

THAILAND

ELLE

ELLE

www.ellethailand.com

ELLE DIGITAL FASHION WEEK 2020

คอนเทนต์แฟชั่นวิก
รูปแบบใหม่ที่ใครก็
ได้นั่งฟรอนต์โชว์!

SETTING THE BAR HIGH

ยกระดับคุณค่า
แบรนด์แฟชั่นไทย

CINDY

ซินิยา มิซอว

FRONT
ROW
AT
HOME

แอล ตุลาคม 2563
No.312 ราคา 100 บาท

ISSN 1513 - 5098



9 771513 509038



ซินดี้สวมแจ็กเก็ตผ้าคือตอนบุลาญควิลต์ ตกแต่งผ้าตาข่าย ปักลูกบิดคริสตัลและ เลื่อม ชุดกระโปรงทรงสอบผ้าลูกไม้ หมวกเฟโดร่าผ้าทวิตตกแต่งโลหะลงยา ทั้งหมดจาก SIRIVANNAVARI

มิเรียมสวมกระโปรงผ้าลูกไม้ตกแต่ง กระดุมโลหะชุบเงิน เข็มขัดหนังหัวโลหะ ชุบเงิน หมวกเฟโดร่าผ้าทวิตตกแต่งโลหะ ลงยา ทั้งหมดจาก SIRIVANNAVARI

Models: ซินดี้-สวีนยา และมีเรียม

Make-up: สุรปริทย์ อชิรกุล

Hair: สมพร อธิรินทร์

Manicure: กันตนากร คักดิรัตน์

Stylist: อาทิตย์ ชื่นกมลพันธ์

Assistant Fashion Editor:

ธันวา เทียมเมฆ

Assistant Fashion & Creative

Director: เอกบุตร ศิริวงศ์อุดมสิน

Photographer: Punsiri Siriwetchapun

Fashion & Creative Director:

Pannatorn Sriprasert

ELLE RADAR

17 First Look

18 Runway

20 Anatomy

21 Shop Style

22 Accessories

24 On Street

26 Beauty

ELLE CULTURE

30 All Women's

Secrets 'Christian

Louboutin,

L'Exhibitionniste'

เบื้องลึกเบื้องหลัง

เอ็กซ์บิชันสุดยิ่งใหญ่

34 Music

36 Sexy Brain

จอส-เวอาห์ แสงเงิน

ELLE LUXE

43 Time to Lead

แอ็กเซสเซอร์รี่ส์แนวกราฟิก

เสริมลุคแบบ 'Futuristic Chic'

48 Viva Roma!

ผลงานเครื่องประดับชั้นสูง

คอลเล็กชั่นใหม่ของ Bulgari

50 Watch & Jewelry News

FEATURE

54 La Fée Vivienne

หญิงแกร่งผู้ถูกยกย่องให้เป็น

'ตัวแม่แห่งวัฒนธรรมฟังก์'

60 Sustainability Pioneer

บทบาทใหม่ของ 'เฟลีนจันทร์

วิญญรัตน์' ผู้สร้างจิตสำนึก

ด้านสิ่งแวดล้อม

INSIDE FASHION

62 Elle Digital Fashion Week

Fall/Winter 2020

'ดิจิทัลแฟชั่นวีค' ครั้งแรกของ

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ELLE PERSPECTIVE

70 "Don't be afraid to say

"I love you"

ก้าวต่อไปหลัง 'หยุดพักไป

ชั่วขณะ' ของ Ricky Martin

SPOTLIGHT

76 The Counterrevolution

รายละเอียดใหม่ของชิ้น

ไอคอนิกจาก Dior

78 Stealth Wealth

'สนุก สดใส สีสัน' เรดี้ทูแวร์

ของ Hermès

80 Define Yourself

45 ปีบนถนนสายแฟชั่นเกิดเป็น

ผลงานคอลเล็กชั่นรับลมหนาว

ล่าสุดของ Giorgio Armani

82 Music Involved

หลอมรวมโลกแฟชั่นและ

ดนตรีเข้าไว้ด้วยกันที่

Maison Kitsuné

FASHION

86 Show Time

แฟชั่นสดใหม่จาก

ทีโอพีโซเนอร์ไทยที่พาเหรด

มาโชว์แบบเต็มพิกัด

102 Hana-Tabi

ย้อนเวลาสู่มนตร์เสน่ห์ของ

ยุคโชวะกับคอลเล็กชั่นเสื้อผ้า

กลิ่นอายเรโทรร่วมสมัย

112 New Beginning

เสริมสร้างพลังในครอบครัวด้วย

คอลเล็กชั่นฟอล/วินเทอร์ 2020

กับ 4 สาวนางแบบ

ตระกูล Mizuno

STYLE GUIDE

128 Shades of Retro

ค้นหาแรงบันดาลใจใหม่ผ่าน

แอ็กเซสเซอร์รี่กลิ่นอายเรโทร

BEAUTY & HEALTH

136 Modern Thai

สวยในแบบฉบับตัวเรา

142 Setting the Bar High

ยกระดับแบรนด์ไทย

พร้อมรูปแบบที่เปลี่ยนไป

146 Runway Beauty Report

เก็บตกเมกอัพลุคจาก

แอล ดิจิทัล แฟชั่นวีค

LIFESTYLE

152 Fully Charged

ปักหมุดไปผ่อนคลาย

กับโปรแกรมสปาและ

การดูแลสุขภาพ

156 Sweet Wonderland

เมื่อจินตนาการจากผักผลไม้

ถูกย่อส่วนมาอยู่ในกล่องขนม

ELEMENTS

14 From the Editor

จากบรรณาธิการ

160 Horoscope

162 Hit List

168 Manifesto



INSPIRATION
The Matrix (1999)

เพิ่มความคลุ
ให้มากขึ้นด้วย
การแบดเซ็กซ์ลุคแบบ
อออลบลิ๊กและตีบแต่ง
ด้วยเครื่องประดับ
โลหะ



แว่นกันแดด
อะซีเตต จาก
BALENCIAGA



กระเป๋าหนังแก้ว
พร้อมเข็มขัด จาก
DIOR



สเวตเตอร์คอเต่า
ผ้ากำมะหยี่
เสริมไหล่ จาก
BALENCIAGA



กำไลข้อมือตกแต่ง
กลองโลหะทอง จาก
PRADA



โค้ตผ้าในลอนตัดต่อ
พลิตพร้อมเข็มขัด
จาก PRADA



ตุ้มหูโลหะเงิน
ตกแต่งจิ้งจก จาก
AMBUSH



เลกกิ้งหนังเอวสูง
จาก SAINT
LAURENT

THE MATRIX HAUNTS

สีดำกลับมาอีกครั้ง ความคลาสสิก
ที่โคตรถูกเหล่าไซเบอร์ทรอยมา
หรือด้วยสไตล์อวกาศฟาน
สไตล์ปี 90s
■ เอกบุตร ศรีวงศ์อุคมสิน



รองเท้าส้นเตี้ย
ตกแต่งสายโซ่โลหะ
เงิน จาก GUCCI



กระเป๋าสะพายพร้อม
สายโซ่โลหะเงิน จาก
BOTTEGA
VENETA



รองเท้าบูตหนังลูกวัว
จาก SAINT
LAURENT

ELLE

LUXE

นาฬิกาประดับเพชร
ในคอลเล็กชั่น 'Code Coco'
นาฬิกาสายโซ่ดัดตกแต่งหนัง
รุ่น Première Rock
เลือกถักและชุดกระโปรง
เปิดหลังสีดำ ทั้งหมด
จาก CHANEL

TIME TO LEAD

เรือนเวลาสำหรับสุภาพสตรียุคใหม่ในดีไซน์โฉบเฉี่ยว
ตัวเรือนบางเฉียบ และวัสดุขึ้นจากนวัตกรรมกาลไกลอนาคต
แมตซ์เข้ากับเอ็กเซสซีฟส์แนวกราฟิกที่ช่วยเสริมลุคแบบ
'Futuristic Chic' ■ แปล: ธนิต ธนะกุลมาศ, เรียบเรียง: วันศุกร์ คงรามิ

Photographer: Win Tam Stylist: Huang Wen Yi

luxe



แหวนโรสโกลด์ประดับเพชร แหวนไวต์โกลด์ประดับเพชร
ในคอลเล็กชัน 'Bois de Rose' แหวนเยลโลว์โกลด์
ประดับเพชรและเปลือกมุก แหวนไวต์โกลด์ประดับเพชร
ในคอลเล็กชัน 'Rose des Vents' นาฬิกา รุ่น La D de
Dior Rose Céleste นาฬิกา รุ่น La D de Dior Rose des
Vents สัมผัสเยลโลว์โกลด์ประดับเพชร ในคอลเล็กชัน 'Rose
des Vents' สร้อยคอไวต์โกลด์ประดับเพชร ในคอลเล็กชัน
'Mimirose' สร้อยคอเยลโลว์โกลด์พร้อมจี้ประดับเพชรและ
เปลือกมุก ในคอลเล็กชัน 'Rose des Vents' เพื่อเกาะอก
สีดำ กางเกงทรงหลวมสีดำ เข็มขัดประดับโลโก้สีทอง ทั้งหมด
จาก DIOR เก้าอี้ รุ่น TJL Copacabana จาก BEAST

จะการอ้างอิงเท่านั้น



luxe



นาฬิกาข้อมือ ในคอลเล็กชั่น
'Pasha de Cartier' แหวน ใน
คอลเล็กชั่น 'Étincelle de Cartier'
แหวนและกำไลข้อมือ ใน
คอลเล็กชั่น 'Clash de Cartier'
ทั้งหมดจาก **CARTIER**
ชุดกระโปรงปักประดับมุกโลหะ
สีทอง จาก **ALEXANDER**
McQUEEN เก้าอี้หวาย
พร้อมที่วางแขนไม้วอลนัท
รุ่น S64 จาก **BEAST**
ชาย: นาฬิกาสมาร์ตวอตช์
Tambour Horizon รุ่น
Monogram Brown สร้อยข้อมือ
สีส้มและเขียวอมเทา รุ่น Silver
Lockit X Virgil Abloh
กำไลข้อมือสามกษัตริย์
ประดับเพชร ในคอลเล็กชั่น
'Idylle Blossom' ทั้งหมดจาก
LOUIS VUITTON
ชุดกระโปรงหนัง จาก **LOEWE**

Model: Zhou Shu-Jing
@ Longteng Model
Management
Make-up: Rui
Hair: Xiaotian





งานสื่อผสมฝีมือ Ignasi Monreal ศิลปินชาวสเปนที่ทำงานอยู่ทั้งในโรมและมาดริด



VIVA ROMA!

ชั่วโมงต้องมนตร์ ณ เวลา 07.00 น. เมื่อได้เห็นประติมากรรม Fountain of the Four Rivers ที่สร้างขึ้นโดย Lorenzo Bernini ในย่านจัตุรัส Piazza Navona ในกรุงโรม เกิดเป็นหนึ่งแรงบันดาลใจในการรังสรรค์ผลงานเครื่องประดับชั้นสูงคอลเล็กชันใหม่ของ Bulgari ที่ชื่อ ‘Barocco’



“เมื่อถามว่าอะไรเป็นแรงบันดาลใจ โรมคงเป็นแรงบันดาลใจสำคัญและทรงคุณค่าที่สุด ทุกสิ่งเริ่มต้นจากที่นี่” Lucia Silvestri ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์เครื่องประดับของ Bulgari เอ่ยขึ้นแน่นอนว่าพื้นเพองหลักด้านงานออกแบบ ผู้อยู่เบื้องหลังชิ้นงานสุดตระการมานานนับ 10 ปีคิดว่าคงไม่มีสถานที่ใดให้พลังในการสร้างสรรค์ผลงานได้ยอดเยี่ยมเท่ากับโรม ซึ่งเต็มไปด้วยอาคารและสิ่งปลูกสร้างเก่าแก่ มากไปกว่านั้นคือรายละเอียดทางด้านประติมากรรมซึ่งโดดเด่นด้วยสไตล์บาโรก ดังนั้นเช้าวันหนึ่งกลางฤดูร้อนเธอก็ตั้งใจเดินออกไปสัมผัสบรรยากาศภายนอกเพื่อสูดอากาศเอาแรงบันดาลใจเข้าไปจากเสาหินและน้ำพุ Fountain of the Four Rivers ตรง Piazza Navona สู่โบสถ์ Sant’Agnese ในละแวกใกล้เคียง เธอยังเดินเข้าไปในสวน Horti Farnesiani บนเนินเขา Palatino ซึ่งถือเป็นสวนพฤกษศาสตร์แห่งแรกในยุโรป ส่วนป้อม Castel Sant’Angelo อาคารทรงกระบอกซึ่งเคยสูงที่สุดในโรม โดดเด่นด้วยรูปปั้นทูตสวรรค์ Archangel Michael เหนือป้อมก็เป็นอีกที่หนึ่ง ที่ลูเซียแวะผ่านไป

Photo: Courtesy of the Brand

สร้อยคอโรสโกลด์ 'Lady Arabesque' ประดับเพชรที่ฟังก์ซ์ แชนปไฟร์ พาไรบาทอว์ริมาลีน และเพชร



สร้อยคอเฮลโลวโกลด์ 'Lady Rubellite' ประดับรูเบลไลต์และแอเนทิสต์ ใคุดเด่นที่รูเบลไลต์เม็ดเดี่ยวจากชียประ นานหนัก 60.79 กะรัต



แหวนไวต์โกลด์ 'Ruby Drapery' ประดับทับทิม และเพชร



รูปทรง สี สัน วอลุ่ม และความสมมาตร เช่นเดียวกับเรื่อง เจดสีที่ต้องฉีกออกจากแนวตั้งเดิม"

ผลงานระดับมาสเตอร์พีซในคอลเล็กชั่นบางชิ้นใช้เวลาในการรังสรรค์ถึงกว่า 1,500 ชั่วโมง รัตนชาติต่างๆมาจากทั่วทุกมุมโลกต่างผ่านการเลือกเฟ้นเพื่อให้เหมาะเจาะกับชิ้นงาน ไม่ว่าจะ เป็นทับทิมน้ำหนักกว่า 10 กะรัตจากโมซัมบิก ที่เข้าคู่กับเพชรเนื้อพิสุทธิ์เพื่อถ่ายทอดความงามประจักษ์ได้ชื่นชมงานศิลปะของ Caravaggio แทนซาไนต์ที่หาได้จากตัวแทนที่นิวยอร์ก รูเบลไลต์ และมรกตจากแคว้นชียประในอินเดีย และอะความารีนที่ Bulgari หาซื้อมาได้จากฮ่องกง ทั้งหมดคือหัวใจของสี สัน และรูปทรงที่สามารถเรียกความสนใจได้อย่างดีเยี่ยม หรือชิ้นงานอย่างสร้อยที่มีมรกตเม็ดงามสีสดจากโคลัมเบียก็เป็นผลผลิตจากการควานหาวัตถุดิบล้ำค่ามานานนับปีเพื่อให้ได้คุณสมบัติที่ 'ควรค่า' กับคอลเล็กชั่น 'Barocko' นี้เท่านั้น

จากสเกตช์บนกระดาษสู่ชิ้นงานที่สวยงามแบบ '3D Effect' มีเหลี่ยมขั้นที่ทำให้เมื่อมองจากมุมไหนก็สวย ความสวยงามยังเกิดจากการที่ทําอย่างไรให้เพชรและอัญมณีบนตัวเรือนนั้นๆ สามารถเล่นล้อแสงไฟและขับเจดสีอันน่าอัศจรรย์ออกมาให้ได้มากที่สุด ลูเซียกล่าวปิดท้ายว่า "คอลเล็กชั่นนี้ยังส่งเสริมความงามของสตรีเพศ มีความรู้มรรยในรายละเอียด เจดสีสุดตระการ ดูเพมินัน และกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึก ฉันชอบที่ผู้หญิงหยิบสร้อยชิ้นนี้มาใส่พร้อมกับความรู้สึกชื่นชมในสรีระของตนเอง รู้สึกว่าตัวเองงามสง่าขึ้น นั่นเหมือนเป็นหน้าที่ของเราค่ะ คือการนำมาซึ่งความปิติยินดีและความงดงาม" ■ วันศุกร์ คงราณี

"ฉันสัมผัสได้ถึงความงามที่แท้จริงของศิลปะบาโรก ทั้งในเชิงสัญลักษณ์ การใช้สี สัน และแสง เมื่อเห็นโดมสไตล์โรมันฉันก็นึกถึงอัญมณีทรงหลังเบี้ย cabochon เพื่อสื่อถึงมันได้ในทันที" ลูเซียเผยถึง 3 ปัจจัยหลักที่อยู่ในประวัติศาสตร์อันยาวนานของ Bulgari ทั้งเรื่องของแสง (Luce) สี สัน (Colore) และความรู้สึกอัศจรรย์ใจ (Meraviglia) "สไตล์บาโรกนั้นอยู่รอบตัวเรา มันเป็นส่วนหนึ่งในคัลเจอร์เรา การเป็นชาวโรมของเรา" โดยเมื่อโปรเจกต์การเนรมิตคอลเล็กชั่น 'Barocko' เกิดขึ้น เธอจึงรวบรวมเอาไอเดียที่ได้จากการเดินเตร็ดเตร่ไปทั่วอาณาจักรโรมันมาเสกให้เป็นภาพต้นแบบ โดยมีอัญมณีล้ำค่าวางเรียงรายอยู่เป็นจำนวนมากบนโต๊ะทำงาน นำความรู้มรรยจากศิลปะบาโรก ตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 17 ซึ่งมีโรมเป็นบ่อเกิดมาตีความใหม่ให้เข้ากับยุคสมัย โดยไม่ละทิ้งลายเซ็นของแบรนด์ เธอเอ่ยขึ้นพร้อมความภาคภูมิใจในรอยยิ้มว่า "ทีมงานของฉันทำงานอย่างหนักกับเครื่องประดับจำพวกคอสร้อยในสมัยนั้น ศึกษาเรื่อง

luxe

ตุ้มหูผลึกคริสตัล
แนวาวาวดูจางองตางาม
ของผู้นหญิง ด้วย
ผลิตภัณฑ post-peel
crystal fiber mask



EMPOWERED BEAUTY

การร่วมมือกันสร้างแรงบันดาลใจเพื่อผู้หญิงในทุกสไตล์ ระหว่างแบรนด์เครื่องประดับ 77th และ MESOESTETIC ผลิตภัณฑความงามชื่อดังจากประเทศสเปน เกิดเป็นคอลเล็กชัน '77th Natural Shine Presented by Mesoesthetic' ความน่าสนใจ อยู่ตรงที่ผลงานแต่ละชิ้นเกิดจากการตีความส่วนผสมของ ผลิตภัณฑบำรุงจาก Mesoesthetic ประเภทต่างๆ อาทิ มาลาไคต์ ส้ม ดอกมาร์ชเมลโลว์ ฯลฯ และวางจำหน่ายเข้าคู่กันเพื่อให้สาว ๆ อดเครื่องประดับสวยพร้อมกับเผยผิวสุขภาพดี บรรจุในกระเป๋า คัดซ์เจดส์รู้งเลือกบมกตึงดูตสายตา สามารถชื้อปได้ทั้งที่ เว็บไซต์ www.mesoesthetic-th.com และ www.77thjewelry.com



ตุ้มหู 'Sand Glass' เจดส์น้ำเงินเข้ม ประดับดอกมาร์ชเมลโลว์ ที่เป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักของผลิตภัณฑ ha densimatrix

LOCAL GOES GLOBAL

ส่องงานวิวดอริโนมูนของแบบไทย ทั้งคอลเล็กชันสุดวิจิตรไม่แพ้ นานาชาติ งานคอสลาบอริเอ็นกับ แบรินดส์ระดับโลก และชิ้นนำจับจอง เป็นเจ้าของ สวมใส่ง่ายจนยากให้ป็น 'Second Skin'

DIAMOND DROPS

อีกหนึ่งคอลเล็กชันที่สะท้อนความเป็นแบรนด์ เครื่องประดับจิวเวลรี่ระดับพรีเมียมออกมาได้อย่าง ชัดเจนของ JASMIN กับ 'Aqua' ซึ่งถ่ายทอดผ่าน มุมมองของ 'น้ำ' ต้นกำเนิดของชีวิต ไหลเวียน เปลี่ยนไปไม่หยุดนิ่ง เพชรน้ำงามทรงหยดน้ำบน ตัวเรือนไวต์โกลด์เรียงร้อยสลักับเพชรทรงกลม โอบรอบเรือนิว ส่วนตุ้มหูก็มีความโดดเด่นจากการ เรียงเพชรเป็นลำดับชั้น เลื่อนไหลตามแรงโน้มถ่วง ปิดท้ายด้วยสร้อยข้อมือที่ดูหรูหรา ทันสมัย เข้ากับ โลฟิสต์ลึของหญิงสาวยุคปัจจุบัน ผลงานทั้งหมด ตรงกับคอนเซ็ปต์ประจำแบรนด์อย่าง 'Everyday Shining' ได้อย่างลงตัว

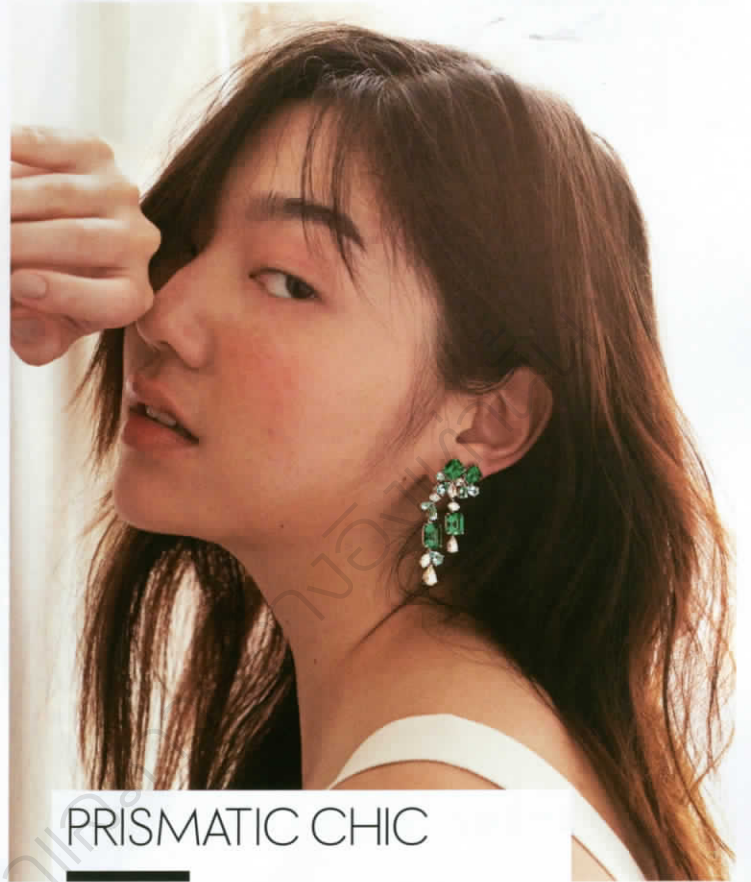


ALPHABETS OF MODERNITY

หลังจากประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากกับคอลเล็กชัน 'Pa-Yan-Cha-Na' ล่าสุดแบรนด์เครื่องประดับสัญชาติไทย SANYALUCK ก็ได้ส่งคอลเล็กชันที่ 2 'Mini Pa-Yan-Cha-Na' ที่ดูมินิมัลมากขึ้นทว่ายังมีความโดดเด่น สามารถสวมใส่กับ จิวเวลรี่ชิ้นอื่นได้อย่างลงตัว มีชิ้นงานให้เลือกถึง 6 แบบ ทั้ง สร้อยคอ ตุ้มหูแบบ stud ตุ้มหูแบบ mini hoop เอียร์คัพพี กำไล และแหวน ทำจากวัสดุคุณภาพและการผลิตสุดประณีต สามารถ ชื่นชมความงดงามของตัวอักษรไทยที่มีความทันสมัยของ แบรนด์ Sanyaluck ได้ที่ IG: [sanyaluck_official](https://www.instagram.com/sanyaluck_official)

THE METEORITE

'ส่องประกายเจิดจายในทุกที่ที่คุณไป' คือความตั้งใจของกิตาร์-ปฏิญญา เกี่ยวข้อง ดีไซน์ไดเรกเตอร์คนเก่งในการรังสรรค์คอลเล็กชั่นเครื่องประดับสุดพิเศษจาก MATARA ATELIER ที่ชื่อ 'Allure of the Stars' โดยเธอนำเอาสุนทรียศาสตร์แห่งการออกแบบในฐานะแฟชั่นดีไซน์เนอร์เจ้าของแบรนด์ Patinya มาใช้ โดยหยิบเอาแรงบันดาลใจตั้งแต่ยุคโรมันตึกสู่ความหรรษาของโลกยุคใหม่มาสร้างจักรวาลของผู้หญิงที่ต้องมีช่วงเวลาเปล่งประกายเจิดจรัสบ้าง ซินไฮไลต์คือเหล่าสร้อยคอและตุ้มหูที่เหลี่ยมมุมของตัวเรือนรูปดาวตกผ่านการคำนวณมาอย่างพิถีพิถัน ทุกชิ้นทำขึ้นด้วยมือ ส่วนมุกทุกเม็ดนั้นถูกจัดวางลงไปด้วยตัวปฏิญญาเองเพื่อให้ได้ความสวยงามตรงตามความต้องการมากที่สุด



PRISMATIC CHIC

ความสวยงามของการใช้ชีวิตอย่างมีสีสันของหญิงสาวยุคใหม่ถ่ายทอดผ่านเครื่องประดับไฟน์จิวเวลรี่คอลเล็กชั่นล่าสุดจาก GEMS PAVILION ที่ชื่อ 'The Prism' ด้วยดีไซน์อันเป็นเอกลักษณ์นำมาซึ่งรูปทรงและสีสันของชิ้นงานที่งดงามที่สุด ทิมดีไซน์ของแบรนด์เลือกหยิบแรงบันดาลใจจากอัญมณี 3 เจดสี อย่างมรกตไพลิน และทับทิม ผสมผสานเข้ากับเพชรและไวต์โกลด์ เกิดเป็นผลงานที่สะท้อนแสงสว่างประดุจการสะท้อนแสงของแท่งปริซึม แต่ละชิ้นในคอลเล็กชั่นนี้ยังสามารถสวมใส่ได้ทั้งในลุคสบายๆ ไปจนถึงลุคหรรษาเป็นทางการ ถือเป็นตัวแทนของการเฉลิมฉลองคุณค่าของผู้หญิงได้อย่างดีเยี่ยม



ตุ้มหูประดับเพชร
ไกลคอนดา 14.33
กะรัต และไข่มุก
บาสรา 59.75 กะรัต
สร้อยข้อมือประดับ
มรกตแพนจ์เขียวรี
31.47 กะรัต โดดเด่น
ด้วยมรกตสีเขียว
สดใสดุจสีเหลี่ยม
ผืนผ้าตัดมุม เพชร
ไกลคอนดาและเพชร
ทรงบาบาดัตติน้ำหนัก
รวม 13.87 กะรัต

TOP OF THE LEGENDS

LOTUS ARTS DE VIVRE ร่วมกับ PADMA GEMS แบรินด์เครื่องประดับอัญมณีจากประเทศอินเดียที่มีความเป็นมายาวนานกว่า 4 ชั่วอายุคน เกิดเป็นคอลเล็กชั่น 'The Jewellery of Legends Collection' กับสุดยอดอัญมณี 3 ชนิดที่ครั้งหนึ่งเคยเป็นส่วนหนึ่งในเครื่องประดับของมหาราชานำมาดีไซน์ใหม่แต่ยังคงความงดงามของอัญมณีไว้อย่างยอดเยี่ยม อาทิ เพชรไกลคอนดา (Golconda Diamonds) เพชรที่ได้ชื่อว่านำดีที่สุดในโลกและไม่สามารถหาได้อีกแล้วจากรัฐอานธรประเทศและรัฐเตลังคานาในประเทศอินเดีย ไข่มุกบาสรา (Basra Pearls) ไข่มุกธรรมชาติเก่าแก่ ซึ่งพบในบริเวณอ่าวเปอร์เซีย โดยจุดเด่นอยู่ที่น้ำหนักเบาและแสงเงาของมุก และมรกตแพนจ์เขียวรี (Panjshir Emeralds) จากอัฟกานิสถาน ซึ่งถือเป็นมรกตที่ดีที่สุดในโลก โดยผลงานทั้งหมดถูกจัดแสดงและเปิดโอกาสให้ชาวไทยได้ครอบครอง ณ บูติก Lotus Arts de Vivre ชั้น 1 โรงแรมอนันตรา สยาม กรุงเทพฯ ■ วันศุกร์ คงรามิ

E L E

BEAUTY

ชุดบอดี้สูทพิมพ์ลาย จาก
VINN PATARARIN

A MODERN THING

คอลัมน์ความงามฉบับนี้ว่ากันด้วย
ความเป็นไทยในมุมมองของเออ เริ่มที่ Beauty Well
ในคอนเซ็ปต์เมกอัพลุคที่เลือกมาเพื่อให้รับกับทุกรูปหน้า สีผิว
และดวงตาของชาวไทยแต่ยังคงกลิ่นอายความโมเดิร์นภายใต้ทรนตีสันของ
ฟลอ/วินเทอร์ 2020 พร้อมเรื่องราวใน Beauty Story ที่เราอยากให้สาวเออได้เห็น
มุมมองใหม่ๆของแบรนด์ความงามสัญชาติไทยที่มีศักยภาพและประสิทธิภาพไม่แพ้แบรนด์ดัง

NEW WAVE CLEOPATRA

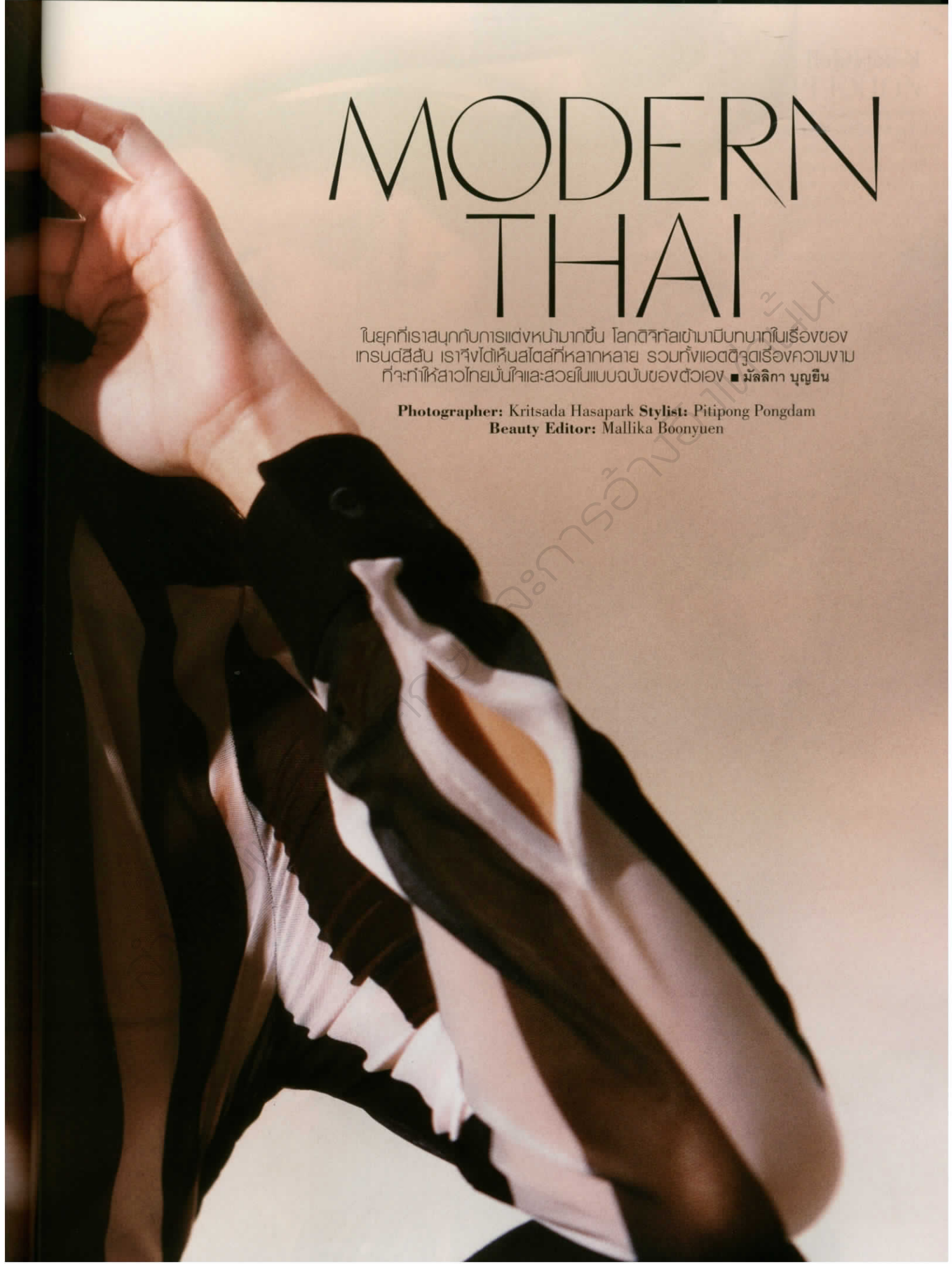
ดูเหมือนอายไลน์เนอร์จะเป็นคีย์ไอเท็มที่สาวไทยขาดไม่ได้ แต่เราขอทวิตต์ลुकกริดตาธรรมดาๆแต่เหมาะกับดวงตาของสาวไทย ด้วยการใช้ลึควิดไลน์เนอร์ที่ผสมผสานสไตล์ยุค '60s ในแนวสาวฮิปปีและมู้ดที่ปรับให้ดูโมเดิร์น เริ่มจากการวาดเส้นไลน์เนอร์ให้ชิดขอบตาบนจนถึงรอยพับเปลือกตา ปลายหางตาไม่ต้องกริดทรวงแหลมแต่ใช้วิธีวาดให้เป็นทรวงมน แล้วลากเส้นมาจนถึงกึ่งกลางตาล่างเป็นเส้นบางๆ ซึ่งเป็นลึคที่ทำให้ดวงตาดูโตและยังเป็นลึคที่เก๋อีกด้วย

เสื้อเข็ดลายทาง จาก
VICKTEERUT

MODERN THAI

ในยุคที่เราสนุกกับการแต่งหน้ามากขึ้น โลกดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในเรื่องของเทรนด์สีสกิน เราจึงได้เห็นสไตล์ที่หลากหลาย รวมทั้งแอสติจูดเรื่องความงามที่ๆทำให้สาวไทยมั่นใจและสวยในแบบฉบับของตัวเอง ■ มัลลิกา บุญยิ่ม

Photographer: Kritsada Hasapark **Stylist:** Pitipong Pongdam
Beauty Editor: Mallika Boonyuen



beauty well



MORE YOUTHFUL

เป็นลุคที่ครีเอตได้ง่ายๆด้วยโทนิสแนเซอร์ล แถมยังทำให้ใบหน้าดูอ่อนเยาว์และมีชีวิตชีวาขึ้น เทคนิคที่เมกอัพอาร์ติสแนะนำคือ การเลือกใช้สี สำหรับสาวไทยให้ลองใช้สีชมพูหรือน้ำตาลอ่อน โดยแนเซอร์ลเมกอัพนั้นมีหลักการง่ายๆคือใช้รองพื้นน้อยๆ เกือบๆ ให้ทั่วใบหน้า ลงคอนซิลเลอร์นิดๆ แต่มีเฉพาะจุดกังวลอย่างรอยคล้ำใต้ตา แต่มีอายแชโดว์เล็กน้อย สวนแก้มให้ใช้ครีมบลัชเพื่อสร้างความสดใสแก่นั่นพอ

ได้เสื้อผ้าเลื่อม จาก MILIN

DEWY COMPLEXION

น่าจะเป็นเทรนด์ที่ขึ้นแท่นคลาสสิก
อีกยุค แม้จะมาแรงหลายปีแต่สำหรับ
ฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาว 2020 นี้ก็ยัง
ไม่จางหาย แถมยังเป็นเทรนด์ที่
สาวไทยชอบแต่ง การสร้างผิวแบบ
glass skin นั้นทำได้หลากหลายวิธี
เมกอพอาร์ทิस्टแนะนำให้ใช้
มอยส์เจอไรเซอร์บำรุงเพื่อเตรียมผิว
ให้ชุ่มชื้น เปล่งปลั่ง แล้วค่อยลงคุชชั่น
ให้ทั่วใบหน้า หรือจะใช้ไฮโดร
แต้มบางๆบนโหนกแก้ม หน้าผาก
และจมูก โดยคุณก็ไม่จำเป็นต้องใช้
setting powder เพราะจะทำให้
ผิวดูแมตต์เกินไป

ตุ้มหูโลหะตกแต่งคริสตัล จาก TRIMODE
แหวนเพชร จาก MYXME





JEWEL-TONED EYES

อีกหนึ่งเทรนด์หลักในฤดูกาลนี้ที่เหมาะกับสาวไทย ซึ่งเราขอเลียงคำว่า monochrome เพราะดูน่าเบื่อเกินไป ลุคนี้เป็นเรื่องของสีส้ม ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากอัญมณีหลากหลายเฉดสีที่สร้างจุดสนใจได้มากกว่าสีเอิร์ธโทนธรรมดาๆ เมกอัพอาร์ทิสต์คริสเอตลุดนี้ด้วยการใช้โทนสีน้ำตาลแดงระบายให้ทั่วเปลือกตา เพิ่มมิติด้วยไลเนอร์เส้นบาง พวงแก้มและริมฝีปากให้ใช้เฉดสีเดียวกัน หรืออยากสนุกเพิ่มอีกนิด ก็สามารถเติมอายแชโดว์ที่ผสมานิมเมอร์บางๆ และกึ่งกลางตาก็ช่วยเพิ่มความแวววาวสำหรับลุคกลางคืน

เสื้อผ้าไอโลแกรมแขนพองจับจีบ จาก KLOSET

SPIKY LASHES

แม้จะเป็นการแต่งตาในแนว dolly eye effect แต่ดูเหมือนการครีเอตลุคนี้จะห่างไกลกับคำว่าน่ารักหวานแนวไปนิด แต่ให้ความรู้สึกแบบดรามามากกว่าด้วยซ้ำ โดยเมกอัพอาร์ติสต์ได้แรงบันดาลใจมาจากการปิดมาสคาร่าในยุค '60s แต่ปรับให้ดูเป็นสาวกรันจ์นิดๆ ด้วยการปิดขนตาแบบไม่ต้องให้เรียงเส้นสวย แต่ค่อยๆ เต็มขนตาทีละซอ ให้ดูเหมือนติดขนตาปลอม ซึ่งเป็นอีกเทคนิคที่ทำให้ดวงตาดูโตขึ้น

ชุดกระโปรงเมทัลลิก จาก MILIN

Model: Pannapat Sangounsub

Make-up: Rattanachot Pokum

Hair: Manaswee Kitpisut



SETTING THE BAR HIGH

เมื่อแบรนด์ไทยยกระดับพร้อมรูปแบบที่เปลี่ยนไปในแวดวงความงาม

แต่ไหนแต่ไรเมื่อพูดถึงความสวยความงามแบรนด์จากปากฝั่งยุโรปมักจะถูกตีโพเป็นท้อปλισต์อยู่เสมอ ถึงขนาดเคยมีการศึกษาระดับโลกพบว่า ผู้บริโภคจะรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของแบรนด์ สกินแคร์และเมกอัพที่มีชื่อเป็นภาษาฝรั่งเศสมากกว่า แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยน การพัฒนาผลิตภัณฑ์เริ่มแผ่ขยายวงกว้าง การมาถึงของอินเทอร์เน็ตอันถือกำเนิดเป็นคลังแห่งข้อมูลทุกรูปแบบ และโซเชียลเน็ตเวิร์กที่ภาพลักษณ์ถือเป็นเรื่องสำคัญ บวกกับกระแสเอเชียนิยมที่กินเวลามากกว่า 5 ปี ทำให้แนวคิดเรื่องความงามของผู้คนทั่วโลกเปลี่ยนไปอย่างน่าแปลกใจ รวมถึงของบ้านเราเองด้วยเช่นกัน อาจเป็นเพราะด้วยเรื่องเศรษฐกิจผสมปนเปมากับความนิยมและความเข้าใจในการทำแบรนด์ที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น 'เครื่องสำอางแบรนด์ไทย' จึงกลายเป็นหนึ่งในของฝากชิ้นสำคัญของชาวต่างชาติ รวมทั้งผู้บริโภคชาวไทยเองก็เริ่มเปิดใจให้กับแบรนด์ไทยที่มีมากขึ้นทุกวัน

ประเด็นแรกๆที่ต้องพูดกันแบบตรงไปตรงมาคือปัจจัยด้านราคา เช่นเดียวกับอาหารหรือผลิตภัณฑ์ใดๆก็ตามที่ต้องอาศัยวัตถุดิบ ส่วนผสม และสารสกัดจากผลผลิตในพื้นที่นั้น จะทำให้ราคาต้นทุนต่ำลง กระบวนการขนส่งและค่าแรงที่เบาลง การจดทะเบียนและเอกสารทางกฎหมายที่ไม่ต้องอาศัยคนกลางในการแปลและส่งต่อหลายทอด ย่อมให้ผลลัพธ์เป็นค่าใช้จ่ายที่ดูสมเหตุสมผลมากยิ่งขึ้นสำหรับผู้บริโภค นั่นคือแรงจูงใจข้อที่ 1 เป็นข้อเท็จจริงที่ปรากฏมานานแล้ว แต่กลับไม่ช่วยให้แบรนด์ไทยเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายเจกเช่นในทุกวันนี้ นั่นเพราะแบรนด์ความงามที่สร้างแรงจูงใจได้ดีจะต้องมีมากกว่าราคาที่เบาสบายกระเป๋า

นอกจากเรื่องของต้นทุนที่ลดลง ยังรวมถึงการนำเสนอแนวคิดทำนองที่ว่า 'ไทยทำไทยใช้' ไทยเข้าใจไทย คือผู้บริโภคเริ่มมองเห็นว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ทำขึ้นโดยคนไทย เพื่อคนไทย ย่อมเหมาะกับตัวเรามากกว่า ยกตัวอย่างง่ายๆเช่นสิโร่งพื้น ที่แต่ก่อนจะเป็นปัญหาใหญ่สำหรับชาวเอเชียและชาวไทย เพราะแบรนด์ฝรั่งต่างเต็มไปด้วยรอยพื้นสีสว่างโทนชมพู ในขณะที่คนไทยกว่า 90% ต้องใช้โทนเหลือง) อีกทั้งเรื่องของสภาพผิวที่หลายๆแบรนด์ต่างชาติได้รังสรรค์ผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเพื่อสภาพผิวที่ไม่ต้องเผชิญกับสภาวะอากาศร้อนชื้นและความรุนแรงของแสงแดดมากนัก ซึ่งก็อาจจะเหมาะกับผู้บริโภคในหลายพื้นที่ แต่ถ้าพูดถึงประเทศไทย แน่นอนว่าเราต้องการอะไรที่เหมาะสมกับเรา ทนทานต่ออากาศร้อนชื้น พร้อมมอบคุณประโยชน์จากรังสียูวีอันหนักหน่วงของบ้านเราได้ ดูจากสัดส่วนประชากรผิวผสมที่มีอยู่กว่า 70% หลายคนก็ยังมองหาสกินแคร์ที่เหมาะสมกับผิวไม่สำเร็จ

ยิ่งไปกว่านั้นสิ่งที่ต้องยอมรับว่าช่วย 'ขายของ' ได้ดีในยุคนี้นี้คือการทำภาพแคมเปญ อะไรก็ตามที่ขึ้นกล้องหรือถ่ายภาพได้สวย ย่อมมีความน่าสนใจมากกว่าในสายตาของผู้บริโภค แบรนด์ไทยยุคใหม่เริ่มมองเห็นความสำคัญของภาพลักษณ์และปิดผนึกการนำเสนอใหม่ พอก่อนสู่การรักษาผลิตภัณฑ์ไทยแบบห้มสับใจกระแสบน พรหมน้ำดอกมะลิกลิ่นหอมจูงใจต่างๆ มาสู่ยุคที่น้องๆเน็ตไอดอล บิวตี้บล็อกเกอร์ และบรรดา KOL (Key Opinion Leader) ผู้มีสไตล์ทั้งหลายหรืออิทธิพลต่อตัวแบรนด์ และกระตุ้นการซื้อได้ดีกว่าครั้งใด อย่างที่เราได้ยินและได้เห็นแบรนด์ 4U2 กับปรากฏการณ์ดังเอาบิวตี้บล็อกเกอร์นับสิบมาร่วมรังสรรค์เจดิสลิปติกในราคาจับต้องได้ จนได้ชื่อเล่นที่ผู้บริโภค

เรียกกันติดปากว่า 'ลิปบิวตี้บล็อกเกอร์' ซึ่งแน่นอนว่าเรียกความสนใจจากผู้คนจำนวนมากให้มารวมตัวกันอยู่หน้าเซล์ฟในร้าน EveandBoy ได้อย่างแน่นขนัด, Srichand ที่เคยขายความ 'ต้นตำรับ' ว่าเป็นแบบแผนความงามให้กับสาวไทยมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1948 ก็ยังต้องทำการปรับภาพลักษณ์และปรับโลโก้ โดยเอาปีต้นกำเนิดออก เปลี่ยนใหม่เป็นแพ็คเกจที่ดูเรียบหรูยิ่งขึ้น และมีมาร่วมมือกับแบรนด์อื่นๆเพื่อยกระดับสไตล์ให้ดูทันสมัย

รวมถึงการบอกเล่าผลิตภัณฑ์ผ่านทางไลฟ์สไตล์ยุคใหม่ เช่น Everyday Matte Lipstick ที่ตั้งชื่อลิปสติกตามเวลาในแต่ละวันเพื่อบอกเล่าว่าสีไหนเหมาะกับลุคและกิจกรรมใด อย่าง 6:00 Wake up Call และ 20:00 Dinner Date หรือแม้กระทั่งแบรนด์ไทยยักษ์ใหญ่อย่าง Mistine แบรนด์ที่ผู้คนในยุค '80s-'90s ได้อินสโลนกันมานับนานเป็นเสียงกอดกริ่งหน้าประตูพร้อมเสียงหวานๆ "มีสทินมาแล้วค่ะ" ที่ยกเครื่องปรับโฉมด้วยการกระหน่ำการตลาดและพรีอาร์ ภาพลักษณ์แบรนด์ดูสวยเปรี้ยวขึ้นมาทันใดเมื่อภาพของเหล่าดาราระดับเอลิสต์ 7-8 ชีวิตเรียงรายกันอยู่ที่ผนังสถานีรถไฟฟ้างกลางเมือง ผลิตภัณฑ์อัพเกรดให้มักลิ้นอายของเมกอัพอาร์ทิสต์อย่างอายไลน์เนอร์ สีดำสนิทอันเลื่องลือว่าสวย คมเข้ม ชัด และติดทนนาน ทนต่อสภาพอากาศบ้านเราเป็นอย่างยิ่ง ปีหลังๆเริ่มจับทางรูดตลาดต่างชาติเมื่อค้นพบว่าลูกค้าแผ่นดินใหญ่แหกกันมาซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้อย่างสนุกสนาน และยังเคยสร้างปรากฏการณ์เปิดสตรีที่กรุงปารีสมาแล้ว

Cosluxe แบรนด์เมกอัพที่อัดฉีดด้านผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับดวงตาเป็นหลัก อย่างมาสคาร่า อายไลน์เนอร์ ที่เขียนคิว ที่เมื่อเปิดกระเป๋าช่างแต่งหน้ามาเป็นได้เจอไอเท็มเหล่านี้ของแบรนด์แทบทุกราย โดยเฉพาะมาสคาร่าที่ยกขนตาสาวเอเชียให้งอนงามได้ยาวนานตลอดทั้งวันนั้นเป็นอะไรที่หาได้ยากยิ่ง แม้ขนาดเคาน์เตอร์แบรนด์แพงๆจากต่างประเทศหลายแบรนด์ก็ทำได้ไม่สาแก่ใจสาวหมวยอย่างเรานัก อายไลน์เนอร์ที่เมื่ออยู่ในสภาพอากาศหนาวๆแห้งๆ ไม่เคยได้ผ่านการทดสอบอย่างโชกโชนจากหน้าร้อน 40 องศา สลับกับหน้าฝนที่ฝนโปรยปรายราวกับพายเข้าทุกวี่วันอย่างบ้านเรา จึงไม่สามารรถตอบใจหทัยสาวไทยได้อย่างเต็มร้อย รวมถึง Passion Ville ที่นับว่าเป็นหนึ่งในแบรนด์ไทยแบรนด์แรกๆที่เปิดตัวอย่างอลังการด้วยภาพโพสท์ทางโซเชียลเน็ตเวิร์กกับหลากหลายสีลิปสติกที่สวยสดขึ้นมาอย่างสวยงาม ละลานตา ซึ่งแน่นอนว่าทำให้ชื่อเสียงของแบรนด์เป็นที่พูดถึง พร้อมยอดขายถล่มทลายอย่างรวดเร็ว หลังจากนั้นก็คลอไอเท็มใหม่ๆตัวไหนออกมา เจอการสไลล์ภาพสวยๆเพิ่มเข้าไปก็เป็นที่อันขายได้ขายดีจนกลายเป็นสูตรสำเร็จที่ทำให้แบรนด์ไทยรุ่นหลังๆเดินตามกันอย่างไม่มีแตกแถว ฯลฯ

นอกจากเมกอัพสีที่สามารรถถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆได้อย่างชัดเจนแล้ว สกินแคร์และแฮร์แคร์ก็เป็นอีกหนึ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีการแปลงโฉมลดทอนเอาโบขี้ผึ้ง โบมาะกรุ๊ต ออกไปแล้วแทนที่ด้วยภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และภาพถ่ายในโซเชียลมีเดียให้แลดูสวยงามทันสมัยแบบมินิมัลมากขึ้น เพราะความเรียบเก๋คือสิ่งที่ขายได้สำหรับคนในยุคนี้นี้ ไม่ว่าจะเป็นแบรนด์ผลิตภัณฑ์สำหรับเส้นผมและหนังศีรษะอย่าง Kaff & Co. ที่มีภาพลักษณ์ดูเป็นธรรมชาติและเรียบง่าย แม้จะใช้สมุนไพรดั้งเดิมของไทยอย่างมะกรูดและขิง แต่ก็เชื่อว่าจะต้องมีรูปลักษณ์เป็นไทย

แผนโบราณเสมอไป เช่นเดียวกับ Minor Skin แบนด์สกินแคร์ ที่มี Silver Vine Spot Eraser Translucent Skin Serum เป็นหมัดเด็ด โดยเลือกใช้แต่ส่วนผสมที่มีคุณภาพ แม้ราคาจะสูงเมื่อเทียบกับแบรนด์ไทย แต่สามารถบอกเล่าเรื่องของสรรพคุณได้อย่างน่าสนใจ เช่น เรื่องโบราณหนึ่งที่จะเป็นความกังวลอันดับต้นๆของชาวเอเชีย ทางแบรนด์ไม่เพียงแต่ใช้เรื่องการปรับผิวให้แลดูกระจ่างใสเป็นตัวบอกเล่า กลับให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าสีผิวที่สว่างขึ้นใช้จะทำให้ผิวสวยขึ้น หากแต่ผิวที่สุขภาพดีขึ้นจากภายในต่างหากที่จะช่วยเพิ่มวอลูมให้ผิวดูอึดน้ำ ฉ่ำวาว ซึ่งจะส่งเสริมเรื่องความกระจ่างใสได้ดียิ่งกว่า เป็นต้น ยังไม่นับรวมแบรนด์ที่เหล่าดาราและคนดังพากันรังสรรค์กันขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์ความงามของชาวไทยเรากันอีกไม่นาน

ซึ่งถือเป็นการสร้างสีสันให้แวดวงความงามบ้านเราก็ดัก เพราะอย่างไรเสียอุตสาหกรรมความงามยังคงมีพื้นที่ให้เติบโตได้อีกมาก แม้จะมีการแข่งขันที่สูงมากอยู่แล้วก็ตาม แต่ก็อย่างที่ Oriental Princess แบนด์ไทยอีกแบรนด์ได้กล่าวไว้ว่า “ผู้หญิง...อย่าหยุดสวย” ตราบใดที่ความสวยยังคงมีบทบาทต่อคนไทยตราบนั้นประโยชน์ก็ยังคงชัดแจ้งและทรงพลังไม่เสื่อมคลายถ้าจะต้องจ่ายเงินเพื่อผลิตภัณฑ์ความสวยใดๆ (ที่หยุดกันไม่ได้) ก็เลือกแบบที่ทั้งคุ้มค่าและเหมาะกับเรามากกว่า...แบรนด์ไทยซึ่งราคาสบายกระเป๋าและเข้าใจผู้บริโภคอย่างเราๆจึงได้มีส่วนแบ่งในท้องตลาดสูงที่ขึ้น และยึดครองพื้นที่บนโต๊ะเครื่องแป้งได้มากขึ้นเช่นกัน!



1. ArunaYouth™ Hydrogen Sheet Mask มาส์กบำรุงผิวที่เข้มข้นเท่ากับเซรัม 1 ขวด (1,500 บาท) จาก PAÑPURI 2. Natural Sunscreen Perfect Matte UV Protection For Face SPF 50 + PA +++ ครีมนกันแดดเนื้อนํานุ่มสูตรควบคุมความมัน (705 บาท) จาก ORIENTAL PRINCESS 3. Love Me Harder 2 Liquid Matte Lipstick ลิควิดลิปสติกเนื้อบางเบาสบายริมฝีปาก (199 บาท) จาก 4U2 4. Bare To Perfect Translucent Powder แป้งฝุ่นเนื้อโปร่งแสง เนื้อแป้งเนียนละเอียด (320 บาท) จาก SRICHAND 5. Cica Soothing Moisture Gel มอยส์เจอร์เซอร์สำหรับผิวมัน เป็นสิ่วงาย (690 บาท) จาก MIZUMI 6. Red Carpet Professional Powder SPF 25 PA ++ แป้งผสมรองพื้นเนื้อเนียน (325 บาท) จาก MISTINE

“การใช้ผลิตภัณฑ์ต่างๆที่กำขืน โดยคนไทย เพื่อคนไทย ย่อมเหมาะกับตัวเรามากกว่า



อารวิทย์ ศิริพาทย์

Pañpuri อีกหนึ่งแบรนด์สัญชาติไทยที่สร้างชื่อในฐานะแบรนด์ความงามที่เน้นความสวยแบบองค์รวม ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 2003 จากความสนใจและชื่นชอบการดูแลสุขภาพของชาวตะวันตก เน้นความสมดุลจากภายในสู่ภายนอก จึงกลายมาเป็นแรงบันดาลใจและจุดเริ่มต้นของแบรนด์ เมื่อคุณปุ๋ย-อารวิทย์ ศิริพาทย์ เริ่มเห็นช่องว่างทางการตลาดในอุตสาหกรรมสุขภาพและความงามในประเทศไทย ที่มีผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากธรรมชาติและออร์แกนิกในตลาดน้อย และต้องการให้มีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสู้กับแบรนด์ต่างประเทศได้ จึงเกิดเป็นความตั้งใจที่จะนำเสนอ Pañpuri ให้เป็นคลื่นนวัตกรรม และเวลเนสไลฟ์สไตล์แบรนด์ที่เปี่ยมประสิทธิภาพและปลอดภัยต่อทั้งผู้ใช้และสิ่งแวดล้อม โดยทุกผลิตภัณฑ์และบริการจาก Pañpuri นั้นต้องผ่านการคัดสรรวัตถุดิบบริสุทธิ์จากธรรมชาติและออร์แกนิก ปราศจากสารที่อาจก่อให้เกิดการระคายเคืองกว่า 2,300 รายการ ภายใต้มาตรฐานความปลอดภัย ZeroList™ ลิขสิทธิ์เฉพาะจากแบรนด์

ELLE: คิดว่าศักยภาพของแบรนด์ความงามไทยคืออะไร
อารวิทย์: สำหรับประเทศไทยผมว่าอุตสาหกรรมความงามยังสามารถเติบโตไปได้อีกไกล หากมีการวางแผนอย่างเป็นระบบและเข้าใจจุดเด่นที่แตกต่างของประเทศไทย โดยเน้นการดูแลสุขภาพและความงามแบบองค์รวมเป็นแกนหลักสำคัญ เราจึงมีชื่อเสียงด้านเวลเนส และได้รับการยอมรับในตลาดโลก ผมมองเห็นศักยภาพของประเทศมาตั้งแต่เริ่มต้น จึงเป็นแรงผลักดันให้สร้างแบรนด์ Pañpuri ไปสู่ระดับนานาชาติ เราสามารถสร้าง T-Beauty มาเป็นตัวเลือกทางด้านความงามจากเอเชียแบบ J-Beauty จากญี่ปุ่น หรือ K-Beauty จากเกาหลีได้

ELLE: คิดว่าแบรนด์ความงามของไทยสามารถขึ้นเป็นแบรนด์อันดับต้นๆของโลกได้หรือไม่
อารวิทย์: เป็นไปได้ครับ ซึ่งประกอบไปด้วยหลายองค์ประกอบ แบรนด์ต้องสามารถนำเทรนด์ได้ และต้องทำความเข้าใจความต้องการในตลาดโลก เพราะสำหรับผมคิดว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันทั้งทางด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีส่วนประกอบ วัตถุดิบที่มีค่า และมีผลลัพธ์ที่ดี อีกทั้งเรื่องราคาและการทำการตลาดก็สำคัญ หากมีเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อพัฒนาให้แบรนด์ความงามของไทยแข็งแกร่ง เราจะได้รับการสนับสนุนจากผู้บริโภคแน่นอนครับ

ELLE: ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ความงามต่างๆเรามีประสิทธิภาพเทียบเท่าเคาน์เตอร์แบรนด์หรือไม่
อารวิทย์: เราใช้คิตที่สามารถคัดสรร จัดหาส่วนผสมที่ดีที่สุดจากแหล่งที่มาจากทั่วโลกได้โดยตรง ซึ่งเป็นส่วนผสมเช่นเดียวกันกับที่เคาน์เตอร์แบรนด์ระดับโลกเลือกใช้ โดยทาง Pañpuri ได้ให้ความสำคัญกับการใช้ส่วนผสมในอัตราส่วนที่เข้มข้นเพื่อให้ได้รับผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพและได้ผลมากที่สุด มีการทดสอบประสิทธิภาพและการทดสอบความระคายเคือง dermatological test โดยสถาบันที่มีชื่อเสียงระดับโลกเช่นเดียวกับเคาน์เตอร์แบรนด์ เพื่อตอบย้ำถึงความมีประสิทธิภาพให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด



วริษฐา สิบพันอ้วน

อีกหนึ่งแบรนด์ความงามของไทยที่สร้างปรากฏการณ์ผลิตภัณฑ์กันแดดสุดฮิตในเวลาอันรวดเร็วกับ Mizumi ที่เริ่มต้นจากการที่คุณหนู-วริษฐา สิบพันอ้วน กรรมการผู้จัดการ มีสภาพผิวแพ้ง่าย แล้วมองหาครีมกันแดดที่ตอบโจทย์กับสภาพผิวของตัวเอง ซึ่งไม่ค่อยมีในท้องตลาดสมัยนั้น

จึงเริ่มต้นลงมือตั้งแต่คิดคอนเซ็ปต์ครีมกันแดดในอุดมคติของสาวแพ้ง่ายขึ้นมา และมีโอกาสได้พูดคุยกับคนรู้จัก กับเพื่อนที่มีผิวแพ้ง่ายเหมือนกัน ปรากฏว่าหลายคนชอบในไอเดีย จึงทดลองทำเป็นธุรกิจแบบจริงจัง โดยเริ่มจากลอตเล็กๆ ให้คนได้ลองไปเรื่อยๆ พร้อมรับฟีดแบ็กมาปรับปรุงจนมั่นใจว่าสูตรดีแล้ว ทำให้ใครๆ ที่ได้ลองก็ชื่นชอบและมีความต้องการในตลาดมากขึ้น เรียกว่าเป็นธุรกิจที่เริ่มจากเล็กๆ แล้วอาศัยคำแนะนำปากต่อปาก จนทำให้วันนี้ถ้าสาวๆ จะต้องหยิบครีมกันแดดขึ้นมาใช้ทุกเช้าก็ต้องเป็น Mizumi

ELLE: คิดว่าศักยภาพของแบรนด์ความงามไทยคืออะไร

วริษฐา: ศักยภาพของแบรนด์ความงามไทยมาจากหลายแง่มุม ต้องดูเป็นองค์รวม ตั้งแต่ความต้องการของสินค้าความงามและศักยภาพของ value chain (ตั้งแต่โรงงานผลิต ช่องทางการขาย และการทำการตลาด) ในการป้อนสินค้าตามความต้องการเหล่านี้ คือช่วง 5-10 ปีที่ผ่านมาต้องบอกว่าตลาดความงามเติบโตต่อเนื่อง และผู้หญิงไทยให้ความสนใจในการดูแลตัวเองมากขึ้นกว่าแต่ก่อนมาก จึงเป็นโอกาสอันดีในอุตสาหกรรมนี้ โรงงานผลิตในไทยก็มีศักยภาพ และมีหลายขนาดให้เราเลือกทำงานด้วย ต้นทุนสามารถแข่งขันได้ ปริมาณการผลิตขั้นต่ำก็อำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการรายเล็กๆ สามารถเริ่มต้นแบรนด์ของตัวเอง ช่องทางการขายเครื่องสำอางเมืองไทยก็มีหลากหลายไว้อรองรับ ตั้งแต่ model ออนไลน์ ตัวแทนจำหน่าย ไปจนถึงหน้าร้านจริงจัง ประกอบกับผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีความสามารถในการทำแบรนด์ที่โดนใจคนรุ่นใหม่ด้วยตัวเอง มีความคิดสร้างสรรค์ในการทำ brand identity และรู้วิธีทำการตลาดแบบเข้าถึงลูกค้าจริงๆ เลยทำให้แบรนด์ไทยใหม่ๆ หลายแบรนด์ได้ใจลูกค้า ลูกค้ากลัวที่จะลองและแนะนำต่อ สุดท้ายก็แจ้งเกิดท่ามกลางแบรนด์อินเตอร์ที่อยู่มานาน และบางทีดังไปไกลยังต่างประเทศด้วย

ELLE: ตอนเริ่มต้นธุรกิจมีทิศทางและมุมมองในการบริหารและการตลาดอย่างไร

วริษฐา: ตอนเริ่มเราไม่ได้คิดการใหญ่อะไรมากมาย แค่คิดว่าทำอย่างไรให้คนชอบที่สินค้าเราจริงๆ แนะนำต่อเพราะรู้สึกว่ามีผลิตภัณฑ์ดี ไม่ใช่เพราะรู้จักเราหรือมี incentive อะไรซ่อนอยู่ เรามองว่าถ้าสินค้าดีในระยะยาวก็จะมีคนมาซื้อซ้ำ ถึงแม้การตลาดจะไม่มากก็ตาม ดังนั้นตอนเริ่มธุรกิจเรามองว่าหัวใจคือผลิตภัณฑ์ตามมาด้วยการตลาดแบบจริงจังและเข้าถึงเป้าหมาย หมายถึงเราพยายามไม่อ้ออวดสรรพคุณอะไรที่เกินจริงเพียงเพื่อหวังยอดขาย แต่เราเน้นการสร้างพื้นฐานความเข้าใจกับลูกค้าให้รู้ว่าครีมกันแดดเราทำอะไรได้ ทำอะไรไม่ได้ เพื่อให้เข้าใจก่อนจะซื้อ และเราเป็นแบรนด์ที่พยายามพูดคุยกับลูกค้าเอง เพื่อฟังฟีดแบ็ก และให้ลูกค้าสบายใจว่าคำถามที่เขามีในใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เราพยายามตอบให้ได้มากที่สุด ซึ่งจริงๆ ทุกวันนี้แบรนด์ก็ยังยึดหลักการนี้ในการทำการตลาดอยู่ค่ะ

ELLE: คิดว่าแบรนด์ความงามของไทยโดดเด่นอย่างไรในตลาดโลก

วริษฐา: ถ้าไม่มองว่าแบรนด์ไทยมีเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่เป็นจุดขายให้ต่างประเทศอยู่แล้ว แบรนด์ไทยรุ่นใหม่ๆ ที่ไม่ได้พีริเซนต์ความเป็นไทยจ๋าออกมา มีข้อดีหลายๆ ที่ทำให้เราแข่งขันได้เลยคือคุณภาพดีในราคาที่จับต้องได้ จึงเป็นที่ต้องการในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศที่ชื่นชอบเมืองไทยอยู่แล้ว และได้รับอิทธิพลจากละครไทย หนังไทย ดาราไทย เช่น จีน เวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศจึงมองว่าสินค้าบิวตี้ไทยเป็นที่ยอมรับ แถมซื้อง่ายขายเร็ว จึงเป็นโอกาสที่ดีของแบรนด์ความงามไทยที่จะไปเจาะตลาดต่างประเทศ ■ มัลลิกา บุญยีน และพรประทาน ชัยกรโกศล

Model: Pannapat Sangounsub

Make-up: Rattanachot Pokum

Hair: Manaswee Kitpisut

Photographer: Kritsada Hasapark

Stylist: Pitipong Pongdam

Beauty Editor: Mallika Boonyuen

RUNWAY BEAUTY REPORT

กลับมาอีกครั้งสำหรับแอลเฟชั่นวีก แต่ปีนี้พิเศษกว่า
ทุกปีกับแฟชั่นโชว์ในรูปแบบดิจิทัล Virtual Runway
และแน่นอนว่าแอลบิวตี้ก็ไม่ว่าพลาดที่จะเก็บตกเทรนด์แฟชั่น
จาก Mistine ฟรังวาสส์คลุคสวยให้กับทุกโชว์
เราขอสรุปมาจอร์ทรนด์ประจำปีนี้พร้อมเทคนิค
ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน

ISSUE



ISSUE



CLASSIC NO-MAKEUP MAKEUP

ยังคงอยู่กับเมเจอร์เทรนด์ประจำปีที่ถูกเหมือนว่าจะเป็นสไตล์เมกอัพที่ฮิตฮอตไม่เลิก เป็นผลงานที่รวมเรื่องราวความใกล้ชิดธรรมชาติด้วยเมกอัพในสไตล์แนเชอรัล เน้นโชว์ผิวใสสะอาด ผสานกับความแฟนตาซีของดอกไม้ใบหญ้าที่ช่วยเสริมความใกล้ชิดของผิวอย่างโชว์ของ Issue ข้อสำคัญในการโชว์ผิวฉ่ำสวยแบบนี้คือต้องใช้รองพื้นแค่เพียงเล็กน้อย เทคนิคคือการค่อยๆเกลี่ยรองพื้นให้กระจายทั่วใบหน้าแบบบางเบา ส่วนดวงตาและพวงแก้มให้เลือกสีในโทนน้ำตาลอ่อน ตบท้ายความสวยด้วยลิปกลอสแวววาวเพื่อคอมพลีตลุคที่ดูเป็นธรรมชาติมากที่สุด



ASV

MODERN CITY GIRL

เป็นลุคของสาวทันสมัยที่ไม่เน้นการคอนทัวร์หรือจัดตั้งจหน้าคมชัด แต่แฝงรายละเอียดของงานผิวที่เป็นเทรนด์ฮิตมาหลายปี โดยปรับให้ดูโมเดิร์นด้วยการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ไม่มากชิ้นแต่คอมพลีตลุคได้สมบูรณ์แบบที่สุด โนโชว์ของ ASV เน้นการแต่งหน้าแบบผิวสุขภาพดี โดยเมกอัพอาร์ติสต์ยังคงเน้นย้ำเรื่องการบำรุงผิวก่อนแต่งหน้าเพื่อให้ผิวดูชุ่มชื้น คีย์คัลเลอร์ของโชว์นี้จะใช้อายแชโดว์เฉดสีชมพูอมส้ม ส่วนคิ้วปิดตามธรรมชาติแค่ให้ดูปรับกับใบหน้า เพิ่มมิติบนเปลือกตาด้วยการปิดมาสคาร่าเล็กน้อยให้ดูเป็นช่อ ปิดท้ายความงามของลุคนี้ด้วยริมฝีปากเงาสีชมพูเบาๆ ทำให้ลุคโดยรวมทั้งดูโมเดิร์นและอ่อนเยาว์



ASV



Assistant Photographer: Kasidit Prapawong (@id.kasi)



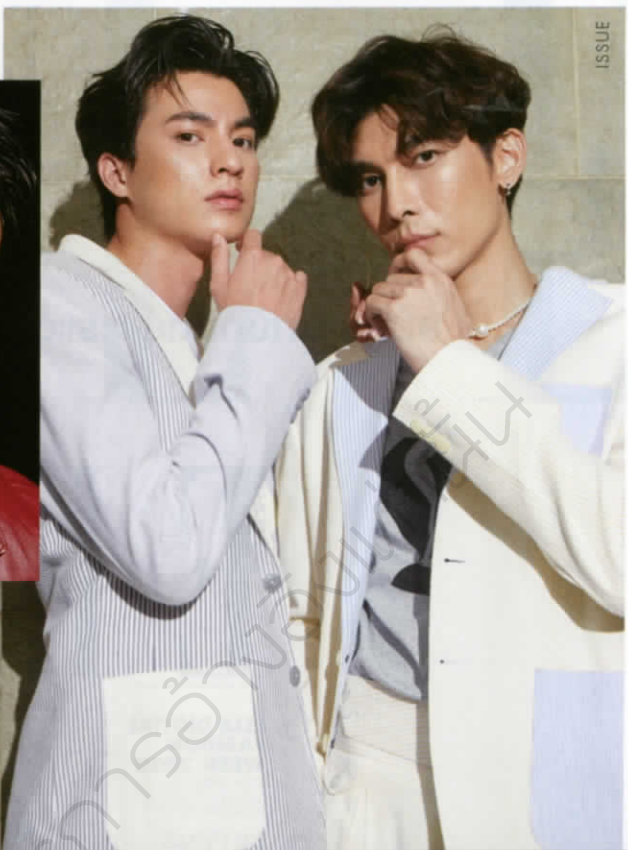
JEWEL TONES

มาโฟกัสที่เปลือกตาก็ันบ้าง ปีนี้ดูเหมือนหลายแบรนด์ไม่ว่าจะเป็น Milin, T and T และ Vickteerut พร้อมใจกันสร้างสีสันสนุกๆ บ้างก็พาเราย้อนวันวานให้นึกถึงสาวยุค '70s ที่เปรี้ยวซ่า โดย Vickteerut เน้นความเป็นธรรมชาติบนผิว ไล่เฉดตั้งให้ใบหน้าดูมีมิติเล็กน้อย ส่วนเปลือกตาใช้สีม่วงมาเป็นจุดเด่น ปล่อยให้ปากเปลือยเปล่าเป็นสีน้ำตาลโมเดิร์น ส่วน Milin โดดเด่นด้วยการทากลอสบนเปลือกตาสำหรับ T and T ดูจะเป็นโชว์ที่สนุกสนานกับการใช้สีสันมากที่สุด ด้วยการระบายสีสดอย่างสีม่วงและชมพูสดลงบนผิวที่เน้นความเป็นธรรมชาติ



FLOATING LINE

ทิวทัศน์ความโมเดิร์นให้กลมกลืนไปกับเมกอัพลุคแบบสาวยุค '60s โชว์ของ Kloset ใช้ความลื่นไหลของเส้นโลเนอร์ที่ดูไม่น่าเบื่อด้วยสีขาวและดำ โดยใช้โลเนอร์วาดเส้นเป็นโครงในสไตล์สาวม้อด สลับกับการใช้โลเนอร์สีดำมาสร้างจุดดึงดูดบริเวณขอบตาล่างด้วยการรังสรรค์เส้นให้ดูเหมือนขนตา เป็นลุคที่ดูสนุกกับการผสมผสานงานกราฟิกที่จ่มองให้เหมือนตุ๊กตาหรือเป็นงานศิลปะก็ไม่ผิด ส่วน Issue เลือกสีสันให้กับหนูนายแบบด้วยการไล่สีบนใบหน้าในสไตล์ลีนผ่าเป็นกิมมิกที่ช่วยสร้างสีสันให้กับแอลแฟชั่นวิกปีนี่



THE STRONGEST LOOK

รูดึงเทรนด์ความงามแบบฉบับผู้ชายแมนๆกันบ้าง เป็นลุคที่เราอาจจะไม่ค่อยได้โฟกัสสักเท่าไร แต่ปีนี้คงต้องยกให้เป็นปีของหนุ่มๆเขาบ้าง ในโชว์ของ Painkiller เมกอัพอาร์ติสต์เลือกใช้รองพื้นเพียงเล็กน้อยเพื่อปกปิดจุดบกพร่องแต่ยังคงเน้นโชว์ผิวใสของหนุ่มๆไว้อย่างไรที่ติดอีกก็คือการใช้อายแชโดว์ในโทนสีคอปเปอร์มาสร้างสีสันบนเปลือกตาที่ครีเอทีฟดูเท่ได้น่ามองทีเดียว ส่วน Issue เลือกการโชว์ผิวเช่นกันแต่จะเน้นความฉ่ำโกลว์แบบผิวสุขภาพดี ■ มัลลิกา บุญยธิ

THE KEY ITEM

เมกอัพชิ้นเด่นจาก Mistine ที่ใช้ vassac ที่สะดวกในทุกโชว์



Flormar Blush-On บลัชออนที่รวม 2 เจดสี เพื่อสร้างความสดใสให้พวงแก้มและเจดสีเข้มเพื่อสร้างมิติ

Face Sol Super Slim Eyebrow Pencil ดินสอเขียนคิ้วเนื้อนุ่ม ละมุนสร้างโครงคิ้วให้สวยได้รูป



The Roc Eyeliner อายไลเนอร์นวัตกรรมสุดล้ำที่ช่วยสร้างมิติให้ดวงตา

M Eyeshadow Palette พาเลตต์อายแชโดว์ในโทนสีแนชเชอร์ลกับหลากหลายเนื้อสัมผัส



Super Model Extension Mascara มาสคาร่าสีดำสนิทที่มาพร้อมหัวแปรงอีกด้านเพื่อตูลงตาให้ดูยาวขึ้น



Four Seasons Resort Koh Samui

FULLY CHARGED

ถึงเวลาต้องพักที่ไม่ใช่แค่กายแต่พักใจและสมองที่แสนเหนื่อยล้าและหนักหน่วง มาตลอดทั้งปี ลองหาวันหยุดแล้วไปผ่อนคลายกับโปรแกรมสปาและการดูแลสุขภาพ โดยไม่ต้องพะวงว่าทริปนี้จะได้รูปสวยไปอวดใครๆ ว่าแล้วก็พักผ่อนไปอย่าง ตัวเลือกเหล่านี้ก็จะช่วยปรนเปรอทั้งกายและใจคุณได้อย่างแท้จริง



BANGKOK

MANDARIN ORIENTAL

หากคุณมีเวลาว่างแค่ 2 วัน การพักผ่อนในกรุงเทพฯ คือตัวเลือกที่เพอร์เฟกต์ โดยเฉพาะโรงแรมริมแม่น้ำเจ้าพระยาระดับตำนานแห่งนี้ที่เพิ่งรีโนเวทใหม่ ดูสวยงาม ห�ดย้อย แคมสวนสีเขียวที่หอมล้อมสระว่ายน้ำใหม่ ก็สวยแข่งกับวิวแม่น้ำจากห้องพักจนเรานึกใจว่าจะแบ่งเวลาไปอยู่ตรงไหนดี

WHY WE PAY FOR THIS: แม้ห้องพักจะไม่ได้ลดราคาในช่วงนี้ แต่แพ็คเกจ Staycation ของที่นี่คุ้มยิ่งกว่าคุ้ม เพราะจ่ายค่าห้องพัก 17,500 บาทต่อคืนได้ทั้ง early check-in และ late check-out แซมเมนูในห้อง 1 ชุด และที่สำคัญ 50% ของค่าห้องสามารถแปลงเป็นเครดิตไว้ใช้จ่ายในโรงแรมได้ด้วย สวรรค์สวยรักงามและอยากผ่อนคลายอย่างเราก็จัดไปเลยค่า เครดิตนี้ใช้ได้ทั้งกับ Endermologie Facial และนวดตัวรวมกันไปเลย

SINDHORN KEMPINSKI

โรงแรมน้องใหม่ในตึกรูปทรงแปลกตาย่านหลังสวนที่เราเลือกมาแล้วว่าเหมาะกับการพักผ่อนกายใจในกรุงเทพฯ เป็นที่สุดอีกแห่ง เพราะที่นี่มี Sindhorn Wellness by Resense บูติกฟิตเนสเปิดให้บริการ มีครบตั้งแต่ Virtual Cycle Studio สตูดิโอปั่นจักรยานแบบ 3 มิติ และคลาสออกกำลังกายต่างๆ ทั้ง HIIT หรือการออกกำลังกายเพื่อเผาผลาญไขมันแบบหนักสลับเบา รวมถึงโยคะและพิลาทิส

WHY WE PAY FOR THIS: Wellcation in the City เป็นแพ็คเกจที่คุ้มเพราะจ่ายค่าห้องพัก 6,888 บาท ได้ทั้งเครดิตกินอาหารสุขภาพในโรงแรม 1,200 บาท (ที่นี่มีออฟเตอรูนูตีแบบเน้นดูแลสุขภาพ) บัตรเข้าใช้ Sindhorn Wellness by Resense แบบไม่จำกัดเวลา และส่วนลดสปา 20%



NEW



HUA HIN

CHIVA-SOM

ระยะเวลา 25 ปีที่เปิดมา ทำให้รีสอร์ทที่เน้นการดูแลสุขภาพแห่งนี้กลายเป็นสุดยอดแห่ง wellness destination ที่คนทั่วโลกพูดถึง ใครที่เคยเข้าใจว่าอาหารสุขภาพต้องไม่อร่อยขอให้มาที่นี่แล้วคุณจะเปลี่ยนใจไปตลอดกาล แกรมรีสอร์ทแห่งนี้ยังช่วยให้คุณปลีกตัวจากโลกภายนอก อันแสนวุ่นวายได้จริงๆ เพราะเขาจะไม่อนุญาตให้คุณใช้โทรศัพท์นอกห้องพัก ดังนั้นเวลาทั้งหมดจึงไปอยู่ที่สปาและการออกกำลังกาย หรือไม่กี่แฉะตีมาเตะไคร้กลิ้งหอมตามจุดต่างๆของรีสอร์ท

WHY WE PAY FOR THIS: ตอนนี้ราคาแพ็คเกจต่อคนถือว่าถูกมากที่สุดในการเดินทาง เหลือเพียงราว 9,500-12,000 บาทต่อ 1 คืน ซึ่งรวมทั้งอาหารสุขภาพ 3 มื้อ การรับคำปรึกษาด้านสุขภาพก่อนเข้าพัก ชุดนวดชาชามบาย คลาสออกกำลังกายตามตารางประจำวัน สิทธิเข้าใช้ห้องวารีบำบัดที่ออกแบบมาสวยงาม ราวกับสปาสุขภาพในสวิตเซอร์แลนด์



THE BARAI

สีสันและสถาปัตยกรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของที่นี่อาจทำให้คุณหลงใหลกับการหยิบมือถือขึ้นมาถ่ายรูปได้ยากสักหน่อย แต่เรามั่นใจว่าเมื่อไรที่คุณเดินเข้าห้องพัก Barai Balcony Suite ขนาด 149 ตร.ม. คุณจะรู้สึกเหมือนหลุดเข้าไปอยู่ในอีกโลกหนึ่ง เพราะคุณจะได้ทั้งกินอาหารสุขภาพ นอนบนเตียงที่ใหญ่เกินเรื่อง และทำสปาแบบส่วนตัวในห้องนี้ได้เลย

WHY WE PAY FOR THIS: ช่วงนี้ราคาห้อง Barai Balcony Suite จะรวมการนวดตัว 60 นาทีสำหรับ 2 ท่านทุกวันไว้อยู่แล้ว แต่คุณสามารถเลือกแพ็คเกจสปาเสริมแบบจ่ายรวมครั้งเดียว 4,000 บาทเลือกทำสปารวมกันได้ถึง 4 โปรแกรม



TRISARA

นอกจากจะมีร้านอาหารติดดาวมิชลินอย่าง Pru ให้เป็นหน้าเป็นตา รีสอร์ทหรูริมทะเลแบรนด์ไทยอย่าง Trisara ซึ่งได้รับรางวัลมากมายว่ามีวิลล่าที่ออกแบบมาให้มองเห็นวิวทะเลอันดามันได้สวยที่สุด และตั้งอยู่ในบริเวณที่เขียวที่สุดจุดหนึ่งของภูเก็ต ยังมีโปรแกรมสุขภาพที่ทำให้เราทำใจไม่กดจองได้ยาก

WHY WE PAY FOR THIS: ถ้าจะเลือกฟื้นฟูทั้งร่างกายและจิตใจคงต้องจองแพ็คเกจ Recharge and Rebalance ของที่นี่ เพราะรวมให้หมดตั้งแต่รถรับ-ส่งสนามบิน การให้คำปรึกษาด้านสุขภาพ อาหารสุขภาพทุกมื้อ น้ำผลไม้เพื่อสุขภาพระหว่างวัน กิจกรรมออกกำลังกายแบบกลุ่ม ไปจนถึงทรีตเมนต์สปา 1 โปรแกรม เราขอแนะนำให้ลอง Tension Release เพราะคลายเครียดได้เป็นปลิดทิ้ง



PHUKET

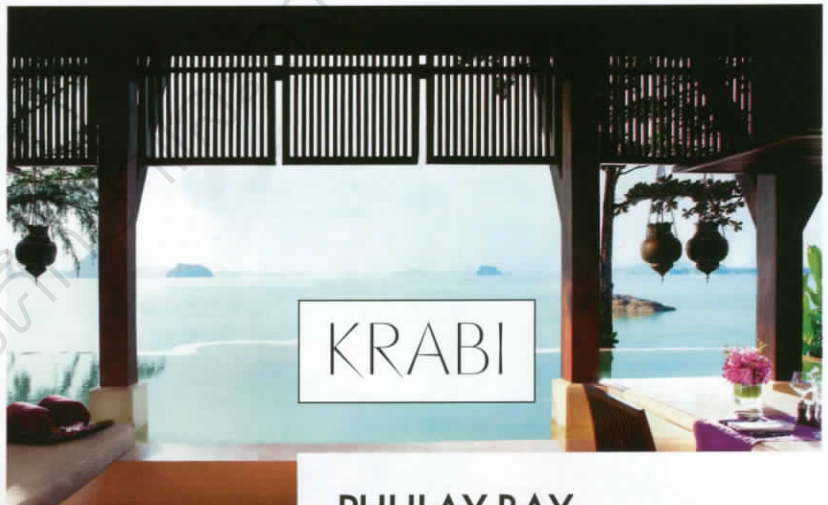


SAMUI

FOUR SEASONS

โดยมารีรีสอร์ทบนเกาะสมุยจะตั้งอยู่บนชายหาด หันหน้าสู่ทิศตะวันออกซึ่งมาพร้อมวิวพระอาทิตย์ขึ้น แต่ Four Seasons จับจองพื้นที่ทั้งภูเขาและหาดส่วนตัวเล็กๆทางฝั่งตะวันตก ทำให้ได้ทั้งความสงบเงียบและวิวพระอาทิตย์ลับขอบฟ้าที่ไม่เหมือนใคร แอ่งห้องพักผ่อนซ่อนตัวอยู่ตามป่าที่เขียวชอุ่มบนเขา ที่นี้จึงเหมาะแก่การหลบหนีไปเติมพลังที่สุด

WHY WE PAY FOR THIS: หลายคนอาจกำลังพูดถึงแพ็คเกจ Restart Your Time ของ Four Seasons กันอยู่ แต่ถ้าใครมองหา wellness escape จริงๆเราแนะนำแพ็คเกจ Spa Escapade ที่รวมอาหารกลางวัน 1 มื้อ นวดตัวริมหาด 60 นาที วิบัสสนาริมทะเล และยังมี Candlelight Bath ต่อด้วยนวดตัวในวิลล่าอีกด้วย



KRABI

PHULAY BAY, A RITZ-CARLTON RESERVE

ถึงแม้ไม่ได้เปิดตัวเป็น wellness resort เหมือนเจ้าอื่นๆ แต่ด้วยโลกชั้น(เกือบ)ลับที่มาพร้อมวิวป่าของเกาะหินปูนอ่าวพังงา ห้องพักผ่อนหลายประเภทที่สวยงามล้ำสะท้อนสถาปัตยกรรมแบบมุสลิมในพื้นที่ และสปาที่มาพร้อมอ่างจากุซซี่แบบแรงดันน้ำเจทต์กลางป่า เราปฏิเสธไม่ได้ว่าที่นี่คืออีกหนึ่งที่สุดของการพักผ่อน

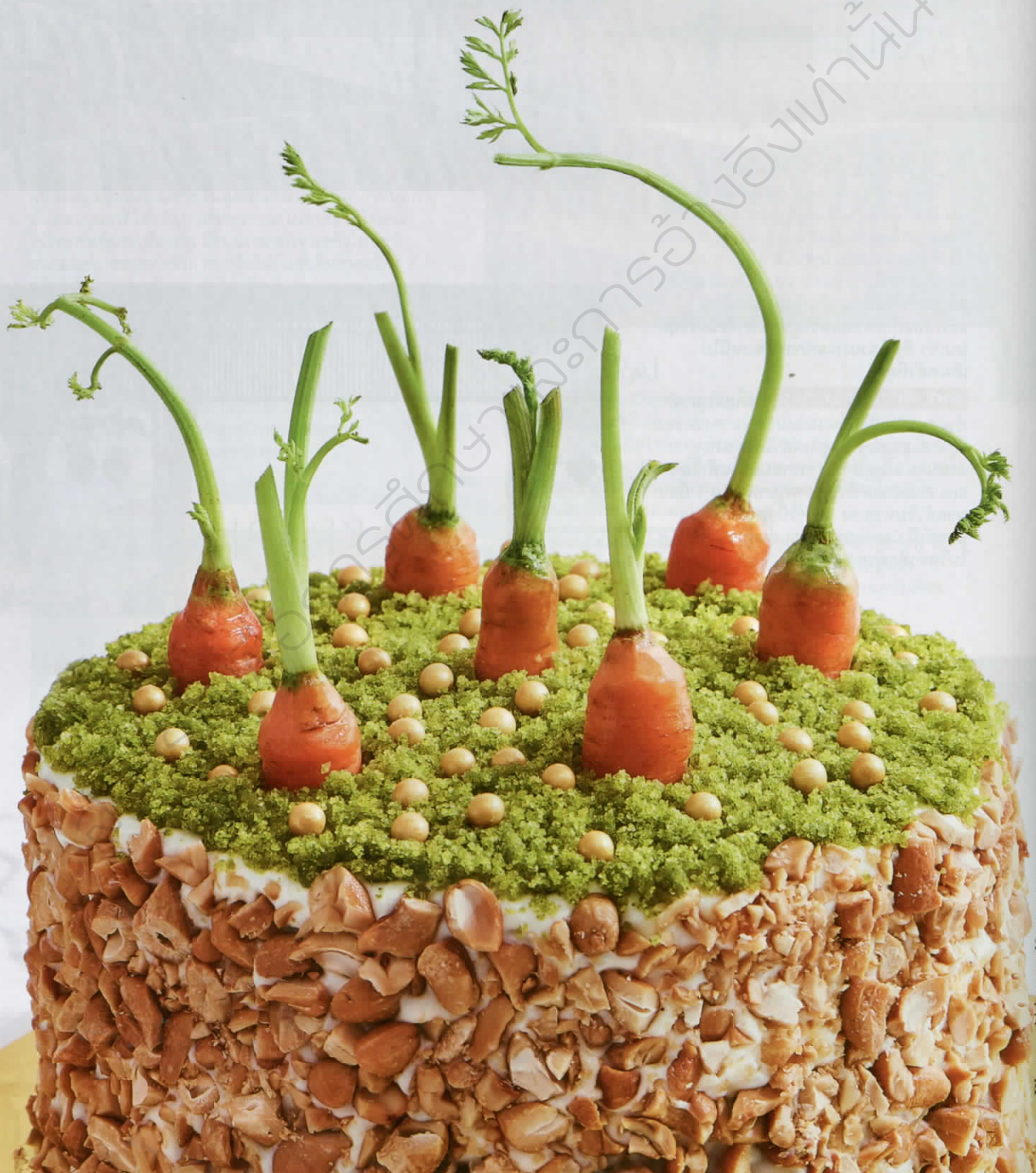
WHY WE PAY FOR THIS: ตอนนี้ถือเป็นโอกาสดีมากที่คุณจะได้คว้าแพ็คเกจ Reconnect ราคา 13,000 บาทโดยประมาณ ที่มาพร้อมเครดิตใช้จ่ายในรีสอร์ท 100 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อวัน แนะนำว่าใช้เครดิตนี้เพื่อไปลองสปาในแบบ rare luxury ของ Ritz-Carlton Reserve ที่มีไม่ถึง 10 แห่งในโลกคงจะคุ้มมาก


■ กษิดิศ ศรีวิสัย



SWEET WONDER

มากกว่าสมดุระหว่างหน้าตาแสนดึงดูดกับรสชาติที่อร่อยคือจุดสำคัญที่ทำให้เซฟ
พู่รังสรรค์ขนมทั้ง 2 ก้านนี้โดดเด่นกว่าใคร เมื่อจินตนาการจากผักผลไม้ถูกย่อส่วน
มาอยู่ในกล่องขนมของสุรากร สุวณณะโฮติ และพิณณิ จิรายุวัฒนา






แม้สโคนแสนอร่อยจะนำพาชื่อเสียงมาให้แบรนด์ Penny the Chef ของเพ็ญณี จิรายุวัฒนา แต่เธอผู้ผ่านประสบการณ์ ทั้ง Mercer Kitchen ในโรงแรมเมอร์เซอร์ นิวยอร์ก โรงแรมแมนดาริน โอเรียนเต็ล ลอนดอน และ Dominique Ansel Bakery ในลอนดอน ก็ยังมีขนมเค้กให้ลองชิมอย่าง เค้กแครอท โดยเธอต้องการลบภาพเดิมๆ ซึ่งส่วนใหญ่มักนำแครอทปลอมจาก น้ำตาลไอซิ่งมาใช้แทนเบบีแครอทของจริง ที่ทั้งสวยแบบธรรมชาติและชวนให้นึกถึง สวนน่ารักๆ ในการดูต้นที่เราดูตอนเด็ก

จินตนาการของเธอไม่หยุดอยู่แค่เค้กแครอทที่มีแครอทปักลงไปบนเนื้อเค้กจริงๆ ภาพของสวนน่ารักแบบที่ยังถูกตัดแปลงมาเป็นเค้กในถ้วยเล็ก กินสะดวก มาพร้อม เสียมขนาดเล็กให้ตักกินได้ง่าย ฉีกภาพเดิมของเค้กในท้องตลาดที่มักเป็นเค้กปอนด์ หั่นแบ่งเป็นชิ้นๆ

แต่ทั้งนี้เธอย้ำเสมอว่าแม่หน้าตา เจ้าเค้กเหล่านี้จะน่ารักขนาดไหน 'รสชาติ ต้องมาก่อน' เธอจึงเต็มที่กับการเลือกสรร วัตถุดิบที่นำมาทำขนมมาก เพราะเธอเชื่อว่าเป็นสิ่งที่จะทำให้ลูกค้าจดจำมากกว่า รูปลักษณ์อันสวยงาม ไม่วั้นแม้แต่เบบีแครอท บนตัวเค้กที่มาจากการปลูกแบบออร์แกนิก





เป่า-สุธากร สุวัฒน์ไชติ ลับข้อจำกัด
เต็มๆของการทำขนมทิ้งไป จุดเด่นของเขา
ที่เราอยากเรียกว่า 'ความขบถ' ผลักดันให้
เขามองข้ามสูตรเดิมที่ใครต่างยึดถือแล้ว
ลุกขึ้นมารังสรรค์เค้กเสมือนผลไม้ที่มีรส
จากผลไม้ชนิดนั้นแบบอัดแน่นในนาม
8213 Dessert Bar

'ความขบถ' ของเชฟหนุ่มคนนี้นั้นแหละ
ที่ทำให้เราได้ชิมเค้กที่หน้าตาไม่ต่างกับ
เสาวรสลูกกลม เมื่อผ่าเปลือกที่ทำจากไวต์
ช็อกโกแลตจะพบไส้สีเหลืองสวยเหมือนผล
จริง ทว่ารสไม่เปรี้ยวจัด กลับหวานกำลังดี
ด้วยการผสมเนื้อเสาวรส เนื้อมะม่วงสุก
และกลิ่นหอมจากดอกส้ม

8213 Dessert Bar ของเป่ายังมีผลไม้
อีกหลากหลายชนิดให้เลือกสั่งมาสนุกกับ
การถ่ายภาพและลุ้นกับรสอร่อยข้างใน
และต้องขอบคุณเขาคนนี่ที่ฉีกกรอบเดิมจน
ทำให้เราได้กินทั้งเค้กในลูกส้มซ่าเสิร์ฟพร้อม
น้ำมันหอมเจียว เค้กในลูกมะพร้าวเผา หรือ
แม้กระทั่งเค้กลูกฝรั่งสอดไส้ฝรั่งแช่บ๊วย

■ กษิดิศ ศรีวิลัย

สามารถติดตามอ่านวารสารใหม่ได้ที่

<http://libapp.rmutp.ac.th/newBook/?cat=10>

- ห้องสมุดเทเวศร์
 - ห้องสมุดโชติเวช
 - ห้องสมุดพณิชยการพระนคร
- ห้องสมุดพระนครเหนือ

