ba	2.000.000 đ/giải
05 giải KK	3.000.000 đ/giải	10 giải KK	1.000.000 đ/giải

CĐDMVN KÝ KẾT THỎA THUẬN HỢP TÁC VỚI NHIỀU TỔ CHỨC, NHÃN HÀNG

Trong cuối tháng 3, nửa đầu tháng 4/2021, Công đoàn Dệt May Việt Nam đã tiến hành ký kết thỏa thuận hợp tác với một số đơn vị, doanh nghiệp nhằm mang đến phúc lợi đoàn viên nhiều hơn nữa cho CNLĐ của ngành, cụ thể:

Sáng 26/3, Công đoàn Dệt May Việt Nam đã ký kết Thoả thuận hợp tác với Công ty TNHH Đầu tư và Quản lý Bảo Lâm Holdings về cung cấp sản phẩm sữa công thức cho trẻ sơ sinh Hismart . Đây là sản phẩm sữa nhập khẩu nguyên lon từ New Zealand, có nhiều loại chất dinh dưỡng gần với sữa mẹ, tăng khả năng miễn dịch, tăng cường trí não, tránh cho trẻ dậy thì sớm. Theo thoả thuận, các đơn vị, NLĐ trong hệ thống Công đoàn ngành sẽ được giảm giá 10% khi mua sữa Hismart trong năm nay.

Chiều ngày 8/4, Công đoàn Dệt May Việt Nam đã ký kết thoả thuận hợp tác với Chi nhánh Công ty CP Thiết bị khai thác Mỏ - Trung tâm lữ hành Heritage (Heritage Travel) và Công ty CP Dịch vụ Du lịch và Thương mại TST (TST Tourist) nhằm mang lại phúc lợi nhiều hơn cho đoàn viên công đoàn và người lao động trong các lĩnh vực vận chuyển, du lịch, lữ hành... Với sự hợp tác này, CĐCS cùng CBCNV NLĐ sẽ có thêm cơ hội thụ hưởng các chuyến tham quan, nghỉ mát chất lượng, hữu ích với nhiều chính sách ưu đãi dành riêng cho hệ thống; mức ưu đãi sẽ phụ thuộc vào quy mô, thời điểm, số lượng đoàn viên tham gia của từng đơn vị, từng chương trình.

Chiều ngày 13/4, Công đoàn Dệt May Việt Nam đã có buổi làm việc với Liên đoàn Lao động tỉnh Bắc Giang, qua đó hai bên cùng trao đổi kinh nghiệm, bàn bạc các nội dung trong phối quản các đơn vị Dệt May trên địa bàn tỉnh và ký kết quy chế phối hợp trong tăng cường chỉ đạo hoạt động công đoàn trong thời gian tới.



Lễ ký kết với Công ty Bảo Lâm Holdings



Lễ Ký kết hợp tác với Heritage Travel và Công ty TST

BẢN TIN VITAS

tháng 3/2021

Ngày 16/3/2021

Thành tích vận động chính sách của Hiệp hội Dệt May Việt Nam đã được ghi nhận

Tại Hội nghị trực tuyến tổng kết 5 năm hoạt động Tổ công tác của Thủ tướng tổ chức tại Hà Nội ngày 16/3/2021, Thủ tướng chính phủ Nguyễn Xuân Phúc đã biểu dương sự đóng góp của các Hiệp hội ngành hàng vào thành tích của Tổ công tác, trong đó có vai trò tích cực của VITAS.

Tiếp đó, ngày 17/3/2021 tại cuộc Họp báo "Báo cáo chỉ số đánh giá chi phí tuân thủ thủ tục hành chính năm 2020 (APCI 2020)", ông Mai Tiến Dũng - Bộ trưởng, Chủ nhiệm Văn phòng Chính phủ, Chủ tịch Hội đồng tư vấn cải cách thủ tục hành chính của Thủ tướng đã trao Bằng khen cho Hiệp hội Dệt May Việt Nam và cá nhân ông Trương Văn Cẩm – Phó Chủ tịch thường trực VITAS.

Trong những năm qua Hiệp hội Dệt may Việt Nam (VITAS) đã tham gia tích cực trong Hội đồng tư vấn cải cách thủ tục hành chính của Thủ tướng và Hội đồng tiền lương quốc gia, phối hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp (DN) hội viên nghiên cứu đề xuất với Chính phủ, các Bộ, ngành tháo gỡ các thủ tục hành chính và cơ chế chính sách còn gây khó khăn cho DN.

Ngày 18/3/2021

Vitas tổ chức chuỗi sự kiện chào mừng Ngày truyền thống, với chủ đề Xanh hóa ngành Dệt May, hướng tới phát triển bền vững

Ngày 18/3/2021, tại Nam Định, ông Vũ Đức Giang, Chủ tịch Hiệp hội đã chủ trì đoàn công tác thực hiện Lễ dâng hương tại Nhà truyền thống để kỷ niệm Ngày Truyền thống Ngành Dệt May Việt Nam 25/3. Cũng trong ngày, đoàn đã tới thăm quan mô hình sản xuất của một số đơn vị DN hội viên là Công ty Cổ phần May Sông Hồng và Công ty Cổ phần Nam Tiến. Tại đây, ông Vũ Đức Giang cùng đoàn công tác đã tiến hành trồng cây xanh, chính thức phát động phong trào toàn ngành Dệt May Việt Nam nghiêm túc hưởng ứng sáng kiến trồng 1 tỷ cây xanh của Thủ tướng Chính phủ phát động tại Chỉ thị số 45/CT-TTg ngày 31/12/2020. VITAS đã cùng WWF phát động cuộc thi ảnh trên fanpage mang tên Greening Vietnam Textile Industry Challenge Photo và nhận được sự hưởng ứng của rất nhiều doanh nghiệp dệt may.

Cũng trong dịp kỷ niệm Ngày Truyền thống, trong hai ngày 25 và 26/3/2021, VITAS đã đăng cai tổ chức chương trình Ngày Dệt May Việt Nam bền vững (Vietnam Sustainable Textile Day 2021). Chương trình nhận được sự hỗ trợ của Tổ chức Bảo tồn thiên nhiên thế giới WWF, Tổ chức Sáng kiến Thương mại bền vững IDH, bảo trợ truyền thông của Hiệp hội Quốc tế Bông Mỹ CCI, và thu hút được 250 đại biểu tham dự, bao gồm các tổ chức quốc tế như WWF, IDH, GIZ, IFC,... các nhãn hàng Puma, H&M, Target, VF, PVH, GAP, Primak, UNIQLO..., đại diện Ban Lãnh đạo DN và cán bộ CSR. Sự kiện được đông đảo DN đánh giá cao về nội dung và giá trị thực tiễn.

Chia sẻ tại Hội nghị, Ông Vũ Đức Giang - Chủ tịch Hiệp hội nêu rõ những khó khăn của DN trong năm 2020, và nhận định các doanh nghiệp đã có sự bình tĩnh cũng như khả năng thích ứng tốt hơn để phát triển ổn định trong năm 2021. Mục tiêu năm 2021 kim ngạch XK ngành Dệt May đạt 39,5 – 40 tỷ là một thách thức lớn. Hiện tại ngành Dệt May vẫn đang gặp tình trạng thiếu hụt nguồn cung nguyên phụ liệu và cạnh tranh gay gắt về nguồn lao động.

Về phát triển bền vững, doanh nghiệp và nhãn hàng phải có sự đồng hành và chia sẻ với nhau; đổi mới tư duy và phương pháp về đầu tư hạ tầng, thiết bị và công nghệ, tự động hóa; sử dụng sản phẩm tiết kiệm, tái tạo; bảo vệ quyền, lợi ích và sự ổn định của người lao động. Cần xây dựng chiến lược chuỗi cung ứng, tận dụng thế mạnh riêng của từng DN.



Ngày 26/3/2021

VITAS tổ chức khóa đào tạo về tuân thủ môi trường và quản lý hóa chất

A. HIGG INDEX - Tổng quan chương trình đào tạo Higg Index

Là thành viên chính thức của Liên minh May mặc Bền vững (SAC), VITAS đã tham gia hỗ trợ đẩy mạnh các hoạt động về chỉ số Higg - đo lường hoạt động bền vững và thúc đẩy sự minh bạch của chuỗi cung ứng và góp phần nâng cao hiệu quả và tác động bền vững đối với sự phát triển bền vững của Việt Nam trong lĩnh vực dệt may. Từ 2018 đến nay, VITAS phối hợp cùng các tổ chức (SAC, WWF, Bureau Veritas) mở hàng loạt các khóa đào tạo cũng như diễn đàn về chỉ số HIGG INDEX và nhận được sự tham gia tích cực từ các doanh nghiệp dệt may. Sau các chương trình đào tạo tại Hà Nội và Hồ Chí Minh, trong tháng 3 năm 2021, chương trình đào tạo đã được mở tại Đà Nẵng dành cho 35 học viên đến từ các nhà máy khu vực miền Trung.

Chương trình được hỗ trợ kinh phí đào tạo và được giảng dạy bởi giảng viên đạt chuẩn giàu kinh nghiệm, học viên đạt điều kiện sau khi tham dự sẽ được cấp chứng chỉ cấp quốc tế của Liên minh SAC.



B. Quản lý hóa chất – ZDHC – Textile Exchange

Để nâng cao năng lực sản xuất và giảm thiểu chất thải, tiết kiệm tài nguyên thiên nhiên, Tổng cục Môi trường (Bộ TN&MT) đã xây dựng hướng dẫn kỹ thuật "Quản lý hóa chất hướng tới giảm phát thải hóa chất độc hại trong doanh nghiệp ngành Dệt may Việt Nam" và khuyến khích doanh nghiệp dệt may áp dụng.

Không chỉ có những thông tin về tiêu chuẩn của Dệt May, cán bộ quản lý của DN cũng cần cập nhật các thông tin về ZDHC, Textile Exchange và các chứng nhận khác liên quan, nhất là khi làm việc với các nhãn hàng trong bối cảnh Việt Nam đã tham gia nhiều hiệp định thương mại thế hệ mới.

Bởi nhu cầu cấp thiết đó, ngày 26/3 tại Tp. HCM, VITAS tổ chức khóa đào tạo ZDHC đầu tiên cho các DN dệt may với sự hướng dẫn của những giảng viên đạt chuẩn giàu kinh nghiệm thuộc Công ty Bureau Veritas CPS VN và các chuyên gia thuộc Bộ Tài nguyên & Môi trường. Chương trình sẽ được tiếp tục triển khai trong thời gian tới.

Ngày 30/3/2021

Họp mặt Chi hội Dệt May Miền Trung tại Đà Nẵng

Ngày 30/03/2021 tại Đà Nẵng, VITAS đã tổ chức Họp mặt Chi hội miền Trung Hiệp hội. Ông Vũ Đức Giang, Chủ tịch VITAS, Ông Nguyễn Đức Trị - Phó Chủ tịch VITAS và Ông Trần Văn Phổ - Cố vấn VITAS đã đồng chủ trì cuộc họp, cùng đông đảo cán bộ VP VITAS, Lãnh đạo các DN chi hội miền Trung.

Tại cuộc họp, Ông Giang đã chia sẻ cùng hội nghị những thông tin quan trọng về ngành, trong đó tập trung vào các nội dung về thách thức, cơ hội của ngành Dệt May trong bối cảnh Covid-19, kết quả công tác vận động chính sách của Vitas; tầm nhìn, định hướng, giải pháp của ngành Dệt May VN và của Vitas trong thời gian tới.

Cuộc họp đã thông qua quyết định phân công ông Nguyễn Đức Trị - Phó chủ tịch Vitas kiêm giữ chức vụ Chủ tịch Chi hội miền Trung nhiệm kỳ 2020-2025. Ông Trần Văn Phổ sẽ tiếp tục tham gia VITAS với vai trò cố vấn. Trong dịp này, Ông Nguyễn Đức Trị đã trao giấy chứng nhận hội viên mới cho 2 Công ty CP May Quảng Trị và Công ty TNHH May Phú Tường.



QR BMiG

CONTACT US NOW!
(028) 3553 3358
(028) 3553 1367
Phòng Thị trường:
0903002891

BMiG

" Since 1977, 44 years
experience in Garment export "

"Uy tín công ty được chứng nhận bằng chất lượng sản phẩm"

Công ty cổ phần May Bình Minh



Sản xuất hàng may mặc * Thương mại quốc tế * Thiết kế * Phân phối & Dịch vụ

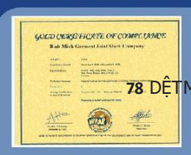
CHI NHÁNH

HÀ NỘI:
XÍ NGHIỆP MAY MINH HÀ - XÃ DI TRẠCH, HUYỆN HOÀI ĐỨC, HÀ NỘI
XÍ NGHIỆP MAY YÊN LẠC - THỊ TRẤN YÊN LẠC, VĨNH PHÚC
XÍ NGHIỆP MAY BA VÌ - XÃ THỤY AN, BA VÌ, HÀ NỘI

HẢI PHÒNG:
XÍ NGHIỆP MAY MINH HẢI - XÃ CỔ AM, HUYỆN VĨNH BẢO, TP. HẢI PHÒNG

BÌNH DƯƠNG:
KCN DỆT MAY BÌNH AN, BÌNH THẮNG, DĨ AN, BÌNH DƯƠNG

HẬU GIANG:
XÍ NGHIỆP MAY MINH LONG - THỊ XÃ LONG MỸ, HẬU GIANG


WRAP CERTIFICATE


SA 8000:2008


ISO 9001:2015

NBC
TỔNG CÔNG TY CP MAY NHÀ BÈ

TIN TỨC & SỰ KIỆN

THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA
HÀNG VIỆT NAM CHẤT LƯỢNG CAO

Happy new Year

CHÚC MỪNG NĂM MỚI 2021

Kính chúc Quý Khách hàng và Đối tác năm mới Tân Sửu
Thành Công - Thịnh Vượng
An Lành - Hạnh Phúc



DE CELSO mattana novelty

Địa chỉ: Số 4, Đường Bến Nghé, Phường Tân Thuận Đông, Quận 7, TP. Hồ Chí Minh
ĐT: (028) 3872 0077 - 3872 9124 Fax: (028) 3872 5107
Email: info@nhabe.com.vn Website: www.nhabe.com.vn



GARMENT 10 CORPORATION - JSC
Sai Dong - Long Bien - Ha Noi - Viet Nam
Tel: (844) 3827 6923 / Fax: (844) 3827 6925
Web: www.garco10.com.vn