خانونه

ماهنامه اجتماعی،اقتصادی؛ شماره پیاپی: ۵۵؛ قیمت:۱۵/۰۰۰ تومان

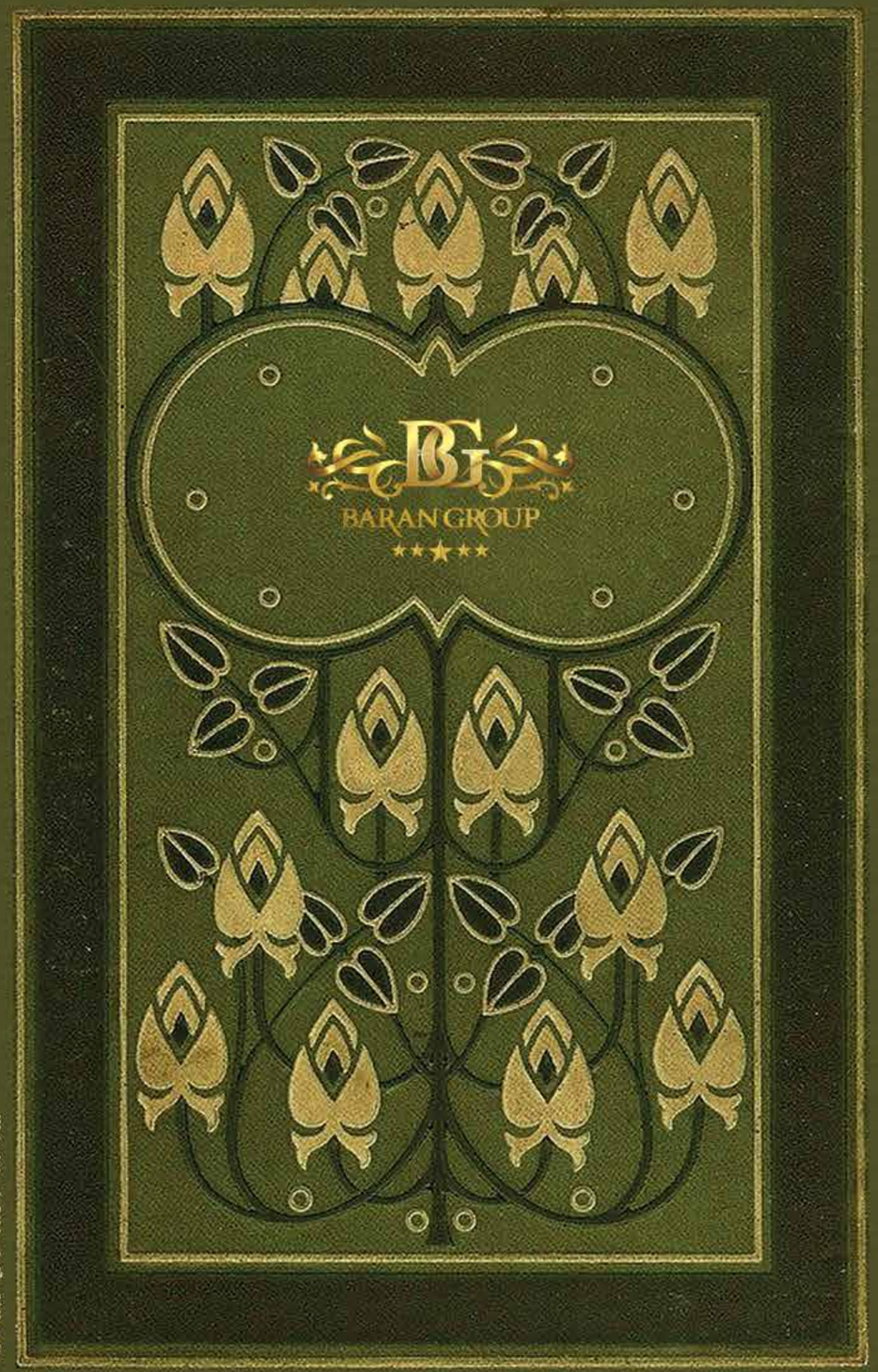
مبارک

برج مسکونی باران۲ خانه نوشماست؛
ثمره اعتمادی که شایسته تجسین است.

روزهایی خوش برایتان آرزومندیم



BARAN GROUP • www.baran.ir • spring 2015 • بهار ۱۳۹۴ • ویژه نامه اختصاصی گروه مهندسی باران



روی جلد رمان انگلیسی برگرفته از طرح های بروک ـ قرن ۱۹

از خوشبختی های مسلمان ، داشتن خانه ای وسیع است

پیامبر اکرم (ص) - بحارالانوار



نیزه داران پارسی، کاخ آپادانا، کاخ داریوش ، موزه لوور ، شهر: مصطفی بادکوبه ای

وطـن خاکـی سراسـر افتخـار است

که از جمشیـد و از کـی یادگـار است

۲۸ اردیبهشت، ۱۸ می
روز جهانـی موزه و میراث فرهنگـی

WWW.KHANEH-NO.COM

بسم الله الرحمن الرحیم

همراه مانده ایم

در واپسین روزهای بهار سال ۹۴، نهمین فصلنامهٔ باران مجلهٔ خانه نو به خانه هایتان آمده تا بگوید عهدی که با شما خوانندگان داشته ایم همچنان پابرجاست. سه سال قبل و در آغاز راه گفتیم آمده ایم تا مسیری برای گفتگو با شما باز کنیم، تا در آن از کیفیت بخشیدن به زندگی حرف بزنیم و از لایق دانستن مشتری به دریافت بهترین خدمات.

هر چند ناپایداری پدیده های فرهنگی و اجتماعی در کشورمان سبب می شد خیلی ها به ادامه راهمان خوشبین نباشند یا بعضی دیگر حتی اصل ماجرا را زیر سوال ببرند که اصلا چرا یک برند ساختمانی و اقتصادی باید مجله ای داشته باشد؛ اما آنچه از جانب مخاطبان به ما بازگشت، تحسین بود و علاقمندی و نقد مشفقانه. پس با توانی مضاعف به راهمان ادامه دادیم تا اکنون که باز هم میهمان شماییم.

ما صبورانه، به روشن تر شدن مسیری که در آن همه برای ساختن یک زندگی بهتر تلاش می کنند، امید داریم.

در انتها نباید از یک «تبریک» یادمان برود. در آغاز امسال، با تلاش های شبانه روزی و بی وقفه گروه مهندسی باران، شروع سکونت و بهار زندگی در برج مسکونی باران ۲ تحقق یافت. آن ها که در طول سه سال گذشته به برند «باران» اعتماد کردند و -جسورانه- سبک جدیدی برای زندگی برگزیدند، اکنون ساکن خانه جدید خود شده اند.

علی رغم همه سختی ها، امروز زمان به بار نشستن این نهال جوان است و داشتن یک زندگی با کیفیت تر در «باران» یک انتخابِ شایستهٔ تحسین!

به شما تبریک می گوییم: خانهٔ نو مبارک.

نشان شهر	۱۲-۱۵
سفر به بهشت گمشده	۱۸-۲۱
مهمانی شکلاتی	۲۲-۲۵
زندگی در قاب باران	۲۶-۲۹
دنیای خنده های کودکانه	۳۰-۳۱
دختری با گوشواره های مروارید	۳۲-۳۵
در هوای مدیترانه	۳۶-۳۹
این افق روشن نیست	۴۰-۴۳
پنج عصر: همین نزدیکی	۴۴-۴۵
افسانه صندلی های کریستوفر گای	۴۶-۴۷
سرآشپز پنج ستاره	۴۸-۴۹
میراث سامورایی	۵۰-۵۳
موهبت ناگزیر	۵۶-۵۹
بهترین مقصد سرمایه گذاری	۶۰-۶۳
گام های جوانی	۶۴-۶۷
پنج ستاره بدون کم و کاست	۷۰-۷۱
بهترین از هر چیز	۷۲-۷۵
چالش های اقلیمی یک پروژه بین المللی	۷۶-۷۹
نجات سیاره آبی	۸۰-۸۱
ورزش با گچت	۸۲-۸۳
نجیب دوست داشتنی	۸۴-۸۷
تولد یک رایحه	۸۸-۸۹
هندسه زیبایی	۹۰-۹۱
خانه لوکس مرسدس	۹۲-۹۵









نشان شهر

تاریخ را با آدم‌ها و شهرها روایت می‌کنند. در هر شهر نیز، نمادهایی هست که هویت بصری آن را شکل می‌دهد و گاهی آنقدر این هویت، غنی و به یادماندنی است که ناگزیر، تصویر آن شهر در ذهن هر مخاطبی همراه با آن نماد است. آیا در سال‌های اخیر توانسته‌ایم در محیط زندگی خود چنین نمادهایی خلق کنیم؟













ماهنامه خانه نو
ماهنامه اجتماعی، اقتصادی
شماره پیاپی: ۵۵
قیمت: ۱۵/۰۰۰ تومان
صاحب امتیاز: محمدامین خسروی
مدیر مسئول: محمدامین خسروی
سردبیر: حمیدرضا ابک

ویژه نامه اختصاصی گروه مهندسی باران
زمستان ۹۳
تحریریه: روابط عمومی گروه مهندسی باران
گرافیک و صفحه آرایی: کارگاه طراحی باران
چاپ: گروه آیین چاپ
حجم های سه بعدی برج مسکونی باران ۳:
استودیو رادیس (instagram.com/radis_studio)
عکس پروژه های باران: داوود بهکام

همکاران:
رضا نوربالی، احسان خزاعی، الهام شمسایی، ناهید صدیقی، سمانه فخلعی، شهره شکوهمند، وجیهه دانا، سونیا چالاک

سازمان آگهی ویژه نامه باران:
۳۸۱۸۱ -۰۵۱ داخلی ۱۲۱۵

نشانی ماهنامه خانه نو:
تهران، میدان شیخ بهایی، برج صدف، واحد ۷۶
تلفن: ۸۸۰۵۹۰۰۲
سیاستگذاری و نظارت عالی بر محتوای متنی و گرافیکی این ویژه نامه اختصاصی، توسط گروه مهندسی باران به انجام رسیده است و استفاده از متون و تصاویر صرفاً با ذکر نام منبع «ویژه نامه اختصاصی گروه مهندسی باران» مجاز است.

QR Code در خانه نو

اگر تبلت یا گوشی هوشمند دارید از طریق این بارکد که در برخی صفحات می بینید می توانید با یک اشاره مستقیم به آدرس اینترنتی مورد نظر رفته و ویدئویی مرتبط با مطلب را مشاهده کنید.

«QR Code Reader» یکی از رایج ترین نرم افزارهای کاربردی در این زمینه است. شما می توانید این نرم افزار را برای اندروید از بازار یا Google Play، برای محصولات اپل از iTunes و برای ویندوزفون ها از Windows store دریافت کنید.

از مخاطبان گرامی دعوت می کنیم در صورت علاقمندی به پیگیری دیدگاه ها و پروژه های گروه مهندسی باران و دریافت رایگان ویژه نامه ها و انتشارات این گروه، مشخصات خود یا افراد دیگر را به یکی از روش های زیر ارسال کنند:
۱- مراجعه به سایت www.baran.ir و تکمیل اطلاعات در بخش «مرا مطلع نگهدار».
۲- تماس در ساعات اداری با سازمان فروش گروه مهندسی باران با شماره ۳۸۱۸۱-۰۵۱
جهت اطلاع از نحوه اشتراک ماهنامه خانه نو می توانید با تلفن ۸۸۰۵۹۰۰۲ تماس بگیرید.



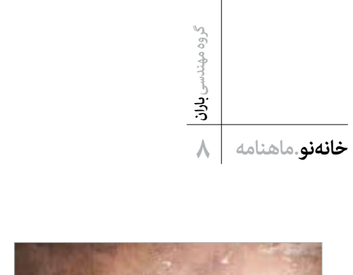
بوتیکی برای «بوتگا ونتا»

نام تجاری بوتگا ونتا Bottega Veneta اولین فروشگاه خود را واقع در میلان آن هم در کاخ گالاراته اسکوتی افتتاح کرده است. فروشگاهی با زیربنایی بیش از ۳۰۰ متر مربع برای این برند تدارک دیده شده است. وسایل و مبلمان ایتالیایی توسط مدیر خلاق تجاری این برند «توماس مایر» طراحی شده. تاکید بر استواری و طرح های معمارانه با الهام از ستون های سنگی و نقاشی های دیواری در تقابل با زیبایی شناسی مدرن توانسته مخلوطی از گذشته و حال را بسازد. کارد، چنگال، مبلمان، قاب، بالش و روشنایی تنها برخی از آیتم هایی است که در این بوتیک می توانید خریداری کنید.



آرامش روی مبل های بهاری

نام تجاری Roche Bobois با مدل های جذابی از مبل ها و کاناپه های رنگارنگ، بهار ۲۰۱۵ را جشن گرفته است. در حال حاضر در این مجموعه جذاب، پارچه ها و طرح هایی از ژان پل گوتیه استفاده شده که طیف گسترده‌ای از رنگ ها و طرح ها را عرضه کرده است. ترکیب های شاد و جذاب و هیجان انگیز که هانس هوفر طراحی آن را به عهده داشته است. تکه هایی جذاب از مبل ها و کاناپه های رنگی در کنار هم مجموعه ای بی نظیر برای بهار تهیه کرده که هیجان را به سالن های نور گیر و بزرگ شما هدیه خواهد کرد.



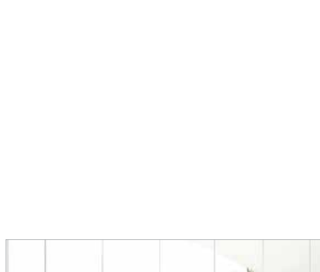
با ورساچه متفاوت باشید

پیش نمایش مجموعه الهه حساس ورساچه برای پاییز ۲۰۱۵ با طراحی های گرافیکی مدرن آغاز شد. تاثیر سبک پسرانه ورساچه و کدهای معمول در این سبک لوکس کاملا بارز است. دونا تلا ورساچه طرح های هندسی و گرافیکی این مجموعه را بر گرفته از طرح های روانشناسی می داند که با چاپ دستی بر روی کت ها و ژاکت های این مجموعه به کار رفته است. پالت رنگ این مجموعه چیزی متفاوت در برند ورساچه محسوب می شود. استفاده از سیاه و آبی و سفید با تلورانس هایی در رنگ های اسپرت. تزئینات این مجموعه با خز و چرم و ژاکت های یقه دار شکل متفاوتی را به مجموعه داده است.



پالت رنگ والنتینو

با الهام از سبک باروک بهترین های والنتینو منتشر شد. بهار و تابستان ۲۰۱۵ MIME. این مجموعه که در اصل الهام گرفته شده از یک سنت یکصد ساله است در هنر و فرهنگ ایتالیا سفری کرده است. گل های رزباد، تگزاسی، گل چشم و اسلیمی های بر گرفته از هنر های چاپی که بر روسری های والنتینو جا خوش کرده و با پالت رنگی فعال و متنوع چشم ها را خیره کرده است. استفاده از فن چاپ دستی با ترکیبی از چاپ دیجیتال که روی کفش های مجموعه هم نمایان شده توانسته تصاویر نوآورانه ای را ابداع کند. این مجموعه ای است از والنتینو که افسانه ای از هنر و صنعت را در خود پنهان کرده است



ساعت رباتیک

امسال کمپانی MB & F دهمین سالگرد خود را با سبک ویژه ای جشن گرفت. اولین ربات chorological با نام ملیچر که یک ربات جنبشی است و قابلیت گفتن زمان را دارد در نمایشگاه بازل رونمایی شد. این ربات خلاقانه که ۳۰ سانتیمتر طول دارد در دست خود تایمری برای نشان دادن ساعت و دقیقه و ثانیه دارد و قدرت ذخیره باتری برای ۴۰ ساعت نیز را راست. ادای احترام منحصر به فردی به ساعت های کلاسیک و هنر ساعت سازی است. این ربات با الهام از جنگ های ستاره ای و طراحی مهندسی یادآور سرگذشت ساعت در قرن ۲۱ است.



عروسی پریان

با الهام از قدرت باغ های بهشتی، برند BLDHN ما را با مجموعه لوکسی از لباس های عروس خود شگفت زده کرد. این مجموعه قدرتمند که در باغ های پر شکوفه نمایش داده شده است، لباس هایی زیبا با جزئیات بسیار و برش های پیچیده دارد. نقوش گل های ظریف و تورهای ابریشمی و روح زنانگی به نظر می رسد که این مجموعه را تحت تاثیر خود قرار داده است. با این مجموعه تجسمی رویایی از یک عروسی در داستان ها و افسانه های پریان در انتظار عروس های آینده خواهد بود. صندل های زیبا و لوازم جانبی مو و آرایش زینت بخش این مجموعه است.



رینگ های شنل شکست

خبر خوب برای کسانی که منتظر آخرین مجموعه جواهرات شنل بودند. خانه مد شنل در پاریس مجموعه جدیدی از جواهراتش را رونمایی کرد. مجموعه Net-A-Porter مجموعه‌ای از جواهرات مدرن کوکو شنل است که ظریف و زیبا و با خط های شکسته طراحی شده و از ۱۵ آوریل به صورت آن لاین به فروش می رسد. در مجموعه‌ای شش قطعه‌ای ارائه شده که شامل ۵ حلقه و یک دستبند است که با طلای سفید و زرد ۱۸ عیار الگوی زیبایی شنل را جهانی کرده است.



دیور از مجموعه جدید جواهرش رونمایی کرد

خانه مد دیور از کالکشن جدید فوق العاده سنگ و جواهرش رونمایی کرد. مجموعه «ظرافت رنگی در سنگ های قیمتی» به عنوان بخشی از مجموعه بهار دیور با بازطراحی مدل های ۱۹۵۱ کریستین دیور باز گشته است. در این مجموعه که از رویان مجعد لباس های دیور الهام گرفته شده نسخه‌های گران بهایی از گوشواره ها و قطعه های نامتقارن به نمایش گذاشته شده است. قطعاتی تشکیل شده از الماس های صورتی، مارگانیت و آمتیس و زمرد به همراه طلای سفید و طلای زرد تبلور زیبایی این برند شده اند. در میان این قطعات جالبترین قطعه حلقه‌ای است که با طراحی خود به صورت نامتقارن شکلی از گوشواره را نیز در بر گرفته.



پیانوی دوست داشتنی

شرکت Based Upon در کمبریج لندن که ایده پرداز طراحی و تولید پیانوهایی منحصربه فرد و شگفت انگیز است، آخرین ایده پردازی اش را رونمایی کرده است. پیانویی به نام «The Baby» یا عزیز که در واقع مجسمه‌ای فوق العاده و الهام گرفته از فرم های مدرن است. بیش از ۹ سال ایده پردازی، پشت طراحی این پیانوست که بر گرفته از الگوهای پیچیده در طبیعت است. سه بیضی مختلط در هم که در نهایت پیانویی کوچک را به مانند کودکی عزیز در بر گرفته اند. قیمت این پیانو که با ورقه های طلا پوشیده شده ۴۷۵۰۰۰ یورو عنوان شده است.



سفر با پدر خوانده

گشت و گذار با «ال‌پاچینو» آن هم در یک هواپیما خاطره‌ای است به ارزش ۴۱ هزار و ۵۵۵ دلار. شانس پرواز با این بازیگر و فیلمساز استثنایی آن هم با یک هواپیمای جت خصوصی به عنوان بخشی منحصر به فرد از برنامه تورهای Meet & Greet است که توسط شرکت بریتانیایی Event Travel تدارک دیده شده است. طرفداران و دوستداران ال پاچینو می توانند با خرید بلیط سفر گلاسکو به لندن با چهره افسانه‌ای پدرخوانده همراه شوند. تماشای فیلم و تجربه سفر و سه شب اقامت در یک هتل ۵ ستاره در لندن از دیگر مزایای سفر با این پکیج استثنایی است. اگر بخواهید گپی هم با پدرخوانده بزنید باید پکیج اصلی را خریداری کنید.



«جما وارد» همراه با «پرادا»

جما وارد Gemma Ward به تسلطش در دنیای مد ادامه می دهد. وی چهره جدید پرادا در کمپین های بهار و تابستان ۲۰۱۵ این برند تجاری شده است. کمپین های تبلیغاتی سیاه و سفید با دوربین استیون میسل این بار هم سبک شیک و استایل وی را نشان داده است. مدل موهای خیس و لباس هایی با پارچه های زربفت و مخلوطی از مواد متفاوت، این کمپین را منحصر به نام وی کرده است. برند پرادا برای این کمپین سه فیلم رسمی و با تمرکز بر لوازم جانبی و عناصر دراماتیک و موسیقی تهیه کرده که از تم فیلم های کلاسیک بهره برده است.



مجموعه ای از خلاقیت

به عنوان یک مدیر خلاق برای نام تجاری بالمین، اولویه راستینگ» مجموعه ای کامل را برای پاییز و زمستان ۲۰۱۵ ارائه داده است. این مجموعه بی نظیر که الهام گرفته شده از خواست و آرزوهای شخصی وی توصیف شده، نسل جدیدی از لباس شب را ارائه داده است. در مجموعه «اشرافیت جدید» سطحی از اشرافیت سنتی و شیک پوشی در کنار مدرن بودن به کار رفته است. در طراحی کمپین پاییز ۲۰۱۵ انرژی طراحی در ترکیب خلاقانه و متشکل از قطعات کلاسیک شیح گونه و سبک هیپ هاپ گره خورده است.



قدرتمندتر از تیتانیوم

شرکت «Turing Phone» تلفنی باورنکردنی با فن آوری بالا و کیفیت بی نظیر طراحی کرده که مناسب برای دوستداران حفظ حریم خصوصی است. در این گوشی که از سیستم عامل اندروید پشتیبانی می کند، یک قطعه از آلیاژ Liquidmorphium –amorphous، زیرکونیوم، مس، آلومینیوم، نیکل و نقره به کار رفته است. این آلیاژ قدرت محافظت از بدنه و صفحه نمایش را تا اندازه‌ای بالا برده که حتی در صورت سقوط بر سطحی بتنی نیز آسیب نخواهد دید. این تلفن غیر قابل هک است و با یک تراشه ویژه توانسته وعده شرکت های بیمه را تحقق ببخشد. شرکت تورینگ فون هنوز قیمتی برای این تلفن اعلام نکرده است.



پیرو مندز مدل جدید بالانچیا شد

برند بالانچیا Balenciaga همکاری دوباره خود را با پیرو مندز آغاز کرده است. برای پیش نمایش بهار و تابستان خانه مد بالانچیا به همراه عکاس مد «جاش اولینز» کمپین بهار و تابستان را با تمی تاریک و تلخ و مبهم تدارک دیدند.
لباس های مینیمال و کاملا شهری در تن مدل جوان این کمپین به همراه لوازم و اکسسوری جانبی شکلی مرموز و خاص به خود گرفته است. جاش اولینز معتقد است هدف نشان دادن مدلی مدرن و پیچیده و آینده محور در این سری عکس ها بوده است. « تونی ایرویتگ» این کمپین را برای بالانچیا طراحی کرده است.



شکلات هایی برای عید

برای خوش آمد گویی به بهار و در استقبال از آن هر ساله توسط برندهای مختلف هدایایی تدارک دیده می شود. دولچه گابانا و آرمانی این بار مجموعه شکلاتی منحصربه فرد برای فصل بهار در نسخه ۲۰۱۵ خود ارائه داده اند. لذت بردن از دسری عالی و تهیه شده از با کیفیت ترین مواد طبیعی مانند بادام شیرین و خرده های فندق که برای ساخت مهمترین شیرینی عید پاک در ایتالیا استفاده می شود. شکوفه های بهاری این دو برند در جعبه های پیچیده در نوارهای ابریشمی که با دست تزئین شده و با ساتن آبی بسته بندی شده است به قیمت ۵۰ یورو در دست رس خواهد بود.



مسافری از آفریقا

طراح نابغه، سست رولان، وان حمامی طراحی و ابداع کرده است که شکلی باورنکردنی از ظرافت و زیبایی را تداعی می کند. سالیش دریایی Salish Sea وان بسیار بزرگ و ساخته شده از چوب نوعی درخت استوایی افریقایی با رنگ قرمز و قهوه‌ای است. این درخت ها که بومی منطقه‌ای خاص از آفریقا هستند، ماهرانه جمع آوری و قطعه شده تا برای ساخت این وان ها استفاده شود. لایه‌ای یک دست از چوب و لایه‌ای نامرئی از پشم شیشه و فایبر گلاس و در نهایت شش لایه از لاک که نقش محافظ دارد. طراحی مدرن و فوق العاده خاص این وان نهایت ظرافت و لوکس بودن را به هر خانه‌ای وارد می کند.



کفش های سیندرلا به فروش می رسد

تنها چند روز قبل از افتتاحیه فیلم سیندرلا با لیلی جیمز و کیت بلانشت در نقش نامادری، مجموعه‌ای بی نظیر از کفش های سیندرلا به نمایش درآمد. استودیوی فیلمساز سیندرلا با دعوت از بهترین طراحان کفش از سراسر دنیا از آنها خواست تا چشم انداز خود را از کفش معروف سیندرلا طراحی و برای نمایشگاه افتتاحیه فیلم تولید کنند. پل اندور، جیمی چو، الکساندر لوبوتین، بیرمن، رنه کاوالیه، سالواتور فراگامو، استوارت ویتزمن و شارلوت المپیا از طراحانی هستند که در این فراخوان شرکت کردند و کفش های پر زرق و برق و اغلب شیشه ای و کریستالی با پاشنه های بلند که با کریستال و یا سنگ های سوارسکی تزئین شده است را ارائه کردند. قیمت میانگین ۱۰ هزار دلار تخمین زده شده است.



ایده ای برای یک مهمانی

طراحی آبگرم و اسپا توسط آلبرتو آپوستولی شخصیت اصلی نمایشگاه پاریس چشم ها را به خود خیره کرد. طراحی جمع و جور و پر از سنگ های گرم و صیقلی و بی نظیر. در این طراحی آلبرتو تاکید خود را بر راحتی و گردهمایی میهمانان اسپا گذاشته است. فضای یکپارچه در این پروژه توانسته ترکیبی از حمام های سنتی با متدهای جدید طراحی اسپا را همراه با ترکیب نور گرم و سرد کنار هم قرار دهد. همکاری اپوستولی با شرکت های معتبر توانسته محیطی لوکس، تجاری و با جزئیات فراوان برای این اسپا تدارک ببیند.



گرگ و میش شنل

ستاره گرگ و میش و سـخنگوی شنل بهار ۲۰۱۵ خود را با کارل لاجرفیلد آغاز کرده‌است. همکاری کریستین استوارت هنرپیشه سری فیلم های گرگ و میش با برند شانل در کمپین عینک این برند استارت خورده است. فریم های عینک شنل این بار با سـنگ های زیبا تزئین شده و در صحنه هایی شبیه فیلم از استوارت عکاسی شده است. دوربینی که در دستان اوست سـبک تجاری – خبرنگاری اسـتوارت را به خوبی نشان داده است.



شنل به دست آقایان رسید

خانه مد فرانسوی شنل سـاعتی را رونمایی کرده‌است که یک کار هنری صرف و نفس گیر است. برای طراحی و ساخت این قطعه، ساعتها وقت در اجرا و تولید صرف شده و تنها در ۱۲ عدد تولید شده است. این ساعت در واقع اولین ساعت مردانه شنل است که توسط این برند به تنهایی و تحت نام شنل تولید و ارائه شده‌اند و با الهام از طراحی های اصلی و اورجینال ساعت های شنل طراحی شده‌است. ساخته شده از طلای سفید و ۱۷ الماس تراش خورده برای تزئین و زمینه‌ای از الماس های سـیاه که جلوه مردانه‌اش را تقویت کرده است. ساعت شمارنیز با ۱۹ الماس تراش خورده ارزش این ساعت را چندین برابر کرده‌است.



والنتین صورتی می شکفد

برند «والنتینو» عضـو جدید خود را معرفـی کرد؛ والنتین صورتی. عطری از گل ها و شـکوفه‌های میوه و مناسب برای آب و هوای بهاری. سرشـار از انرژی میوه‌های تمشک، توت فرنگی و زغال اخته و گل های رز و صد تومانی. بطری این عطر به شکل قلب گل رز و با رنگ مات صورتی منحصرا برای این نام طراحی شده. والنتین صورتی در نسخه‌های محدود تولید خواهد شد و ادامه‌ای بر مجموعه گل رز این برند است که از **۲۰۱۱** با بطری های مات به بازار عرضه شده‌اند.



تختِ گاز با پورشه

پورشه فصل بهار ۲۰۱۵ خود را با برترین ماشین جهان Boxster Spyder جشـن گرفت. این خودروی اسـپرت که در اولین نمایشگاه بین المللی نیویورک در سال جدید به نمایش گذاشته شد خودرویی دو نفره و باز است که با سقف متحرک وضعیت کلاسیک و اسپرت را با هم حفظ کرده‌است. موتور ۳.۸ لیتری با خروجی ۳۷۵ اسب بخار که تنها در ۴ ثانیه از ۰ تا ۱۰۰ می رسد. سبکی وزن این ماشین ویژگی برجسته‌ای است که کشش افسانه ای ماشین های مسابقه فرمول یک را تداعی می کند



«طلوع خورشید ۲» به آب انداخته شد

سـوپریاک اتمی ۴۵ متری این بار از افق کشـتی سـازی ترکیه طلـوع کـرده اسـت. ایـن قایـق لوکـس در سـال گذشـته بـه صاحبـش تحویل داده شـد اما بـرای اتمام دکوراسـیون داخلی اش زمان بیشـتری صرف شـد. این کشـتی که نسـخه دوم قایق بادبانی Sunrise Yachts است با سه عرشه مخصوص، بدنه فولاد و رویـایی آلومینیومی از مواد و مصالح بسـیار مرغوب و لوکس سـاخته شـده‌است. از ویژگـی های بـارز آن می تـوان به ارتفاع عرشـه عالی، ثبـات و آرامش کامل، سـطح پایین از سـرو صـدا و ارتعـاش و مصرف سـوخت کـم در مقایسـه با اسـلاف خودش اشـاره کرد. مدرن، زیبا و شـیک و تزئین شـده با عناصر نور و رنگ تابشـی است که مخصـوص میهمانی تـدارک دیده شـده و به هـدف اجـاره دادن بـه آب انداخته خواهد شـد.



سبک متفاوت آرمانی

جورجیـو آرمانـی بـرای فصـل بهـار کـت واک خـود را بـه سـلطه مدل هـای فـوق العـاده‌اش درآورد. رنگ هـای سـیاه و سـفید بـه همـراه ذغـال سـنگی و دودی و قهـوه‌ای امپراطـوری آرمانـی را بـه قبضـه خـود درآورده‌انـد. در ایـن مجموعـه شـلوارهای بـا خطـوط تمیـز و کت هایـی بـا برش هـای خـوش ترکیـب و ظریـف و دقیق بـرای فصـل آینـده پیـش بینـی شـده. لباس هایـی بـا طرح هـای سـاده و گرافیکـی تزئیـن شـده که روح مـرد جـوان دنیـای آرمانی در آن بـه چالـش کشـیده شـده‌است.



قصری روی آب

بوتیک ریور عضو جدیدی از ناوگان خود را با افتخار رونمایی کرد: سوپر کشـتی ماریاتریزا SS Maria Theresa. این بهار کشتی های اس اس آنتوانت و اس اس کاترین به همراه خواهر دیگرشـان ماریاترزا بر رود خانه های اروپا حکومت خواهند کرد. این شاهکار واقعی حمل و نقل، سبک جدیدی از لوکس بودن و لذت بردن از سفر دریایی را به مسافرانش تقدیم کرده است. دانوب زیبا، ماوای جولان این کشتی باروک و سلطنتی اسـت. جزئیات به کار رفته در این کشـتی یادآور قصرهای سلطنتی اتریش و مجارستان است.



خانه ۳۲ میلیون دلاری

بروکلین به عنوان یکی از مناطق گران قیمت در دنیای آپارتمان های لوکس شناخته می شود. این بار هم آپارتمانی با قیمتی باور نکردنی مکان زندگی زن و شوهری ثروتمند در یکی از خیابان های فرعی بروکلین شده‌است. ۱۱۰ هزار فوت مربع مساحت این پنت هاوس است که در طبقات ۱۱ و ۱۲ یکی از ساختمان های بروکلین واقع شده و با قیمت ۳۲ میلیون دلار یکی از گران قیمت ترین خانه های این منطقه نام گرفته‌است. از ویژگی های منحصر به فرد این آپارتمان اتاق سـردخانه و تراس سرتاسری است که این خانه را به یک خانه ویلایی شبیه کرده‌است.



همیلتون همچنان می تازد

لوئیس همیلتون راننده فرمول یک برخی از سریعترین اتومبیل های جهان مانند مک لارن و مرسدس که قهرمانی مسابقات اف یک را از ۲۰۰۸ به بعد از آن خود کرده این بار پیروزی اش را با فراری در استرالیا جشن گرفت. بعد از این پیروزی مک لارن وعده یک سورپرایز ویژه را به همیلتون داده است. یک مورد نادر از مک لارن LM به ارزش بیش از ۳.۵ میلیون یورو. اگر او برنده سه دوره از مسابقات پیش رو شود، موفق شده با گلچینی از بهترین ماشین های دنیا قهرمانی مسابقات فرمول یک را تجربه کند.



هویت بصری و بناهایی که نماد می شوند

نشان شهر

تاریخ را با آدم‌ها و شهرها روایت می‌کنند. در هر شهر نیز، نمادهایی هست که هویت بصری آن را شکل می‌دهد و گاهی آنقدر این هویت، غنی و به یاد ماندنی است که ناگزیر، تصویر آن شهر در ذهن هر مخاطبی همراه با آن نماد است. آیا در سال‌های اخیر توانسته‌ایم در محیط زندگی خود چنین نمادهایی خلق کنیم؟



کوچه ثبت، زیست خاور، آپارتمان‌های مرتفع، گنبد سبز، چهار طبقه؛ بارها اتفاق افتاده که در گفتگوهای روزمره همشهریان خود، به جای نام محله یا آدرس پستی، این نام‌ها را شنیده‌ایم. بسیاری از ما، با این مکان‌ها خاطره داریم و به عنوان نمادهایی که در طول تاریخ، هویت بصری شهرمان را تشکیل داده‌اند از آن‌ها یاد می‌کنیم. اما چگونه یک بنا یا ساختمان که حتی شاید کارکرد عمومی و یا جاذبه گردشگری ویژه‌ای نیز ندارد می‌تواند اینگونه در ذهن مردم ماندگار شود؟

این عبارات ملموس برای شهروندان یک شهر و یا در مقیاس بزرگ‌تر یک کشور، به «نمادهای شهری» یا «لندمارک» مشهورند. در یک تعریف کلی نمادهای شهری به مکان‌هایی گفته می‌شود که به افراد کمک می‌کند تا مکان یا موقعیتی را پیدا کنند. در معنای مدرن امروزی، لندمارک شامل همه مواردی است که بتواند یک محیط را برای بیننده قابل تشخیص کند. مانند ساختمان، یادمان، سازه یا درخت، صخره و غیره که به دو گروه طبیعی و مصنوعی تقسیم می‌شوند. در مطالعات شهری و معماری شهرسازی، لندمارک به نشانه یا شاخصی گفته می‌شود که به فرد کمک کند تا مکانی را در شهر به خاطر بسپارد.

طراحی و ساخت لندمارک‌های مصنوعی در مقیاس جهانی یک کار مرسوم و در عین حال چالش برانگیز است. در دنیا یک فهرست کلی از نقاط دیدنی (لندمارک) وجود دارد که در هر کدام از آن‌ها دو شاخص مشترک است؛ دید وسیع و کافی و در دسترس بودن در مقیاس شهری. همچنین در تبدیل شدن یک لندمارک به یک جاذبه گردشگری، گرایش‌های فرهنگی، مذهبی و تاریخی مردم آن منطقه تاثیر به سزایی دارد. ناگفته نماند، این روزها با توجه به رواج فزاینده عکاسی با دوربین‌های دیجیتال و گوشی‌های تلفن همراه و همچنین نفوذ بیش از پیش اینترنت و اشتراک گذاری تصاویر توسط شهروندان عادی، معرفی جاها و مکان‌ها به عنوان لندمارک نیز با سرعتی بیشتر انجام می‌شود و تابع قانون و قاعده خاصی نیست.

در طول سالیان گذشته و از میان تعداد زیادی بنای معماری ساخته شده در جهان می‌توان تعدادی از محبوب‌ترین نمادهای شهری را شناسایی و دسته بندی کرد. به عنوان مثال برج ایفل در پاریس در زمان ساخت و بهره‌برداری به عنوان اولین بنای تمام فلزی ساخته شده در فرانسه جلب توجه نمود و بعدها نیز با وجود رشد این نوع ساخت و ساز، همچنان محبوبیت خود را به عنوان اولین حفظ کرده و تبدیل بخشی از هویت بصری این شهر شده و هنوز هم یکی از جاذبه‌های گردشگری فرانسه به شمار می‌آید.

در ایالات متحده مجسمه آزادی به شکلی پررنگ تبدیل به یک لندمارک شده و تا آنجا پیش رفته که در ذهن بسیاری از مردم نشانه‌ای از دولت و ملت آن کشور و حتی در تصویرسازی‌ها به عنوان نماد تفکر و جریان غالب سیاسی و اجتماعی دنیای غرب مطرح می‌شود. این مسئله در بین شهروندانش نیز جایگاهی بی‌مانند پیدا کرده و بخشی از هویت ملی آن‌ها را نمایندگی می‌کند. همچنین سالن اپرای سیدنی در کشور استرالیا و دهها لندمارک دیگر را می‌توان در این زمره نام برد.

در ایران با توجه به پیشینه پربار فرهنگی مذهبی، نمادهای شهری فراوانی وجود دارند که برخی از آن‌ها در زمره شاهکارهای معماری یا میراث فرهنگی و تاریخی ایران و جهان جای دارند. ساختمان شمس العماره در تهران یا میدان نقش جهان در اصفهان نمونه‌های بارز لندمارک‌های ایرانی در مقیاس جهانی هستند. در سال‌های اخیر هم نگاه نوگرایانه به طراحی نمادهای شهری در تهران به عنوان پایتخت کشور منجر به خلق بناهایی مثل برج آزادی (میدان آزادی) و یا برج میلاد شد. مکان‌هایی که بدون توجه به کارکرد اصلی (مثلا کاربرد مخابراتی برج میلاد) اکنون به جزء، جدانشدنی هویت شهری تبدیل شده‌اند.

صحبت از نمادهای شهری و هدف از نگارش این یادداشت طرح این مسئله است که آیا دیگر ساختمان‌ها نیز توان و قابلیت تبدیل شدن به نمادهای شهری را دارند و آیا نباید معماران و طراحان شهری ما در طراحی بناها صرفنظر از کاربری مسکونی، تجاری، اقامتی و غیره، دغدغه هویت بصری محله و شهر را داشته باشند؟ آیا همین سازه‌هایی که از آهن و بتن در گوشه و کنار شهر سر برآورده‌اند نمی‌توانند به عناصری دوست داشتنی و بیاد ماندنی برای همه مردم شهر تبدیل شوند؟

در شهر مشهد معماری فاخر مذهبی در اماکن متبرکه خود نمایی ویژه‌ای دارد و در کنار آن وجود آرامگاه شاعرانی چون فردوسی، بخشی از هویت محلی را تشکیل می‌دهد. اما ظهور لندمارک‌های متعدد در سالیان مختلف نشان می‌دهد بناهایی که توانسته‌اند با فرهنگ یا علایق مردم ارتباط خوبی برقرار کنند تا سالیان سال در یاد ما مانده‌اند. ساختمان‌هایی نظیر مجتمع زیست خاور یا آپارتمان‌های مرتفع در بلوار فردوسی هر یک در مقاطع زمانی خاص و با کارکردی ویژه ساخته شده‌اند اما چون از جنبه بصری در این شهر حرفی برای گفتن داشته‌اند تبدیل به لندمارک و نمادهایی به یاد ماندنی شده‌اند.

برخی از صاحبنظران ظهور ساختمان‌هایی مدرن و پیچیده مانند برج‌های مسکونی باران را دارای قابلیت تعریف به عنوان نماد شهری می‌دانند

برخی از صاحبنظران ظهور ساختمان‌های مدرن و پیچیده مانند برج‌های مسکونی باران را دارای قابلیت تعریف به عنوان نماد شهری می‌دانند. اما این ادعا بر چه پایه‌ای استوار است؟

موج اقبال به مرتفع سازی در شهرهای کشورمان، فرصتی است تا بناها تبدیل به لندمارک شوند. بلند مرتبه‌ها به خودی خود توان شاخص شدن در عرصه‌های شهری را دارند. از طرفی اگر طراحی معماری به ویژه نمای ساختمان از جنبه هنری و همخوانی با بافت شهری و فرهنگ، تناسب داشته باشد، به زیبایی محیط می‌افزاید که خود عاملی برای برجسته شدن در نظر شهروندان و بینندگان است. در پروژه‌های مسکونی بزرگ مقیاس شهر، می‌توان به جرات گفت از منظر مفاهیم طراحی معماری و همچنین نما و نورپردازی آن در شب، برج‌های باران ۲ و باران ۳ بی رقیبند.

از طرفی، به رسم آشنا در فرهنگ ما ایرانیان، در پدیده‌های مختلف، متن و محتوا (مظروف) تا حد زیادی تعیین کننده ارزش و داوری مردم نسبت به آن پدیده بوده است و ماهیت ظاهری (ظرف) در حاشیه قرار داشته است. تمرکز طراحان و سازندگان به آسایش ساکنان و خدمات پس از فروش و گارانتی در یک ساختمان در بطن خود دارای ارزش‌هایی است که می‌تواند حتی در بنایی بظاهر معمولی، هویتی نوین و منحصر بفرد ایجاد کند. تعریفی جدید از یک سکونت گاه و پی ریزی سبکی جدید از زندگی، صفتی است که برج‌های باران با آن شناخته می‌شوند. اینکه در محاوره گفته شود «این، برج باران است؛ همان که امکانات یک هتل را دارد»، بیانی ساده از همین هویت است. سازه‌ای که بر خلاف همنوعانش در آن به آرامش جسم و روان ساکنان اهمیت داده شده و سرمایه‌های مادی و معنوی مشتریان در آن محترم شمرده می‌شود. این هویت منحصر بفرد یکی دیگر از ظرفیت‌هایی است که به باور برخی، می‌تواند این برج‌ها را در سال‌های پیش رو به نمادهای شهری تبدیل کند. نمادهایی که در خاطره‌ها می‌ماند و مردم، این شهر را به وجود آن‌ها خواهند شناخت.

در معنای مدرن امروزی، لندمارک شامل همه مواردی است که بتواند یک محیط را برای بیننده قابل تشخیص کند. مانند ساختمان، یادمان، سازه یا درخت، صخره





B3

امکانات و خدمات هتل برج باران ۳

B3 Facilities and Services in Baran Residential Tower3

۱. حفاظت فیزیکی شبانه روزی
۲. مانیتورینگ شبانه روزی تاسیسات و امنیتی
۳. سیستم های هوشمند اعلام و اطفاء حریق
۴. پله اضطرار و سیستم فشار مثبت هوا
۵. BMS سیستم تاسیسات هوشمند ساختمان
۶. سازه مقاوم در برابر زلزله

۷. کنترل هوشمند تجهیزات الکترونیکی واحدها
۸. سوئیت های مهمان
۹. IPTV در کلیه واحدها
۱۰. سیستم دمش هوای تازه (Fresh Air)
۱۱. سیستم های بهینه ساز مصرف انرژی
۱۲. سیستم های سرمایش و گرمایش مرکزی

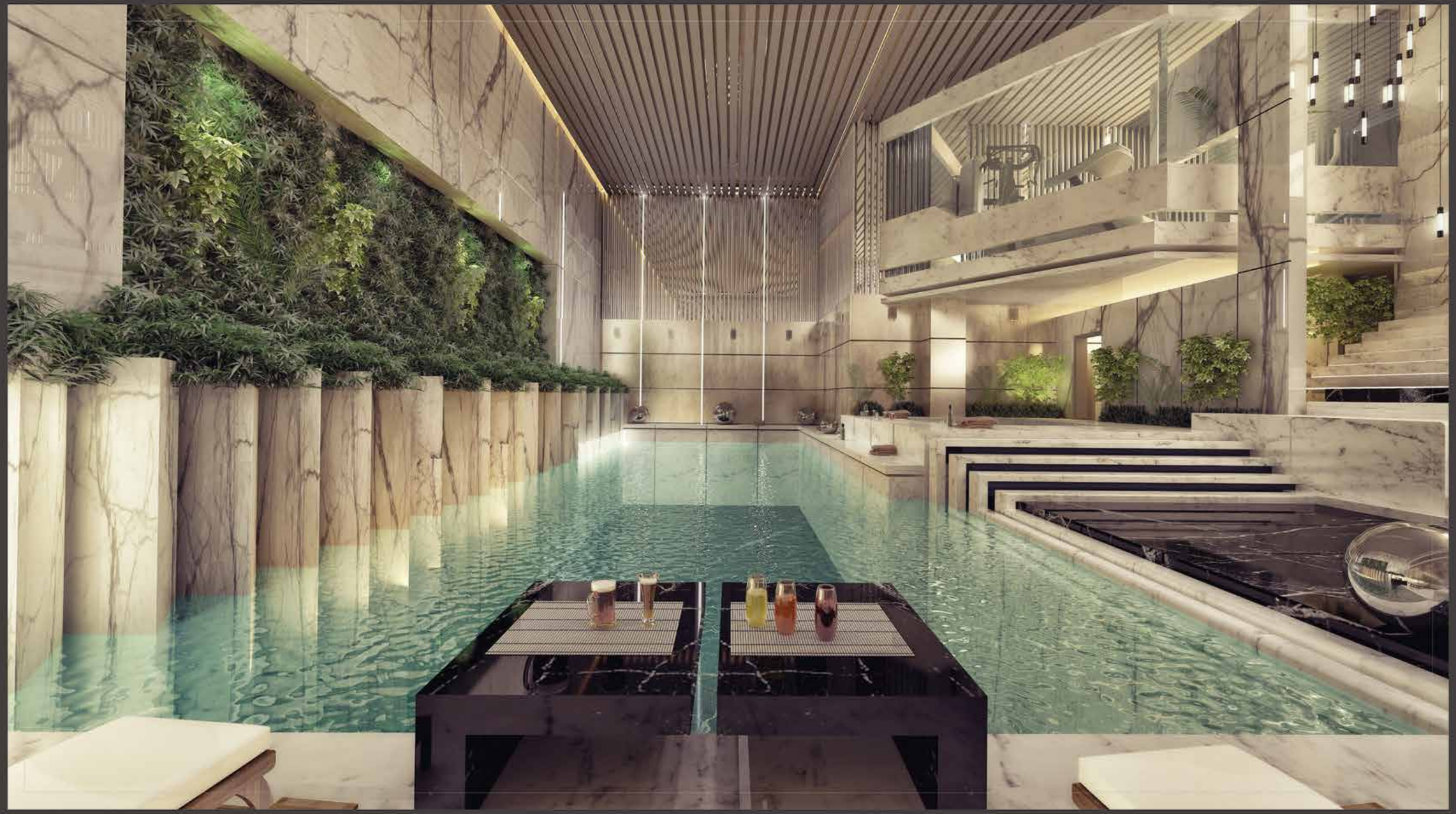
۱۳. گارانتی و خدمات پس از فروش
۱۴. رستوران با سرآشپز اختصاصی برج
۱۵. کافی شاپ
۱۶. سالن صبحانه خوری
۱۷. سالن ضیافت
۱۸. خشکشویی مرکزی
۱۹. خانه دار
۲۰. Valet service (پارک من، بل من)
۲۱. کاریردار
۲۲. تاکسی سرویس اختصاصی برج
۲۳. مدیریت مناسبت ها، تفریحات و مسافرت
۲۴. فضای دو و پیاده روی در بام برج
۲۵. پذیرش و مدیریت داخلی
۲۶. باجه خدمات بانکی و ATM

۲۷. Business Center
۲۸. ۴ دستگاه آسانسور (۱۲ و ۱۶ نفره)
۲۹. منابع آب خاکستری
۳۰. Wi-Fi

۳۱. Gym و بدن سازی
۳۲. مجموعه آبی بزرگ و زیبا
۳۳. مجموعه اسپا (سونا، ماساژ و ...)
۳۴. اتاق پزشک و مشاور خانواده
۳۵. سالن زیبایی بانوان
۳۶. آرایشگاه آقایان
۳۷. سالن بولینگ
۳۸. سالن بیلیارد
۳۹. سالن اسکواش

۴۰. سالن سینما ۵ بعدی
۴۱. سالن برگزاری گالری های فصلی
۴۲. کافه کتاب
۴۳. مهد کودک و فضای بازی کودکان
۴۴. فضای بازی نوجوانان (گیم نت، تنیس روی میز، فوتبال دستی و ...)

۴۵. لابی وسیع و با شکوه با ۱۴ متر ارتفاع و طراحی باغ های متعدد
۴۶. فضای سبز اختصاصی در واحدها
۴۷. استفاده از پنل های خورشیدی برای تامین بخشی از انرژی مورد نیاز برج
۴۸. ۱۱۰۰۰ متر مربع فضای سبز (داخلی، نما، مشاعات)
۴۹. هدایت فضای سبز به خانه با تراس های سبز ایده هر خانه، یک حیاط)
۵۰. استفاده از مولدهای برق CCHP
۵۱. استفاده از شیشه های E-Low به منظور کاهش اتلاف انرژی
۵۲. طراحی براساس استفاده حداکثری از نور طبیعی جهت تامین روشنایی و دماهای واحدهای مسکونی
۵۳. تعبیه نماهای دوپوسته برای تهویه طبیعی و جلوگیری از اتلاف انرژی
۵۴. کاهش اتکا به مصالح مخرب محیط زیست و افزایش استفاده از مصالح ارگانیک و چوب
۵۵. کاهش اتکا به استفاده از سوخت های فسیلی با رعایت استانداردهای جهانی و تجهیزات بازده مطلوب مصرف انرژی
۵۶. طراحی تاسیسات برقی براساس الگوی معماری پایدار و استفاده از LED و SMD در تامین روشنایی
۵۷. مکان یابی در مجاورت عرصه های سبز شهری (بوستان کوهسنگی و باغات الندشت)
۵۸. طراحی تاسیسات براساس کاهش فاضلاب خروجی
۵۹. زیباسازی منظر شهری و قابلیت تبدیل شدن به نمادهای محلی (Local Land Mark)
۶۰. وجود تصفیه خانه آب آشامیدنی



BARAN GROUP
IMPROVE YOUR LIFE STYLE

3D Swimming Pool in Baran 3









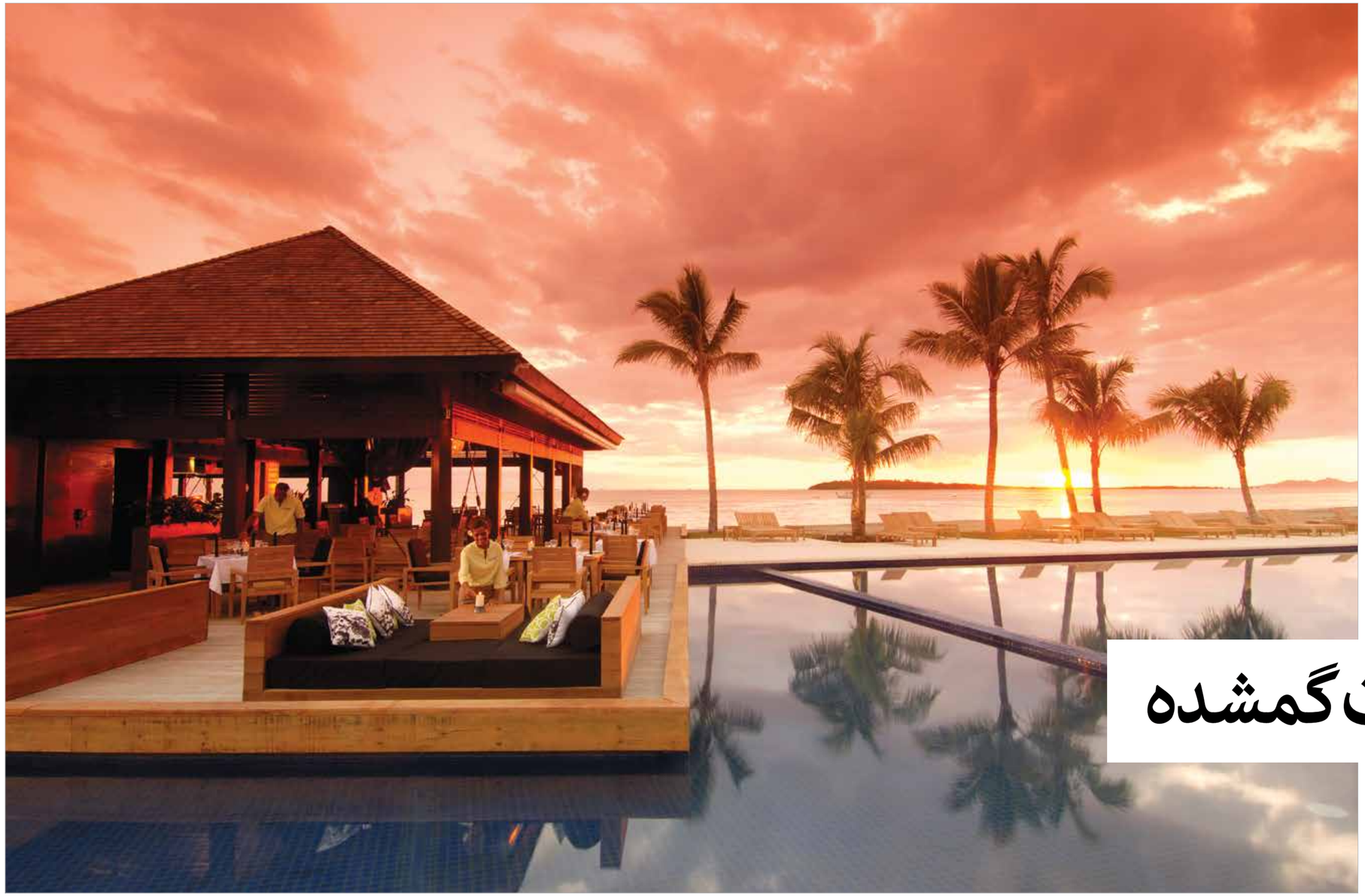
IMPROVE YOUR LIFE STYLE

3D Interior Baran 3



BARAN GROUP





فیجـی و اقامت رویایـی در آخر دنیا

سفر به بهشت گمشده

سـندباد وقتـی از شـهر هـزار و یـک شـب و آسـایش زندگـی روزمـره‌اش فـرار کـرد و بـه خـودش قـول داد کـه بـه دور دنیـا بـرود، مقصـد نهایی‌اش را انتخـاب کـرده بـود؛ پهلـو گرفـتن در فیجـی. جزیـره‌ای بهشـت سـان در دل اقیانـوس با سـواحل زیبـای مرجانـی‌اش و آبی بیکـران اقیانـوس، آزادی و رهایـی از هـر قیـد و قانـون در کنـار زندگـی بـا طبیعـت بکر و نفسـگیر کـه انسـان‌های زیـادی را بـه خـود ندیـده اسـت کـه بخواهـد دسـت در ایـن دنیـای وحشـی و زیبـا بـرده باشـد. اینجـا فیجـی اسـت، آخـر دنیـا...







فیجی کشوری است با بیش از ۳۰۰ جزیره که در انتهای اقیانوس آرام و در دورافتاده‌ترین نقطه به خشکی‌های بزرگ قرار دارد. از استرالیا و نیوزیلند نزدیک‌ترین همسایه‌هایش با هواپیما بیش از ۴ ساعت فاصله دارد. کشوری آرام با جمعیتی کمتر از ۹۰۰ هزار نفر که در ۱۰۶ جزیره مسکونی آن زندگی می‌کنند. دو شهر سوا و لانوتوکا بیش از ۸۰ درصد جمعیت را در خود جای داده است. جمهوری فیجی با اقتصادی کشاورزی و درآمدی در زمینه گردشگری مکانی فوق العاده برای روزها و ماه‌های عسلی شماست.

راه‌های بهشت

از لس آنجلس یا به صورت مستقیم و یا با یک توقف کوتاه در هاوایی از طرف آمریکا، فرود گاه نندی و بریزبن از استرالیا راه‌هایی است که می‌توانید به پایتخت فیجی، سوا، دسترسی داشته باشید. راه‌های دریایی هم باز است و می‌توانید از استرالیا به فیجی بروید. مسیری کمی طولانی که به امتحان کردنش می‌ارزد.

اقامت رویایی

اگر مسیر ورودتان را انتخاب کردید، بهترین و ساکت‌ترین مکان‌ها را انتخاب کنید. هتل و اسپا هم در شهرهای اصلی هست و هم مکان‌های رویایی و بهشت‌هایی پنهان در جزیره‌های اطراف. انتخاب با شماست. رفت و آمد هم با قایق‌های محلی انجام می‌شود. اگر اهل ورزش و سرگرمی و قایق سواری باشید می‌تواند برایتان تنوعی ایجاد کنند. کایاک سواری تک نفره و چند نفره از سرگرمی‌های توریست‌ها در سفرهای بین جزیره‌ای است. در فیجی می‌توانید انواع ورزش‌های آبی را تجربه کنید از قایق سواری‌های دو نفره عاشقانه تا اسکی روی آب هیجان انگیز با پاراگلایدر و یا غواصی در اعماق دریا در میان مرجان‌های رنگارنگ.

پیاده تا اعماق

از دیگر مکان‌های دیدنی که فیجی را برایتان دلپذیر می‌کند اکتشاف در میان ساحل نقره‌ای و صخره‌های آتشفشانی است. مسیرهای پیاده روی در میان جنگل‌های بارانی و انبوه که در نهایت به آبشارهای مرتفعی ختم می‌شود که بهشت گمشده را برایتان تداعی خواهد کرد. روستاهای فیجی در این مسیرها شما را با مردمان آرام و بدوی و فرهنگ ریشه‌دار این اقوام که از صدها سال پیش باقی مانده آشنا خواهد کرد. اینجا می‌توانید صلح و آرامش را پیدا کنید. دور از هیاهوی تعطیلات‌های پر زرق و برق و دور از تمام نشانه‌های تمدن شهری. کوه‌های سبز روشن و آبی فیروزه‌ای اقیانوس در کنار شن‌های سفید کریستالی سواحلش پذیرای حضور هر عاشق طبیعت است.

هتل خدای دریا

فیجی اگر چه به عنوان بهشت گمشده معروف است اما هتل‌هایی هم دارد که چشم هر بیننده و دل هر توریستی را می‌برد. به جاذبه‌های توریستی این سواحل علاوه بر تمام آنچه ذکر شد، هتل‌های لوکس و لاکچری را هم اضافه کنید. یکی از زیباترین و شگفت انگیزترین هتل‌های دنیا در فیجی واقع است. هتلی در زیر آب. هتل «پوسیدون» هتلی است در ۱۲ متری عمق دریای فیروزه‌ای که آوازه‌اش جهانی است. این هتل که به نام خدای یونانی اعماق آب‌ها پوسیدون نامگذاری شده، استراحتی رویایی در میان سکوت اعماق دریا و لذت فرو رفتن در دل اقیانوس را به شما خواهد داد. چشم اندازی فوق العاده در هر اتاق این هتل کوچک که در اوایل سال ۲۰۱۰ میلادی افتتاح شد. این هتل با سقف‌هایی شیشه‌ای، چشم اندازی نفسگیر از دریا دارد و می‌توانید بدون نگرانی از کمبود اکسیژن از این اقامت بی همتا لذت ببرید.

رستورانی معلق روی دریا یکی دیگر از سرگرمی‌ها و ویژگی‌های فیجی است. بعد از اقامتی رویایی در اعماق دریا خود را به غذایی محلی و لذیذ بانوشیدنی‌های متنوع در آسمان دعوت کنید. رستوران معلق فیجی که از مکان‌های مورد علاقه توریست‌های فصلی است، علاوه بر منویی از نوشیدنی‌ها و غذاهای فوق العاده، شب‌های خاطره‌انگیز و جشن‌های ساحلی را هم برگزار می‌کند. دیگر هتل‌های فیجی که در رای گیری‌ها از انتخاب‌های مورد علاقه توریست هاست، هتل‌های شهر مالولو، جزیره توکوریکا و کافه رستوران ساحل کوکومو است که می‌توانید ذائقه مردم فیجی را در آنجا تست کنید.

مسیرهای پیاده روی در میان جنگل‌های بارانی و انبوه که در نهایت به آبشارهای مرتفعی ختم می‌شود که بهشت گمشده را برایتان تداعی خواهد کرد



شکلات و داستانش با برندهای برتر شکلاتی

مهمانی شکلاتی

دو نوع انسان وجود دارد یا شکلات دوست دارد یا عاشق شکلات است. مهم نیست اهل کجای این کره خاکی باشید یا به چه زبانی حرف می‌زنید شکلات همیشه و همه جا شکلات است و شما شکلات می خورید. این خوراکی جذاب سه هزار سال است که کام انسان را شیرین می کند ولی از قرن ۱۸ بود که شکلات وارد منوی غذایی مردم غرب شد.





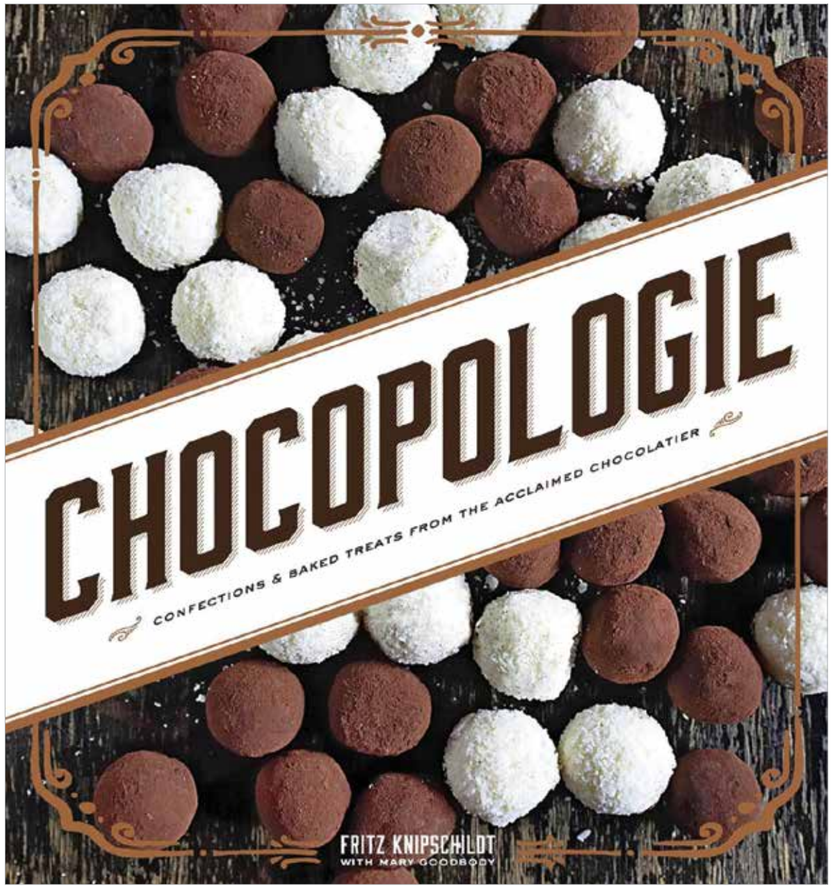
تاریخ شکلات تاریخی سرشار از شیرینی و جذابیت است. در سایت رسمی شرکت لینت LINDT آمده است که اولین کسانی که از دانه‌های روغنی کاکائو نوشیدند، مایاها و اقوام آزتک بودند. هزاران سال بعد در سال ۱۵۲۹ یک دریانورد اسپانیایی این دانه‌ها را به اسپانیا برد؛ ولی سال‌ها گذشت تا شکلات به شکل امروزی درآمد. سال ۱۷۲۹ بود که والتر چارجمن توانست شکلات را به ثبت برساند. در نهایت هلندی‌ها اوایل قرن ۱۹ توانستند تلخی کاکائو را بگیرند و شکلات شیرین بسازند. جوزف فرای و پسرش هم اولین کسانی بودند که شکلات قالبی درست کردند چون این خمیر جدید هم شیرین بود و هم قابلیت قالب زدن داشت.

رقابت شکلاتی

از شرکت‌های معروف که شکلات‌های قالبی‌اش علاوه بر اینکه جزو ۵ شکلات پرفروش و با کیفیت دنیاست و برای خودش سبک متفاوتی را درپیش گرفته، شکلات‌های تابلرون toblerone است. این شرکت سوئیسی با تاریخی بیش از یکصد سال، از ۱۹۰۸ ساخت شکلات‌های شیری را آغاز کرد و جزو اولین برندهایی شد که انواع شکلات قالبی را روانه بازار کرد. قالب‌های مثلثی و هرمی این برند که از کوه‌های آلپ الهام گرفته شده هم از نظر شکل و هم از نظر رنگ و بسته‌بندی کاملا شاخص و جذاب است. با ادغام چند شرکت در سال ۱۹۹۰ تابلرون گستره فعالیت و محصولات خود را بیشتر کرد و توانست نبض بازار شکلات جهان را در انگلستان و آمریکا نیز به‌دست گیرد.

شکلات لوکس

در دنیای شکلات هم هستند برندهایی که نامشان همراه با دنیای پرزرق و برق و لاکچری می‌آید. شکلات‌های دست ساز با طعم‌ها و افزودنی‌های مختلف که گاهی با قیمت‌های باورنکردنی چشم‌ها را خیره می‌کنند. از شکلات با دانه‌های گیاهان نایاب و از طعم‌های متنوع تا اشکال خاص در دنیای شکلات‌های دوست داشتنی، همه در این دسته‌بندی قرار می گیرند. یکی از این برندهای لوکس گادایوا Godiva است که کسب و کاریک خانواده بلژیکی است. خانواده‌ای که شکلات سازی را در سال‌های ۱۹۲۰ از آشپزخانه خود آغاز کرد. تجربه خوردن شکلات‌های این خانواده چنان معروف و فراگیر شد که توانست بعد از اروپا در آمریکا، انگلستان و شرق آسیا بازار خود را رونق بخشد. در کافه گادایوا می‌توانید علاوه بر شکلات خالص طعم‌هایی جذاب از شکلات‌های میوه‌ای و قهوه و حتی با طعم بستنی را تجربه کنید. شکلات‌های دست سازی که مفهوم هیجان انگیز شکلات را دو چندان می کنند.



سفری هیجان انگیز

نیازی نیست چارلی باشید تا به کارخانه شکلات سازی دعوت شوید. لینت قبلا شما را به سفری هیجان انگیز و خوشمزه در کارخانه‌اش میهمان کرده است؛ فقط کافی است بخواهید و درخواست نامه بازدید از کارخانه را روی سایت این کارخانه پر کنید. درخواست شما مورد بررسی قرار خواهد گرفت و در پروسه ای از شما دعوت به عمل خواهد آمد تا از کارخانه شکلات سازی دیدن کنید. برند لینت نامی شناخته شده در تاریخ و صنعت شکلات سازی است. از ابداع ماشین‌های قالب زنی شکلات تا تهیه شکلات با طعم‌های مختلف، از تاریخ غنی این برند حکایت دارد. اگر هم از عاشقان هات چاکلت یا شکلات مایع باشید، باید بدانید که امضای این برند پای این نوشیدنی خاص و هوس انگیز نشسته است.

شکلات دانشگاهی

در میان بهترین شکلات سازی های دنیا یک نام برای بیش از دو دهه است که همواره خوش درخشیده است. نامی که از یک دانشگاهی و شکلات شناس تحصیل کرده برآمده و خیلی زود به یکی از بهترین و گران‌ترین برندهای شکلات دنیا تبدیل شد. «Kinipshildt» نام برندی است دانمارکی که در سال ۱۹۹۹ تاسیس شد. «Fritz Kinipshildt» با تاسیس این برند و استفاده از یک دستور تهیه جدید که از ۷۰ درصد شکلات های تیره، تلخ و وانیلی «Valrhona» ستفاده می شود، توانست شکلات دست سازی تولید کند که بیش از یک دهه است در لیست گران‌ترین شکلات های دنیاست. در مورد این شکلات چالش معروفی هم هست که کسی نتوانسته بیش از یک هفته این شکلات را داشته باشد و در برابر نخوردن این شکلات دوام بیاورد. قیمت هر بسته این شکلات بیش از ۲۶۰۰ یورو است.

این Chocopologie روزها یکی از رشته‌های پرطرفدار در میان رشته های دانشگاهی است



قواعد جدید در یک سبک زندگی متمایز

زندگی در قاب باران

آیا تا به حال برایتان این سوال پیش آمده چرا مجاز نیستیم در خانه، شهر و یا هر جای این کره خاکی، هر گونه دوست داریم رفتار کنیم؟ قواعد و اصول از کجا می‌آیند و رهاورد قبول قوانین اجتماعی چیست؟ در این یادداشت می‌خواهیم درباره بخشی از بایدها و نبایدها صحبت کنیم که در روابط بین خانواده‌ها و خانه‌ها مورد قبول قرار می‌گیرند تا محیط سکونت تبدیل به جایی بهتر برای زندگی شود.

در دنیای ما همیشه پدیده‌های جدید، با خود تعاریف جدید و قواعد ویژه‌ای را به همراه می‌آورند. برخی از نظریه پردازان علوم اجتماعی پیروی از قانون و یا گردن نهادن انسان‌ها به قدرت دولت یا حاکمیت را ناشی از قرارداد اجتماعی می دانند. به زبانی ساده مردم در جوامع انسانی قراردادهای نوشته و نانوشته‌ای دارند که وجود آن برای ادامه حیات و زندگی اجتماعیشان ضروری است تا رفتار یک فرد به حریم و حقوق فردی دیگر آسیب نرساند و به این ترتیب همزیستی انسانی ممکن و مقدور می‌شود. از این مقدمه می‌توان نتیجه گرفت هر شهروند، دانسته یا ندانسته، برخی از محدودیت ها را می پذیرد تا بتواند در کنار دیگر همنوعانش با کیفیت مطلوب زندگی کند.

شهر نشینی در متن خود حاوی روابط و تعاریفی است که مستقیما به کیفیت زندگی پیوند می خورد. همجواری چند خانواده و خانه در کنار یکدیگر نیز تابع اصول و ضوابطی است که اگر رعایت نشوند خانه‌ها به عنوان جایی برای آرامش و گذران زندگی روزمره کارکرد اصلی خود را از دست می دهند.

اما سوال اینجاست که وقتی مدل‌های جدیدی از زندگی اشتراکی یا مسائل جدید در همسایگی و همجواری پیش می‌آید چه کسی و چگونه باید ضوابط و قوانین مورد قبول همه را تدوین کند و چگونه می‌توان همگان را متقاعد کرد که این اصول کمک می‌کند تا بهتر زندگی کنند.

در سالیان اخیر، زندگی در مجموعه‌های مسکونی آپارتمانی و همسایگی خانواده‌هایی با فرهنگ‌ها و خواسته‌های متفاوت سبب شده است این مباحث بیشتر از گذشته مورد توجه قرار گیرند. از طرفی ظهور الگوهای جدید مانند زندگی در خانه‌ای که به ساکنانش خدمات هتلی ارائه می‌کند یا سکونت در خانه‌ای با امکانات اشتراکی متنوع، باعث شده برخی از شهروندان در برابر این سوال قرار گیرند که آیا ضرورت دارد برای راحتی خود این قواعد و ضوابط را بپذیرند یا خیر؟

اولین چراغ قرمز

شصت سال پیش در چهارراه سپه پایتخت ایران اولین چراغ راهنمایی و رانندگی نصب شد. البته کمی پیش‌تر چراغ‌هایی که با کوله پشتی توسط مامور راهنمایی و رانندگی حمل می‌شد و بصورت دستی ترافیک چهارراه را کنترل می‌کرد به کشورمان آمده بود.

این یادآوری نوستالژیک به ما کمک می‌کند تا تجسم کنیم اولین کسانی که می‌خواستند این ضابطه ترافیکی را اجرا کنند با چه مشکلاتی روبرو بوده‌اند. بدون شک مدت زمان مدیدی بطول انجامیده است تا مردم یاد بگیرند و عادت کنند به قوانین جدید احترام بگذارند. حتی می‌توان تصور کرد چه تلاش‌های زیادی شده تا شهروندان دریابند این قواعد در نهایت به نفع خود آنهاست.

وقتی به سبک زندگی جدیدی که در هتل برج‌ها شکل گرفته نگاه کنیم، می‌بینیم ساکنان در ظاهر با چراغ‌های قرمز بیشتری نسبت به زندگی قبلی خود در یک مجتمع مسکونی عادی یا یک منزل شخصی ویلایی مواجهند. باید دید محدودیت‌ها چه نسبتی با دستاوردهای این سبک زندگی دارد و هزینه‌های پیدا و پنهانی که از نبود این چهارچوب‌ها ایجاد می‌شود چه هستند.

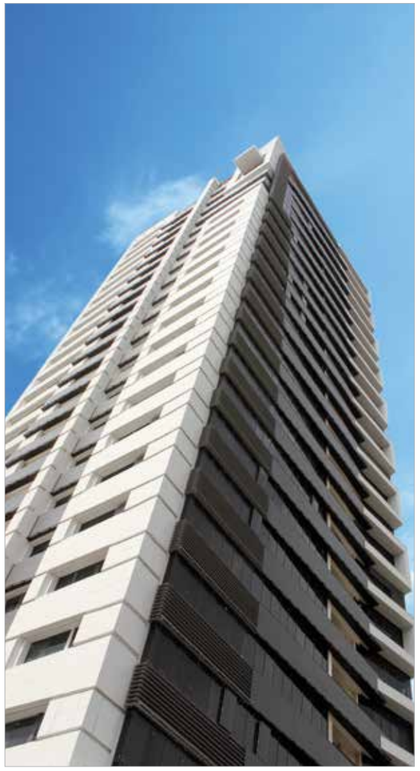
راه حل یک مشکل قدیمی

فرهنگ آپارتمان نشینی، کلید واژه‌ای است که بسیاری از ساکنان مجتمع‌های مسکونی درباره آن صحبت می‌کنند و چالش‌های آن در برخی موارد باعث سلب آسایش و آرامش اهالی یک خانه می‌شود. وقتی در یک خانه معمولی هفت یا هشت واحدی و بدون امکانات خاص، چالش و اختلاف نظر وجود دارد، بی‌تردید در یک مجموعه یا برج مسکونی چهل یا پنجاه واحدی این مشکلات چند برابر و پیچیده‌تر می‌شود.

اما چرا تجربه زندگی با سبک جدید در خانه‌های متمایز مانند برج باران بعد از چند سال دچار آسیب جدی نشده‌اند و چگونه روز به روز بر کیفیت زندگی ساکنان افزوده شده و همه از این همجواری احساس رضایت و آرامش می‌کنند؟ به خصوص وقتی می‌دانیم تعدد امکانات، دلایل بیشتری برای اختلاف نظر بوجود می‌آورد، اهمیت شناخت الگویی که توانسته این موفقیت را کسب کند بیشتر می‌شود.

سکونت در هتل برج‌های باران از چندین جهت تفاوت‌های ماهوی و اساسی با دیگر سکونت گاه‌ها دارد. در درجه نخست گروه طراح و سازنده برج‌های باران با مطالعه دقیق بر روی نیازهای حال و آینده ساکنان سعی نموده است تا بالاترین سطح پاسخ به احتیاجات یک زندگی پنج ستاره را پیش بینی کند. به عنوان مثال وجود فضاهای مجزای ورزشی و سرگرمی برای سنین مختلف، محل نگهداری اختصاصی کودکان و یا فضای ملاقات‌های کاری، کافی شاپ و رستوران سبب می‌شود تا هر گروه سنی، بنا بر نیاز یا علاقه خود از این امکانات استفاده کنند. بدین ترتیب گذران اوقات فراغت افراد مختلف در اصطلاک با زندگی و آسایش دیگر ساکنان قرار نمی‌گیرد. یا به عنوان مثالی دیگر، مشکلات عمده سایر مجموعه‌های آپارتمانی به طرز عجیبی با مشکل بی نظمی و

به زبانی ساده مردم در جوامع انسانی بین خود قراردادهای نوشته و نانوشته‌ای دارند که وجود آن برای ادامه حیات و زندگی اجتماعیشان ضروری است تا رفتار یک فرد به حریم و حقوق فردی دیگر آسیب نرساند و به این ترتیب همزیستی انسانی ممکن و مقدور می‌شود



ابهام در حق استفاده از مشاعاتی مانند پارکینگ گره خورده که در برج‌های باران زمینه بروز اینگونه اختلاف‌ها و تنش‌ها از میان رفته است.

از سوی دیگر تعهد گروه سازنده به خدمات پس از فروش ساختمان، دسته دیگری از اختلافات و مشکلات را از میان می‌برد. طراحی معماری اصولی، تامین تجهیزات و مصالح از بهترین برندها، تعمیر و نگهداری مداوم و شبانه روزی، رعایت استانداردهای ملی و بین المللی در ساخت و بهره برداری؛ علاوه بر افزایش طول عمر و ارزش افزوده بنا، مانع از آن می‌شود که مانند دیگر ساختمان‌ها ناهماهنگی یا نبود مدیریت صحیح، باعث استهلاک ساختمان و از کارافتادن امکانات شود.

نیازها، چالش‌ها و بسیاری موضوعات دیگر در منشور زندگی دیده شده و حقوق و تکالیف تمامی اشخاص در آن منظور شده است

تفاوت زندگی متمایز و شیوه خاص سکونت در این برج‌ها است، به همین خلاصه نمی‌شود. ارائه خدمات یک هتل پنج ستاره در قالب رستوران، کافی شاپ، لاندری، خانه‌داری و مدیریت عمومی برج اعم از پذیرش، تاکسی سرویس، کارپردازی و مانیتورینگ شبانه روزی و حفاظت فیزیکی توسط نگهبانان مجرب، همگی کمک می‌کنند تا ساکنان این برج‌ها از بسیاری گرفتاری‌های روزمره زندگی رها شده و با آسودگی بیشتری زندگی کنند. آرامش روانی حاصل از این شیوه زندگی بخودی خود به همزیستی مسالمت آمیز می‌انجامد.

البته نباید فراموش کنیم که صرفا وجود امکانات رفاهی در یک مجموعه مسکونی به آسایش ساکنان منتهی نمی‌شود. برنامه ریزی منظم و راهبری دقیق و صحیح، شرط اصلی فایده بخش بودن این امکانات است. علاوه بر این، هزینه‌های جاری در چنین ساختمان‌های پیچیده‌ای (هزینه شارژ ماهانه) گاهی سبب می‌شود تا کارکرد آن‌ها و توجیه وجودشان زیر سوال برود. در همین دو موضوع نیز برج‌های مسکونی باران مصون از آسیب‌های معمول هستند. تیم بهره برداری از متخصصان فنی و مهندسی و کارشناسان و کارکنان خبره هتلداری تشکیل شده که با ساز و کاری دقیق و یکپارچه به ارائه خدمات شبانه روزی به ساکنان مشغولند. همچنین الگوی ودیعه شارژ به جای پرداخت شارژ ماهانه، وجود این همه امکانات و استفاده از آن را به شکل غیر قابل منتظره، مقرون به صرفه و موجه می‌سازد.

روی دیگر سکه

آنچه گفتیم، درباره پاسخ به نیازها و حذف زمینه اختلافات در یک برج مسکونی لوکس بود. اما آیا براستی با این‌ها، همه مشکلات حل می‌شوند؟ پاسخ، منفی است. نبود تعهد فردی، بی توجهی به تکالیف همجواری و بی احترامی به حقوق همسایگان، رفتاری شایع در مجتمع‌های مسکونی است. از طرفی نبود قواعد مورد قبول همه، برای استفاده از امکانات عمومی نیز چالشی جدی است. «منشور زندگی در برج باران» نظام نامه‌ای است که به تازگی و با شروع سکونت در هتل برج باران ۲ به مثابه یک میثاق عمومی توسط گروه باران و با همراهی مالکان واحدهای این برج، تدوین شده و مورد قبول و تعهد یکایک ایشان قرار گرفته است. این منشور با هدف حفظ کیفیت ساختمان و همچنین تامین آرامش و آسایش ساکنان تهیه شده و در آن جنبه‌های مختلف یک همجواری مسالمت آمیز و آمیخته با کرامت انسانی و احترام، مد نظر قرار گرفته است.

در این نظام نامه، از نحوه تحویل واحدها توسط گروه سازنده گرفته تا ساز و کار گارانتی و خدمات پس از فروش، از نسبت مالکان با مدیریت بهره برداری گرفته تا نحوه تامین هزینه‌های مشترک برج و ده‌ها باید و نباید دیگر پیش بینی شده و تبدیل به قانونی مورد قبول همگان شده است.

تجربه چندین سال حضور مداوم و متعهدانه گروه باران در راهبری و ارائه خدمات هتلی به ساکنان برج باران ۱، اندوخته‌ای گرانبها از تجارب مدیریتی، سواد فنی و دانش خدمات هتلی را فراهم آورده تا امروز این گروه بتواند بخش عمده‌ای از فرایندها و چالش‌های احتمالی در راهبری چنین برج‌های پیچیده‌ای را پیش بینی کرده و تا حد امکان برای هر یک از آن‌ها برنامه ریزی کند.

آنچه در زندگی روزمره ساکنان یک برج با خدمات یک هتل پنج ستاره اتفاق می‌افتد، نیازها، چالش‌ها و بسیاری موضوعات دیگر در منشور زندگی دیده شده و حقوق و تکالیف تمامی اشخاص در آن منظور شده است. بدین ترتیب اگرچه شاید در ظاهر برخی اختیارات فردی و آزادی رفتار در محل سکونت محدود به قواعدی خاص شده باشد اما این خود تضمینی برای تامین کیفیت در سطح یک زندگی پنج ستاره است.

حال پاسخ اولین مسئله‌ای که در این یادداشت مطرح شد روشن‌تر به نظر می‌رسد. بیشتر ما در انتخاب سبک زندگی خود (به فرض اینکه امکانات یک زندگی مرفه را داریم) در برابر این دو راهی قرار داریم که بطور طبیعی با دغدغه‌های فراوان، بدون آسایش و با کیفیتی پایین زندگی کنیم، یا آنکه اگر شیوه جدیدی برای زندگی آرام و آسوده با قبول برخی قواعد به ما پیشنهاد شد درباره آن بطور جدی تصمیم گیری کنیم.

بیایید به این سوال پاسخ دهید که آیا حاضرید با قبول برخی چارچوب‌ها و پرداخت هزینه رفاه خود، سبک زندگیتان را عوض کنید؟ آیا مایلید در خانه‌ای گارانتی دار زندگی کنید که مانند یک هتل به شما خدمات ارائه می‌شود؟ یا اینکه ترجیح می‌دهید به همان سبک زندگی همیشگی ادامه دهید و علیرغم نبودن امکانات رفاهی، در خانه‌ای کم دوام، یا بدون نظام بهره برداری زندگی کنید و همچنان هزینه‌های گزاف آن را بپردازید در حالی که آرامش روانی شما نیز شب و روز آسیب می‌بیند؟

لطفا به خودتان پاسخ دهید.












LUXURY LIFESTYLE





دنیای خنده های کودکانه

آنچه که در کودکانه‌های فندی نظرها را به خود جلب می کند جمع بندی و وجود یک مجموعه کامل است که می توانید دست های مورد علاقه خود را با هر کدام که بخواهید هماهنگ کنید. به قول طراحان فندی در کپسول گذاشتن یا مجموعی از ایده‌ها که هر کدام به تنهایی می توانند ایده‌ای برای زیباتر جلوه دادن باشند. فندی با ترکیب با دیگر طرح ها یا ایده‌ها می تواند دست کامل و جالب توجهی به شما بدهد. ویژگی ای که نه تنها در مجموعه کودکان بلکه در دیگر مجموعه‌های برند فندی هم خود نمایی می کند. کمپین بهار و تابستان ۲۰۱۵ نیز از همین ویژگی استفاده کرده و مجموعه‌ای کارگشا، متنوع، زیبا و خوشرنگ با یک دنیا نوستالژی با کاغذهای اوریگامی ارائه کرده است.

خیلی چیزها هست که ما در مورد لباس های کودکان دوست داریم. از رنگ های شاد گرفته تا شادی به تن کردن لباس هایی هر چند ساده اما گیرا و دلچسب. فندی در کودکانه‌هایش برای بهار ۲۰۱۵ رنگ خاکستری را در مرکز قرار داده تا هر رنگ و هر طرحی که می خواهد را به راحتی پررنگ‌تر و چشمگیرتر کند. استفاده از طرح خود فندی با عبارت معروف F که به صورت چاپ یا برجسته روی این لباس ها کار شده و یا پلیسه و چین خوردن دامن های دخترانه‌اش بسیار دلچسب و لذت بخش از کار درآمده است.

در کنار لباس های کودکانه فندی، ارائه اکسسوری های زیبا و کیف های کوچک که با چرم و تکه‌های خز برای نشان دادن چهره یا چشم‌هایی که از بازی های انگری برد وام گرفته شده خلاقیت جالبی را ایجاد کرده است. رنگ های صورتی سرخابی آبی و بنفش در کنار زرد و خاکستری به عنوان زمینه اصلی، شادابی و طراوت را به مجموعه تزریق کرده است.

اوریگامی یا بازی با کاغذ و قیچی سرگرمی بسیار قدیمی است که از تا کردن های متعدد کاغذ برای ساخت حیوانات یا چیزهای متنوع دیگری استفاده می کند و در نهایت هم مغز و هم خلاقیت شما و کودک شما را به چالش می گیرد. فندی با ترفند و زیرکی خاصی از اوریگامی برای کمپین عکاسی بهار و تابستان ۲۰۱۵ کودکانش استفاده کرده تا خلاقیت خود در این مجموعه را پررنگ‌تر نشان دهد. کاغذهای تاشده متنوع برای ساخت حیوانات زیبا و رنگی این مجموعه که در کنار کودکان عکاسی شده در اندازه‌های بزرگ و کوچک، طراحی و میزانسنی داستان گونه را ایجاد کرده است. شادی و لذت این مجموعه قابل ستایش است

رنگبندی های شاد، طرح های متنوع، مدل های جذاب کارتونی، کفش هایی کاغذی با چشم‌هایی آیکونیک که بر روی لباس یا کیف ها خود نمایی می کند و گاه با خز و یا پر تاکید جذابی را روی لباس ایجاد کرده است این ها همه از کودکانه‌های فندی مجموعه‌ای دلرباساخته است.





دختری با گوشواره‌های مروارید - یوهان ورمیر

سفـری از دل سواحل ژاپن به دنیـای جواهرات میکیموتو

دختری با گوشواره های مروارید

«می خواهم مرواریدهایی پرورش دهم که به زیبایی مرواریدهای طبیعی باشد.» این هدف تنها چیزی بود کـه مرد جوان را بر آن داشـت تا نـه تنها تمام دارایی‌اش را وقف این کار کند، بلکه تمام زندگیش را بر سر این هدف بگذارد. هدفی که در نهایت به حق نام «سلطان مروارید» را برایش به ارمغان آورد. «Kokichi Mikimoto» کسب و کار خود را در ژاپن سال ۱۸۹۳ آغاز کرد. کاری که هم از نظر مالی و هم ایده نهایی، کار معقولی به نظر نمی رسید. هیچ کس تا آن زمان به فکـر تولید مروارید مصنوعی یا پرورشی نبود. در هر هزار صدف یک یا دو مروارید یافت می شـد و برای هر مروارید هم باید سال‌ها می گذشت تا ایجاد شود. هزینه و زمان سرسام آور بود. هدف هر چند بلند پروازانه بود، اما می کیموتو روح یک سـاموراییِ اصیل و جنگنده را داشـت. اولین قدم مطالعـه در مـورد چگونگی پرورش صدف بود که از نظر زیست شناسـی مشـکلات اساسـی در این زمینه را بتواند رفع کند. آشنایی با پروفسـور «کاکی چی می توکوری» در دانشگاه توکیو که مسئول مطالعات زیسـت دریایی بود، باعث شد در زمینه مطالعه صدف‌ها و نحوه ساخت مروارید به صورت طبیعی به نتایج جالب توجهی دسـت پیدا کند. بر اسـاس یافته‌ها، ورود جسم خارجی به داخل پوسـته صدف مادر به صورت طبیعی یا با عامل خارجی پس از گذر چند سال به صورت مروارید خود را نشان خواهد داد. او از تمام این سختی‌ها مطلع بود و اینکه روش آزمون و خطا را در پیش گرفته است؛ اما تصمیم قطعی‌اش برای سـاخت مروارید با روش مصنوعی مهم‌تر از تمام سختی‌های پیش رویش بود.



THE LEGEND OF PEARL

در جدیدترین مجموعه ارائه شده، استفاده از سنگ‌های الماس در رنگ‌های زیبا و در ترکیب با زیباترین سنگ‌های دریایی کنار هم نشستند تا حسی از طراوت و تازگی اقیانوس و آب را در دل جواهر ایجاد کنند

تلالوی جهانی

سرانجام در ۱۱ جولای ۱۸۹۳ اولین مروارید نیمه کروی پرورشی دنیا از میان هزاران صدف بدست آمد. راهی که بعدها جزو یکی از مهم‌ترین صنایع ژاپن و دنیای جواهرات قلمداد شد. از آن روز به بعد تا سال ۱۹۰۵ که اولین فروشگاه جواهرات می کیموتو در بهترین خیابان‌های توکیو افتتاح شد فراز و نشیب‌های بسیاری در تهیه مروارید به روش مصنوعی متحمل شد. اما تمام این سختی‌ها در کنار رونق بازار مرواریدهای پرورشی و آشنایی دنیا با این محصول قابل تحمل می شد. او برای نشان دادن مرواریدهایش به دنیای جواهرات در اروپا و آمریکا روش تبلیغاتی منحصر به فرد خود را داشت. علاوه بر شرکت در فستیوال‌ها و جشنواره‌های مختلف و عرضه محصولات زیبایش، به تبلیغات دست می زد. ساخت نمادها و المان‌های معروف برخی کشورها با مرواریدهای پرورش‌اش از همین دست کارها بود؛ ساخت خانه جورج واشنگتون، زنگ آزادی با مروارید در آمریکا، ساخت پاگودایی با مروارید در معبدی در چین و نمونه‌هایی از بادبزن و پاراون در نمایشگاه بزرگ لندن از خلاقیت‌های تبلیغاتی او برای جلب نظر جهانیان بود. تمام مدل‌هایش تحسین همگان را بر می انگیخت و باعث جلب احترام نسبت به این اختراع پرورشی می شد.

اما قرار نبود همه نسبت به این محصول واکنش خوبی نشان دهند. جواهر سازان و طراحانی که با مروارید طبیعی کار می کردند از حضور این رقیب قدرتمند نگران شده بودند. آن‌ها معتقد بودند این اختراع جدید موجب بروز نابسامانی و رکود بازار جواهر خواهد شد.

مرواریدهای صبور

امروز می کیموتو تولید خود را قبل از هر چیز بر کیفیت و ساخت بهترین مرواریدهای جهان گذاشته است. طراحی‌های استثنایی این برند در کنار الماس و طلای ۱۸ عیار و زیبایی منحصر به فرد مروارید علاوه بر عشق وشور و ظرافت، ترکیبی بی نظیر از هماهنگی مواد را در طراحی‌های مدرنش نشان می دهد. لذت منحصر به فرد بودن و منعکس شدن خلوص اقیانوس، راز خلقت و حسی از زنانگی و خلق دوباره است در نگاه به مروارید و استفاده از آن. «این رویای من است؛ رویای زینت دادن گردن تمام زنان دنیا با مروارید»

طراحان می کیموتو با الهام از زیبایی دریا و شکوه مروارید و خیال گونگی همراهی‌اش با طلا و الماس، مجموعه‌های زیبایی خلق کرده‌اند. در جدیدترین مجموعه ارائه شده برای نمایشگاه پاریس، استفاده از سنگ‌های الماس در رنگ‌های زیبا و در ترکیب با زیباترین سنگ‌های دریایی کنار هم نشستند تا حسی از طراوت و تازگی اقیانوس و آب را در دل جواهر ایجاد کنند. طرح‌های آبشاری و منحنی گونه و استفاده از خط‌های اسپیرال و ساده در کنار هم که با شکل گرد و ناب مروارید در تناسب کامل است. طرح‌هایی بر گرفته از موج دریا و زیبایی صدف و سادگی مروارید. طرح‌هایی که با حضور مرواریدهای می کیموتو و بهترین مواد و متریال باعث شده تا نام این برند برای سال‌ها در بین ده برند برتر جواهرات دنیا قرار داشته باشد.

می کیموتو توانست در مدت بیش از صد سال برندی معتمد در صنعت جواهر سازی و نامی ماند گار برای ژاپن باشد.

بعد از جنگ جهانی دوم فروشگاه‌ها و بوتیک‌هایش را در بیش از ده کشور دنیا و شهرهای پاریس، نیویورک، بوستون، شیکاگو، شانگهای و بمبئی افتتاح و شهرت بین المللی خود را تحکیم کرد. سلطان مروارید نامی بود که به حق به او و تلاش‌هایش برای گسترش صنعت پرورش مرواریدهای گرد داده شد.

MIKIMOTO JEWELRY











سرمایه‌گذاری ملکی در کشور همسایه

در هـوای مدیتـرانه

با خرید ملك از ما، اقامت دائم براي خود و خانواده‌اتان را به ارمغان بیاورید. این جمله‌اي است که این روزها زیاد در تبلیغات خرید ملك در کشورهاي همسایه ایران شنیده مي‌شود. تبلیغاتی که مخاطب را ترغیب می کند تا سرمایه اش را صرف خرید خانه ای لوکس در جایی خارج از ایران بکند. اما این همه ماجرا نیست.

بازار سرمایه گذاری ملک و مسکن در همه جای دنیا، بازاری پیچیده با ریزه‌کاری های درهم تنیده حقوقی و ریسک بالای مالی و زیروبم‌های مالی و مالیاتی است، به گونه‌ای که وکلای حقوقی متخصص را می طلبد تا ازاین پیچیدگی ها رمز گشایی کنند. عدم اطلاع از این ریزه‌کاری ها و اطلاعات حقوقی و مالی و مالیاتی موجب می شود که نه تنها با خرید ملک اقامت دائم به دست نیاورید، بلکه در سرمایه گذاری خود دچار خسارتی شوید که برای جبران آن، گاه چندسال پیگیری حقوقی هم کافی نیست. در این جا به دو مورد از بازارهای سرمایه گذاری ملک و مسکن که در سالهای اخیر با تبلیغات گسترده سعی در جلب اعتماد و جذب پول سرمایه گذاران ایرانی داشته‌اند، اشاره می کنیم.

ترکیه، بازار نزدیک با قواعد دور

کشور ترکیه از نزدیکترین همسایگان ایران، در یک دهه گذشته شاهد تحول گسترده در اقتصاد و رونق کم سابقه تجارت و رشد همه شاخص های مرتبط با این دو حوزه بوده‌است. مسکن یکی از اصلی‌ترین عوامل این رشد اقتصادی بوده و حالا با رشد قیمت‌ها در این بازار، شاهد برداشت محصول است. روند رشد قیمت مسکن در ترکیه از سال ۲۰۱۱ شروع شد و با افزایش ماهانه حدود ۱/۵ درصد، در سالهای اخیر به طور متوسط رشد ۱۲ تا ۱۳ درصدی را تجربه کرده‌است. بر اساس آمار ارائه شده توسط وزارت دارایی ترکیه، گردش مالی صنعت ساخت و ساز این کشور در سه ماهه آخر سال ۲۰۱۴، نزدیک به ۱۰ درصد نسبت به سال قبل، رشد داشته‌است. ترکیه دومین کشور جهان از نظر داشتن شمار بالای شرکت های ساختمانی است. ساخت و ساز و صنعت ساختمان، مشارکتی ۶/۶ درصدی در تولید ناخالص داخلی ترکیه دارد. بین سالهای ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۴، این بخش از اقتصاد ترکیه، حدود ۲/۵ میلیارد دلار سرمایه گذاری مستقیم خارجی جذب کرده‌است.



بر اساس قوانین ترکیه تا دو سال پیش، خرید ملک توسط خریداران از کشورهایی که توافق‌نامه‌های تجارت دوجانبه با ترکیه نداشتند، در استانبول ممنوع بود. این شامل ایران و عربستان سعودی و برخی دیگر از کشورهای خاورمیانه می‌شد. خریداران این کشورها اگر می‌خواستند در استانبول خانه بخرند باید به نام یک شرکت تجاری این کار را می‌کردند. این باعث به وجود آمدن پیچیدگی‌های حقوقی و همچنین هزینه‌ای معادل ۲۵۰۰ پوند برای مخارج حقوقی می‌شد. اما با توجه به روند کاهشی تقاضا برای خرید ملک در استانبول توسط مردم محلی و همچنین ادامه پس لرزه‌های بحران اقتصادی در جهان که باعث کم تحرک شدن سرمایه گذاران بین‌المللی می‌شد، دولت ترکیه تصمیم گرفت با تغییراتی در قوانین، راه ورود سرمایه گذاران منطقه‌ای را به بازار ملک استانبول هموار کند. به همین خاطر در قانون خرید ملک توسط خارجی‌ها تغییراتی داد تا این محدودیت برداشته شود. اما همچنان خرید ملک توسط سرمایه گذاران کشورهایی مانند ایران و دیگر کشورهای خاورمیانه، با پیچیدگی‌های حقوقی در ترکیه روبه‌روست. از جمله آنها مالیات و عوارض سالیانه ملک خریداری شده است که برای این خریداران بسیار بیشتر از دیگر سرمایه گذاران خارجی و مردم خود ترکیه است. شعار تبلیغاتی بنگاههای ملکی یعنی دریافت اقامت دائم در صورت خرید ملک، شامل شرایط خاصی می‌شود از جمله اینکه، حتی اگر شما صاحب ملک در ترکیه هم باشید، به این زودی اقامت دائم دریافت نمی‌کنید. از سوی دیگر، تمدید اقامت مستلزم خروج و دوباره ورود به کشور بعد از یک دوره سه ماهه است.

بر اساس پیش‌بینی این موسسه، قیمت ملک و مسکن در ترکیه در سال ۲۰۱۵ رشد خواهد داشت اما افزایش نرخ بهره بانکی در آمریکا در این سال، قیمت بازارهای ترکیه کاهش خواهد داد

اما نکته بلندمدت دیگری که برای سرمایه گذاری ملکی در ترکیه باید در نظر گرفت، تاثیر روندهای جهانی بر بازار ملک ترکیه است. ترکیه بازاری منطقه‌ای است که به دلیل تجارت گسترده با جهان و قرار گرفتن در لبه اروپا، تحت تاثیر تحولات و سیاست‌های مالی جهانی است. یکی از این تاثیرات را موسسه مالی و اقتصادی استاندارد اند پور آمریکا موسوم به S&P پیش بینی کرده است. بر اساس پیش بینی این موسسه، قیمت ملک و مسکن در ترکیه در سال ۲۰۱۵ رشد خواهد داشت اما افزایش نرخ بهره بانکی در آمریکا در این سال، قیمت مسکن را در بازارهای ترکیه کاهش خواهد داد. این موسسه آمریکایی به سرمایه گذاران بین‌المللی درباره این تاثیر هشدار داده است. استدلال این است که با افزایش نرخ بهره، جریان سرمایه بین‌المللی به سمت بازارهای مسکن ترکیه کند خواهد شد و این بازار را تحت تاثیر منفی قرار می‌دهد.

فریب بازار مسکن قبرس

این روزها در قبرس داد گاهی در جریان است برای رسیدگی به شکایت هزاران انگلیسی که با رویای خرید ملک در قبرس، دچار زیان مالی شدند. این داد گاه مسئول رسیدگی به ۲۵۰ پرونده با این موضوع است. این انگلیسی‌ها در سالهای قبل از بحران مالی قبرس یعنی قبل از ۲۰۱۲ با فرار از بحران مالی کشورهای اروپایی، به بازار ملک و ویلاهای تابستانی قبرس هجوم آوردند و با وام‌های سنگین، در این بازار سرمایه گذاری کردند. اما قبرس به دنبال بحران مالی و ورشکستگی یونان، دچار ضربه سنگینی شد و به طوریکه برای چند ماه بانک‌ها پول نداشتند به مردم بدهند. همین بحران باعث سقوط قیمت‌ها در بازار ملک شد. بر اساس قوانین قبرس، وکلا از جانب خریداران می‌توانند قراردادهای خرید ملک و دریافت وام را امضا کنند. برخی از این وکلا به پیشنهاد بانک‌های قبرس، وام را به فرانک سوئیس دریافت کردند و قرارداد را امضا کردند. با کاهش قیمت مسکن در بازار قبرس و افزایش ارزش فرانک سوئیس، خریداران انگلیسی دچار خسارت مالی زیادی شدند. اکنون آنها به داد گاه‌های قبرس شکایت کرده‌اند.

در دو ماه گذشته در قبرس قوانینی برای بهبود روند حقوقی خرید ملک و سرمایه گذاری در این بازار تصویب شده است. هدف از تصویب این قوانین، رفع ابهامات حقوقی مانند آن چیزی است که باعث زیان مالی هزاران انگلیسی و پرونده قضایی شکایت آنها شده است. اما به نظر نمی‌رسد این قوانین رفع ابهام حقوقی، به این زودی در بازار تاثیر بگذارد. از سوی دیگر قبرس برای جذب سرمایه گذاری‌ها در بازار مسکن خود، از دو سال پیش قانون اعطای شهروندی در قبال سرمایه گذاری ملکی را تصویب کرد. بعد از تصویب این قانون، سرمایه گذارانی از چین، روسیه و خاورمیانه از آن استقبال کردند و روانه بازار ملکی قبرس شدند. اما این قانون فقط شامل خرید املاک لوکس با ارزش ۲/۵ میلیون یورو به بالا یا سرمایه گذاری به میزان حداقل ۵ میلیون یورو در بازار املاک کشور می‌شود. این تدابیر برای جذب سرمایه گذاران خاورمیانه‌ای صورت گرفته است چرا که سرمایه گذاران غربی بعد از شکایت هزاران انگلیسی و بعد از بحران مالی یونان، اکنون دیگر بازار ملکی قبرس را مطمئن و جذاب نمی‌دانند.

هدف از تصویب این قوانین، رفع ابهامات حقوقی مانند آن چیزی است که باعث زیان مالی هزاران انگلیسی و پرونده قضایی شکایت آنها شده است



چرا خریداران ایرانی ملک در کشورهای خاص ضرر می کنند؟

این افق روشن نیست

موج تازه‌اي از تبليغات ماهواره‌اي توسط آژانس‌هاي املاك بين‌المللي، براي دعوت از سرمايه‌گذاران ايراني به بازار مسكن كشورهاي خاص، راه افتاده و دلالاني كه در اين بازار با شگردهاي جذابي همچون «اخذ اقامت دايمي براي خريداران ملك» فعاليت مي‌كنند به دنبال جلب دوباره سرمايه ايرانيان به سمت بازار بيگانگان هستند.

دریکی دو کشور حاشیه خلیج فارس و تعداد محدودی از کشورهای اروپایی و آسیایی، اخیراً شرکت های ساختمانی سازنده چندین پروژه مسکونی لوکس چندمنظوره، برای فروش کل واحدها به متقاضیان خرید از ملیت های مختلف اعلام آماد گی کرده‌اند.

در تبلیغات فروش این آپارتمان‌ها که عمدتاً با هدف جذب سرمایه ایرانی ها، در شبکه‌های ماهواره‌ای و سایت های مجازی به شکل جهت دار منتشر می شود، پرداخت یکسری تسهیلات از بانک های این کشورها برای خرید خانه‌ها پیش بینی شده است طوریکه سطح قیمت فروش با احتساب وام خرید به گونه‌ای است که در مقایسه بانمای منحصر به فرد ساختمان‌ها و فضاهای تفریحی و گردشگری اطراف سازه‌ها، باعث تحریک افراد می شود.

شبیه آنچه در حال حاضر برای جذب سرمایه ایرانی ها در بازار املاک برخی کشورها، شکل گرفته، برای اولین بار در فاصله سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۸ میلادی دریکی از کشورهای منطقه به اجرا درآمد و در آن زمان، حجم قابل توجهی از خانه‌های لوکس و مجتمع های آپارتمانی در حال احداث دوبی، به ایرانیان پیش فروش شد اما طولی نکشید خسارت ناشی از تاخیرهای مکرر شرکت های ساختمانی آمریکایی وانگلیسی سازنده این املاک در این جزیره امیرنشین، پیش خریداران خارجی خانه‌های دوبی را یکی پس از دیگری به سرمایه‌دار مالباخته تبدیل کرد و در نهایت به فرار باقی مانده سرمایه گذاران منجر شد.

امروز، این فقط دلالان ملک دوبی و سایر جزایر امارات نیستند که برای هدایت سرمایه خارجی به بازار مسکن کشورشان، انواع شیوه‌های نوین تبلیغات را بکار گرفته‌اند بلکه در ترکیه، مالزی و چندین کشور دیگر نیز مشابه چنین توری پهن شده است.

در چنین شرایطی، مخاطبان تبلیغات رنگین درباره املاک این کشورها، باید قبل از هر اقدام، به یک پرسش اساسی درباره این بازار پاسخ دهند؛ «چه سرنوشتی می تواند در انتظار خریداران ایرانی املاک خارجی باشد؟»

ساده‌ترین استدلالی که در برابر این سوال می شود ارایه کرد، یادآوری تجربه تلخ بحران سال ۲۰۰۸ میلادی است.

در سال ۲۰۰۸ با ترکیدن حباب قیمت مسکن در آمریکا، آن دسته از پروژه‌های ساختمانی در برخی کشورها همچون دوبی که سرمایه گذار اصلی یا شرکا، بزرگ در آنها، شرکت های آمریکایی بودند، زمین خوردند و توقف عملیات ساخت وساز در آنها، پیش خریداران را متضرر کرد.

تا دو بلکه سه سال بعد از این بحران، پس لرزه‌های ورشکستگی در بازار مسکن این کشورها مانع از آن شد که دلالان ملک مجدداً به دعوت از سرمایه گذار خارجی مشغول شوند.

اما هم اکنون با فاصله گرفتن از حادثه ۲۰۰۹-۲۰۰۸، بار دیگر موج تبلیغات در این حوزه بلند شده است.

بررسی ها از منابع رسمی اطلاعات اقتصادی درباره بازار مسکن کشورهای خارجی نشان می دهد: در شرایط کنونی ۷ علامت صریح و روشن در بازار املاک بیگانه وجود دارد که آپارتمان‌های ساخته شده در این کشورها را به مثابه یک «تله» برای سرمایه گذاران ایرانی نمایان می کند.

شناخت این علایم تصویر روشن و واقعی از عاقبت خرید ملک خارجی به ایرانیان ارایه می کند و در نهایت باعث تامل این گروه در بازار مسکن داخلی خواهد شد.

نشانه اول از ریسک بالای سرمایه گذاری در بازار مسکن کشورهای خاص –کشورهایی که این روزها بیشترین تبلیغ درباره املاک شان در شبکه‌های ماهواره‌ای پخش می شود– نرخ پایین رشد قیمت مسکن در این نقاط است.

طبق گزارش صندوق بین‌المللی پول، شاخص جهانی قیمت مسکن که از روی داده‌های قیمتی بیش از ۵۰ کشور دنیا محاسبه واستخراج شده است، در مدت ۱۳ سال تنها ۲۵ درصد افزایش پیدا کرده است. این شاخص از عدد ۱۰۰ در سال ۲۰۰۰ میلادی به عدد ۱۲۵ در سال ۲۰۱۳ رسیده است به این معنی که متوسط افزایش قیمت مسکن در کشورهای جهان سالانه حدود یک درصد است.

این در حالی است که طبق گزارش های رسمی مرکز آمار و بانک مرکزی ایران، میانگین رشد سالانه قیمت مسکن در کشورمان در بلند مدت یعنی در بازه زمانی دست کم ۲۰ ساله، رقمی معادل ۲۱/۲ درصد است.

بنابراین، شتاب رشد قیمت مسکن در ایران بطور متوسط ۸ برابر سایر کشورها است که این به معنای بازدهی بی نظیر سرمایه گذاری های ملکی در ایران در مقایسه با خیلی از کشورها است.

نشانه دوم، به نرخ رشد واقعی قیمت ملک در ایران برمی گردد. در ایران، متوسط نرخ رشد سالانه قیمت مسکن حدود ۳ واحد درصد بیشتر از تورم عمومی است. تورم عمومی در کشورمان براساس روند ۴۰ سال گذشته، بطور متوسط سالانه حدود ۱۹/۳ درصد بوده است. نرخ رشد ۲۱/۲ درصدی قیمت مسکن در مقایسه با این نرخ تورم، نشان می دهد ارزش واقعی ملک در ایران همواره رو به افزایش بوده و سطح آن به مراتب بیشتر از قیمت سایر دارایی ها، افزایش یافته است. مثبت بودن قیمت واقعی ملک در ایران باعث می شود سرمایه گذاران ملکی بتوانند با خرید خانه، خود را در برابر تورم و استهلاک نقدینگی، محفوظ نگه دارند.

در خیلی از کشورهای خارجی تورم های ۲ تا ۳ درصدی، باعث کاهش ارزش واقعی ملک و زیان سرمایه گذار می شود.

نشانه سوم، آب رفت سرمایه ایرانی ها در بازار املاک خارجی است. فردی که در یک کشور خارجی ملک خریداری می کند، سالی در حدود ۱/۸ درصد به ارزش اسمی آن افزوده می شود در حالیکه این فرد چون ساکن ایران است، باید بتواند به اصل سرمایه خود حداقل به اندازه تورم دو رقمی ایران، بیافزاید. این نابرابری بین تورم داخلی و رشد قیمت دارایی های خارجی، در بلندمدت باعث باخت سرمایه گذار ایرانی در بازار املاک خارجی می شود.

نشانه چهارم، سابقه ریزش ناگهانی قیمت مسکن در برخی کشورهای خارجی است. در آمریکا طی بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸ و به تبع آن در چند کشور اروپایی و آسیایی دیگر، بازار مسکن شاهد ریزش شدید قیمت در حدی شد که بسیاری از بانک های وام دهنده به خریداران مسکن به دلیل افت ارزش خانه‌ها در مقایسه با وام داده شده، ورشکسته شدند. اما در ایران تاکنون، چنین اتفاقی نیفتاده است.

نشانه پنجم، رابطه تورم و قیمت مسکن است. تحقیقات دانشگاهی با استفاده از داده‌های رسمی نشان می دهد در کشورهایی همچون آمریکا همبستگی معناداری بین تورم مسکن و تورم عمومی (تغییرات سایر قیمت ها) وجود ندارد. اما در ایران بین این دو شاخص، رابطه معنادار وجود دارد به این معنی که سطح تورم مسکن بیش از تورم عمومی است و این باعث سود سرمایه گذاری ملکی در ایران می شود.

نشانه ششم به میزان نرخ رشد قیمت املاک مسکونی لوکس در ایران و سایر کشورها برمی گردد.

متوسط قیمت خانه‌های لوکس در برخی کلان شهرهای ایران در زمان اوج رکود مسکن یعنی دوره‌ای که قیمت مسکن با شیب تند رو به کاهش است، حداقل ۵ تا ۸ درصد برآورد می شود. در سال ۹۳ که قیمت مسکن در تهران و سایر شهرها ریزش کرد، ارزش خانه‌های لوکس ۱۲ درصد افزایش یافت. اما در دنیا طبق گزارش جدید موسسه انگلیسی تحقیقات اقتصادی «نایت فرانک» که همه ساله ۲۰ شهر اول از بین ۱۰۰ شهر لوکس مورد علاقه ابرثروتمندان را معرفی می کند، در





سال ۲۰۱۴ میلادی متوسط قیمت جهانی خانه‌های لوکس فقط ۲ درصد افزایش یافت.

در نیویورک به عنوان اولین شهر لوکس نشین جهان در این رتبه‌بندی، طی سال گذشته میلادی تنها ۱۸/۸ درصد به قیمت خانه‌های لوکس اش اضافه شده است.

گزارش جدید این موسسه که ششمین علامت از سرنوشت تاریک سرمایه گذاری در بازار املاک خارجی است، حکایت از آن دارد که در سال ۲۰۱۴ میلادی رتبه لوکس نشینی دبی در بین سرمایه گذاران ثروتمند خارجی ۵۳ پله سقوط کرده و از رتبه هفتم در ۱۰۰ شهر اول لوکس نشین در سال ۲۰۱۳ به رتبه شصتم نزول کرده است.

هفتمین نشانه، به میزان رشد قیمت مسکن در زمان جهش برمی گردد.

گزارش های رسمی از شاخص جهانی مسکن نشان می دهد سطح قیمت مسکن در کشورها بعد از ۴ تا ۵ سال روند افزایش ملایم، در نقطه جهش، حدود ۳۵ درصد رشد نسبت به پایین ترین سطح قیمت که در اوج رکود بوده، اتفاق می افتد. شاخص جهانی قیمت مسکن در سال ۲۰۰۷ که اوج رشد بوده، به ۱۳۵ می رسد در حالیکه نقطه کف آن در سال ۲۰۰۰ میلادی روی عدد ۱۰۰ بود.

اما در ایران، قیمت مسکن در زمان جهش حداقل ۵۰ درصد نسبت به یکسال قبل از خود، افزایش می یابد. بنابراین در بازار مسکن ایران، در فاصله زمانی کم، بیشترین رشد قیمت مسکن نسبت به سایر کشورها اتفاق می افتد.

مجموعه این اطلاعات اثبات می کند، بهترین مقصد برای سرمایه گذاری ملکی ایرانی ها، کشور ایران است ضمن اینکه تمرکز خرید در داخل به رشد اقتصادی کشور و توسعه ایران می انجامد.



پنج عصر؛ همین نزدیکی

مثل همیشه، وقتی از شلوغی و سر و صدای شهر جدا شده و به خانه می رسید کمی در اتاقش دراز کشید. نمی خواست عصر پنجشنبه اش را با خواب عصرانه بگذراند. اما حوصله برگشتن به گرما و ترافیک خیابان را هم نداشت. مثل فیلمی با دورتند، چند برنامه ای که برای هفته آینده داشت از جلوی چشمش رد شد. در تخت غلت زد و مصمم از جایش برخاست.

– میتونی صدای تلویزیون رو کمتر کنی سپهر جان؟ میخام کتاب بخونم داداشی.

پسر نوجوان که روی مبل راحتی لم داده بود با سر جواب فروغ را داد. چاییِ را در فنجان لب طلاییِ مخصوص خودش ریخت و به سمت اتاقش برگشت.

جرعه ای چای نوشید و کتاب را باز کرد. در و دیوار اتاق او را بیشتر کسل میکرد. از روی صندلی بلند شد و از شیشه تراس به هیاهوی شهر در هرم گرمای عصر تیرماه نگاهی کرد. نمی توانست فکرش را متمرکز کند. ولی یک لحظه مثل یک کاشف کوچک جرقه ای در ذهنش زد.

کتابش را برداشت تا به گوشه دنج کافی شاپ پناه ببرد. جایی کوچک و جمع و جور کنار لابی. نزدیک یک ماه بود که به آپارتمان جدیدشان در این برج آمده بودند. دو سه بار خواسته بود تا سری به آنجا بزند اما هر بار حنا، دوست پر شر و شور دوران کودکیش که بعد از سالها اینجا با هم همسایه شده بودند، پیشنهاد دیگری رو کرده بود.

– قهوه ات رو خونه بخور. الان برو آماده شو بریم پایین استخر.

این جمله ای بود که آخرین بار دوستش برای منصرف کردن او از رفتن به کافی شاپ گفته بود و بعد هم دو سه ساعت جست و خیز و تن به آب خنک دادن در استخر.

اما فروغ این بار مصمم بود. پس اول میزی را انتخاب کرد و نشست، سفارشش را به کافی من گفت و بعد به حنا پیامک زد و گفت که در کافه منتظرش نشسته است.

تازه داشت تلخی مطبوع قهوه اش را داغ داغ مزه میکرد که سر و صدای ورود پر هیجان حنا توجه فروغ و نگاه دو سه نفر از همسایه هایی که آن ساعت را در کافی شاپ می گذرانند به خود جلب کرد.

– به به فروغ جونم! مشتری پر و پا قرص کافه های کلاسیک! اینجا دیگه کافه خودتونه ها... تعارف نکنی.

حنا کنارش نشست. حالا آرام تر از قبل فروغ پچ پچ میکرد و خنده های ریز و آهسته حنا.. مثل همان قدیم. انگار باز همان دو دختر نوجوان ده سال قبل بودند که به هیچ چیز فکر نمیکردند جز شیطنت های کودکانه.

– سلام. خوش اومدین سرکار خانوم. در خدمتم.

صدای کافی من آنها را به خود آورد و حنا هم آبمیوه مورد علاقه اش را سفارش داد. فروغ کتابش را بست. انگار یادش افتاده باشد که خبر خیلی مهمی برای حنا دارد تکانی خورد. دست حنا را گرفت و فشرد.

– راستی حنایی. یه خبر توپ.

– چی؟

– بابا میخواد با مدیر برج هماهنگ کنه نمایشگاه عکسایی که عید پارسال تو افریقای جنوبی گرفتم رو همین جا برگزار کنم. بعد مثل اینکه بخواهد ادای یک مجری تلویزیونی را تقلید کند صدایش را در گلو انداخت و با خنده ای زیر لب گفت:

– فروغ در ژوهانسبورگ. اولین نمایش خصوصی عکس های برترین عکاس طبیعت. در گالری برج باران...

چشم های حنا برق زد.

– چی میگی؟ همین جا؟ مگه میشه؟

– آره دیگه گالری داریم واسه خودمون. هفته آینده کارهاشو ردیف میکنم.

– عالیه دوستم و ... دستهای فروغ را فشرد.

– این هفته مثل اینکه قراره یه نمایشگاه کوچولو واسه معرفی طرح های یه طراح جواهر نامبر وان اینجا برگزار بشه. حتما به دوستات بگو بیان. معرکه اس. میشناسمش. دختر خاله ام پارسال از نمایشگاهش تو دوبی یه حلقه خیلی خوشگل خرید. بعدش هم که نمایشگاه منه. برای اولین بار تو خونه خودمون.

– مبارکه عزیزم. خیلی خبر خوبی بود.

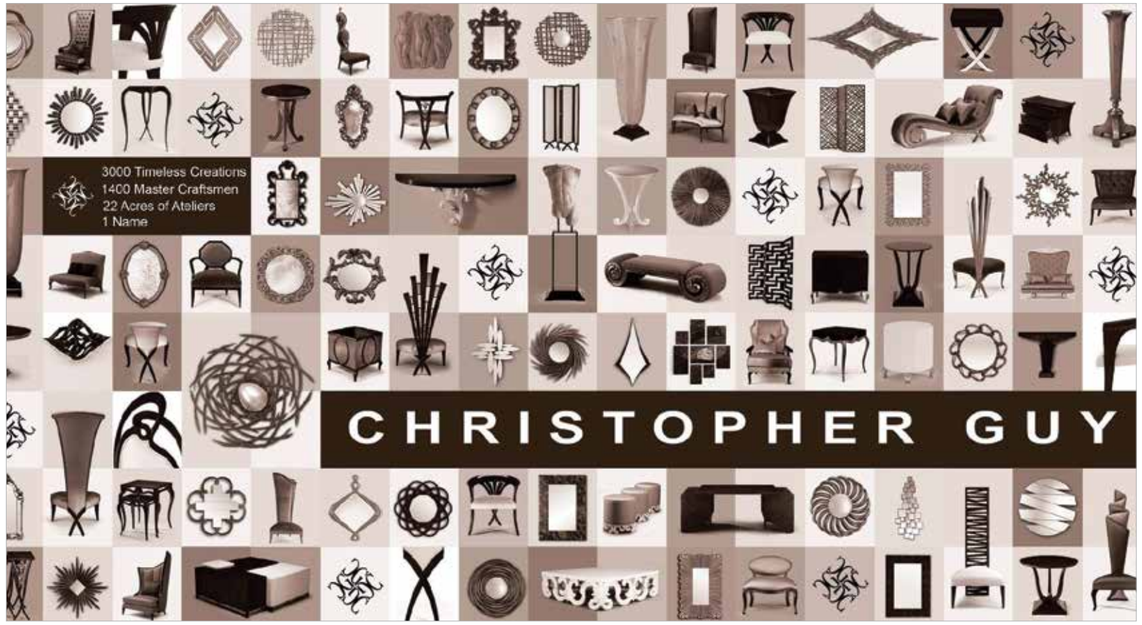
حنا این را گفت و شروع کرد به خوردن آبمیوه خنکش.

عصر پنجشنبه ادامه داشت.









افسانه صندلی‌های کریستوفرگای

کریستوفر گای فقط یک نام تجاری نیست. محصولی است از سفرهای دراز و داستان های بیشمار. نشانی از گوشه و کنار دنیای هنر که در طرح ها و طراحی هایش خود را نشان داده است. وقتی کریستوفر گای هاریسون بعد از سفرهای بسیار به این نتیجه رسید که باید استعدادش را در ساخت و طراحی وسایل خانه بیازماید گوشه ای دنج از جزیره جاوای اندونزی را انتخاب کرد. کشوری سرسبز و مناسب برای شروع افسانه ای برای صندلی.

برند وسایل خانه کریستوفر گای که به نام خود طراح و موسسش نامگذاری شده فقط ارائه دهنده یک محصول یا برند نیست. نشان دهنده یک سبک زندگی با طعم و مزه ای غنی و گالری وار و مشهور است. خانه ای که از یک طرف شبیه یک موزه یا گالری است و از طرف دیگر حال و هوای راحت و آرام و در عین حال لوکس و لذت بخش را تداعی می کند. سبک هایی که از هنر مدرن و معاصر استفاده می کند و نگاهی به هنر اقوام مختلف نیز دارد. طرح های مبلمان این برند منعکس کننده خلق وخوی با ارزش کلاسیک است. طرح هایی که انتخابش شما را وارد کلوب هواداران کریستوفر گای می کند.

امضای منحصر به فرد

کریستوفر گای برای خود امضای جالبی هم طراحی کرده است. امضایی که باعث شده این برند را هر جا که باشد بتواند به راحتی شناخت. با الهام از حرف ایکس در ابتدای نامش کریستوفر Chris-X طراحی پایه های صندلی هایش را نیز به ایکس تغییر داد تا این طرح شاخصه کارهای برند کریستوفر گای باشد. خودش معتقد است طراحی یک صندلی که ساده و پیچیده و در عین حال انعطاف پذیر باشد را بخواهم نشان دهم ایکس بهترین حالت بود.

این طرح در تمام ایالات متحده و اروپا به نام گای به ثبت رسیده و شکلی الهام گرفته از پاهای بالرین ها هم عنوان شده است.

سالهای پیش رو

سال ۲۰۰۷ و ۲۰۱۱ برند کریستوفر گای و طراحی هایش به عنوان طراحی برند برتر در مرکز بازار جهانی لاس و گاس انتخاب و آیکون ایکس جایزه طراحی برجسته مدرن را از آن خود کرد. افسانه طراحی و پلت فرمی که با الهام بخشیدن به دیگران نشان داد که می توان هم کلاسیک بود و هم ایده های مدرن را در دنیای طراحی پیاده کرد. کریستوفر گای تا سال ۲۰۱۴ توانسته این عناوین را برای خود نگاه دارد. علاوه بر این شرکت در فیلم های متنوع به عنوان برند اکسسوری صحنه و حامی و طراح صحنه مناسبت های خاص و مهم از جمله اسکار از برنامه هایی است که برند جوان و جویای نام کریستوفر گای در آنها مشارکت داشته است.

در مجموعه های ۲۰۱۵ مبلمان و وسایل هنری از جمله مجسمه ها و آینه و وسایل تزئینی این برند نیز مانند سال های گذشته علاوه بر استفاده از طرح های جدید و مدرن از طرح های آفریقایی و مجسمه های حیوانات استفاده کرده است. نقاشی های کلاسیک در قاب های مدرن و چند تکه مانند همیشه هواداران خودش را دارد و آینه ها نیز قاب هایی زیبا و با خطوط مدرن به خود گرفته اند. استفاده از موتیف های سنتی و تزئینی نیز بر زیبایی کار افزوده است. طرح های امسال مانند گذشته بر تلفیق گذاشته شده و می توان حضور طراحی های کریستوفر گای را در صندلی های مدل ۲۰۱۵ و میزهایش دید. مانند همیشه نیز استفاده از مواد و مصالح مرغوب با پارچه های زیبا و ساده و در طرح های شکیل، زینت هر مکانی است که شما بخواهید.


کریستوفر گای در شوروم باران


گالری کریستوفر گای





رستوران در هتل برج های باران؛ تجربه ای متفاوت در خانه

سرآشپز پنج ستاره

در طراحی منوی یک هتل پنج ستاره ناگزیر به جلب نظر مسافرانی هستیم که در هتل اقامت دارند و این عدد گاه به پنجاه هزار نفر در هر سال می رسد. به همین دلیل، متداول است که منوی غذای رستوران چنین هتلی شامل نوشیدنی ها، پیش غذا، غذای اصلی و دسرها چندین صفحه را در بر بگیرد. چراکه باید با ذائقه جمعیت بالایی از قومیتها و ملیتهای مختلف، نزدیکی و همخوانی داشته باشد. اما در هتل برجهای مسکونی ماجرا شکلی دیگر دارد. مشتریان خدمات، بسیار محدودتر اما همیشگی هستند و همین مسئله کار را بطور کلی متفاوت می کند.

در هتلها ما با مهمانهایی سروکار داریم که می آیند، مدت کوتاهی از خدمات استفاده می کنند و می روند. اما در هتل برج های مسکونی باران، ما بطور مشخص با کسانی مواجه هستیم که ساکنین همیشگی این مجتمع هستند و ارائه خدمات به این گروه مشخص به ویژه در حوزه خدمات رستورانی مانند راه رفتن بر لبه تیغ است. از سویی ثابت بودن مشتریان به جهت آشنا شدن پرسنل با ذائقه غذایی آنها کار را در ارائه خدمات آسان تر می کند و از سوی دیگر، این آشنا بودن موجب افزایش سطح توقع ساکنین شده و پرسنل را وادار می کند تا همواره سطح بالایی از کیفیت را به مالکان ارائه کند. کیفیت بالا، قیمت پایین و ارائه مناسب؛ و همه اینها به دلیلی ساده اینگونه ارائه می شود : در رستورانهایی با شرایط مشابه صاحبان آن هتل یا رستوران مجبورند برای تامین هزینه های خود، هزینه های پرداختی ماهیانه خود را روی غذا ارائه شده محاسبه نمایند. اما در رستوران و کافی شاپ های باران، به دلیل اینکه اجاره ای برای مکان پرداخت نمی شود، حقوق پرسنل و هزینه های جاری از محل دیگری تامین می شود و همچنین سودی در نظر گرفته نشده تنها هزینه، همان خرید مواد اولیه است به همین دلیل مالکان باران یک در عین استفاده از غذایی با کیفیت بسیار بالا هزینه ای گاه معادل یک سوم صرف چنین غذایی در رستوران سطح بالا پرداخت می کنند.

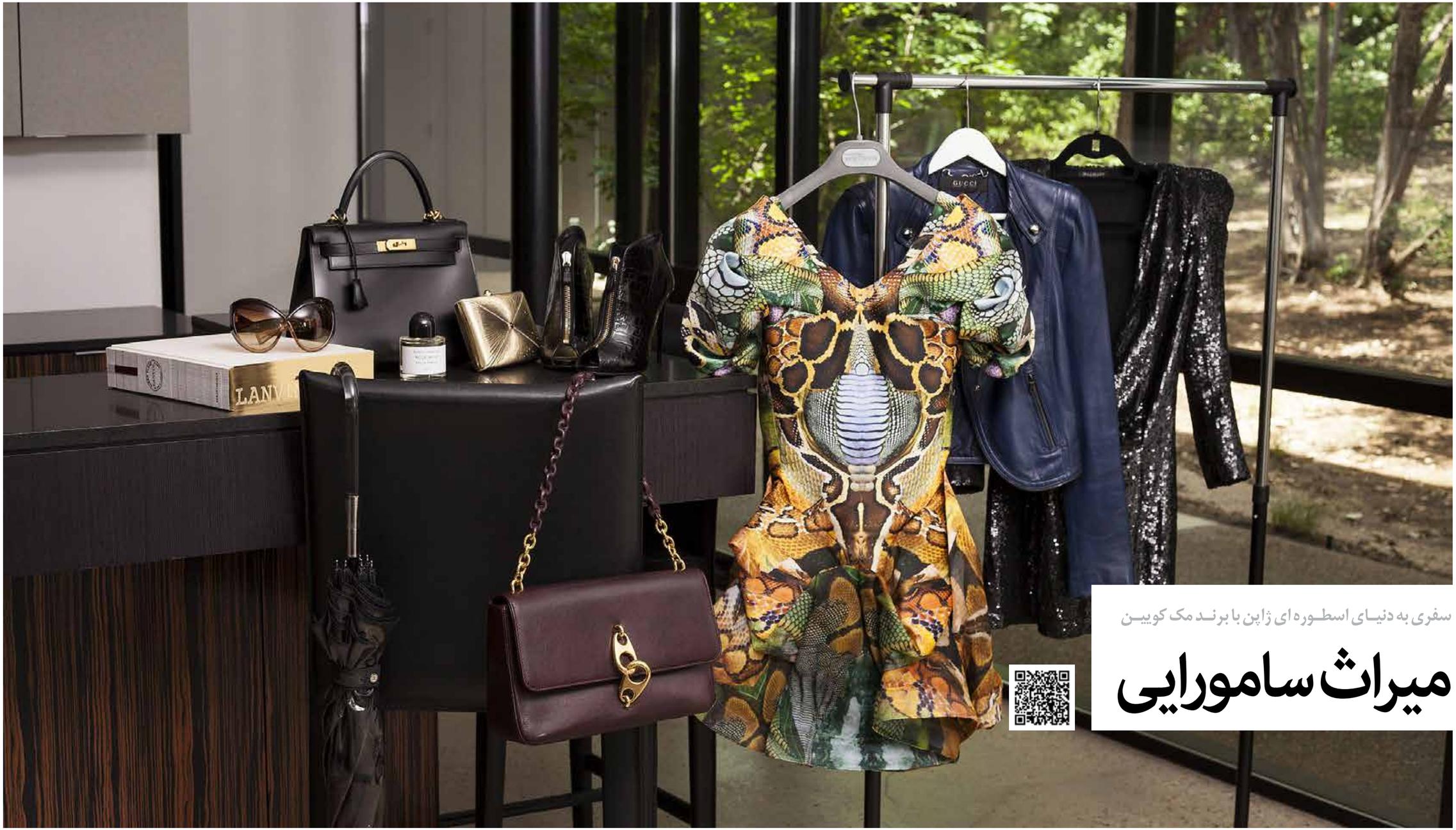
منویی ویژه به سبک باران

در رستوران و کافی شاپ هتل برج های مسکونی باران، منوی غذایی حرف اول را می زند. وقتی صحبت از منو به میان می آید باید بدانیم که چه ویژگیهایی دارد. در طراحی منو نیاز به چند عامل خیلی مشخص داریم. نخست سایز منو، یعنی اینکه غذای ارائه شده از چه حجمی برخوردار است. دوم طراحی منو، یعنی اینکه غذا به چه شکلی در مقابل مشتری قرار می گیرد. سرآشپزها معتقدند پیش از آنکه زبان مشتری مزه غذا را بچشد چشمهای او خوب یا بد بودن آنرا درک کرده اند و این خود نشان می دهد که طراحی از چه اهمیت بالایی برخوردار است. مرحله بعد چگونه معرفی کردن غذاست. اینکه از چه موادی درست شده و ارزش غذایی آن چقدر است. اما از همه اینها مهمتر نحوه ارائه غذاست. اینکه چگونه غذا را جلوی مهمان می گذاریم. همانطور که ملاحظه کردید طراحی منو کار حساس و پیچیده ای است اما داستان در هتل برج های مسکونی باران، کمی از این پیچیده تر است.

رستوران و کافی شاپ های باران، منویی با بیش از ۳۰ نوع غذا دارند. افزون بر آن برای مناسبتهای خاص مانند اعیاد یا سوگواریها غذاهای خاص طبخ می گردد. همچنین ست منوهایی برای مراسم خاص مثل جشنهای تولد، نامزدیها، مهمانیهای خانوادگی یا عزاداریها در نظر گرفته می شود. در بحث ارائه مناسب در باران، پیشنهاد سرآشپز جایگاه خاصی دارد. به جهت آشنایی سرآشپز با ساکنین گاه پیش می آید وی غذایی خاص را برای فرد خاص پیشنهاد می کند و این از ویژگیهای ثابت بودن مشتریان است.

همانطور که اشاره شد در مواجه با مشتریانی که ثابت هستند و بطور مداوم کارپرسنل خدماتی زیر نظر دارند، ارائه خدمات با کیفیت بالا و حفظ مستمر این کیفیت امری اجتناب ناپذیر بوده و این در جایی مثل رستوران و کافی شاپ که بطور مستقیم با سلامت ساکنین در ارتباط است، امری ضروری و اجتناب ناپذیر می رسد. کاری سخت که گروه باران، به مانند سایر تعهدات خویش به انجام آن پایبند است.





سفری به دنیـای اسطـوره ای ژاپن با برنـد مک کوییـن

میراث سامورایی



گل های بزرگ و اثیری ارکیده سفید و صورتی بر تابلوهایی با زمینه سیاه و بلوطی و سفید برتن مدل هایی ایستاده به سان جنگاوران قدیمی. این ها گوشه ای از توصیفات منتقدان مد و دوستداران مجموعه های برند الکساندر مک کویین است. مخصوصا وقتی مجموعه ای از طراحی هایی که سارا برتون برای مک کویین انجام داده و ظرافت و زیبایی گل را در کنار مواد سنگین و برنزی گونه آورده است. سارا برتون خودش در رابطه با این مجموعه معتقد است تحت تاثیر اقامت چند ماهه اش در ژاپن و سفر به گوشه و کنار این فرهنگ دیرپا و اسطوره ای بوده است. قابی ژاپنی برای ایده های منحصر به فردش در طراحی مجموعه ای که اصالت سامورایی را در کنار ظرافت گیشا قرار داده است.

لی الکساندر مک کویین مردی بود که نامش فقط بخاطر گرفتن لقب "سر" از دست ملکه الیزابت در سال ۲۰۰۳ معروف نشد بلکه بیشتر به خاطر طراحی های خلاقانه و جسورانه اش در عرصه مد و شوهای لباس منحصر به فرد و غیر قابل پیش بینی اش معروف شده بود. مردی با ساختارشکنی های مخصوص به خودش که باعث شده بود به او لقب "پسر خبیث مد" رابدهند. این همه به خاطر استعداد درخشان و سرشار او حکایت داشت که وی را تا زمان مرگش که ۴۰ ساله بود به یک ستاره بی بدیل و پیش رو در این صنعت تبدیل کرده بود. لی در صبح پنجشنبه فوریه ۲۰۱۰ خود را حلق آویز کرد.

الکساندر شولمن، ادیتور مجله مد «ووگ» بریتانیا بعد از مرگ لی به خبرنگاران گفت: «مک کوئین یکی از مستعد ترین و تاثیر گذارترین طراحان مد جهان به شمار می رفت که بسیاری از مدسازان موفق امروز از رهروان راه او به شمار می روند.»

مجموعه بهار و تابستان ۲۰۱۵ برند مک کویین با الهام از سفرها و گشت و گذار سارا برتون در کشور ژاپن طراحی شده. با الهام از قدرت سامورایی و شیفتگی گیشا که تجسمی از زیبایی اصیل و اسطوره ای است

مک کویین بعد از مک کویین

روزهای زیبا و پر افتخار برای مجموعه مک کویین از همان روزهای آغاز به کار برند در اوایل سال ۹۶ آغاز شده بود. هنوز ۱۰ سال از شروع و آغاز به کار این برند نگذشته بود که به نامی صاحب سبک و قوی در صنعت مد تبدیل شد. گرفتن جایزه بهترین طراح بریتانیا سال ۹۶، جایزه بین المللی طراحان سال و جایزه شورای طراحان آمریکا سال ۲۰۰۳ و در نهایت بهترین طراحی پوشش سال ۲۰۰۷ برای لی الکساندر باعث شده بود هر طراح تازه کاری بخواهد با این غول دنیای مد کار کند.

سارا جین برتون دانشجوی خجالتی کالج مد لندن بعد از فارغ التحصیلی اش از سال ۲۰۰۰ با طراح ارشد برند مک کویین همکاری خود را آغاز کرد. سال ۲۰۱۰ بعد از خودکشی لی بهترین گزینه برای جانشینی طراح ارشد بود. افتخارات و جوایزی که در این دوره گرفت نشان از همین حسن انتخاب دارد. آوریل ۲۰۱۱ بود که تمام صبرها و زحماتش نتیجه داد و شاهزاده بریتانیا برای لباس عروس خود به سارا مراجعه کرد.

لباسی برای عروسی

کیت میدلتون دختری بود که شاهزاده سوار بر اسب سفید به در خانه اش آمد. شاهزاده ای که هر دختری رویای ازدواج با او را در سر داشت. اما برای سارا برتون رویا کمی فرق می کرد. تنها رویایش طراحی لباسی برای پرنسس بود و سرانجام وقتی نام عروس بریتانیا را میان درخواست هایش برای طراحی لباس دید فهمید که رویایش به حقیقت پیوسته است.

پرنسس کیت طراحی لباس عروس خود را به سارا برتون سپرد و یکی از تاریخ ساز ترین و زیباترین لباس های عروس را برای خانواده سلطنتی بریتانیا طراحی کرد. بعد از این کار نام سارا و برند مک کویین بیش از پیش بر سر زبان ها افتاد. مخصوصا که کیت میدلتون از آن پس یکی از طرفداران پروپا قرص طراحی های برند مک کویین شده است.

بعد از جشن

برتون با نام برند مک کویین بعد از طراحی لباس برای خانواده سلطنتی و گرفتن جایزه بین المللی طراحی بریتانیا در ۲۰۱۱ پس از ۱۱ سال اولین شوی لباس خود را با نام مک کویین و برای پاییز و زمستان ۲۰۱۲ طراحی و بر روی صحنه برد. نامش در بین ۱۰۰ چهره برتر تاثیر گذار بر صنعت مد روی جلد مجله تایمز آمد و جایزه سلطنتی مد در سال ۲۰۱۳ را از آن خود کرد.

این روزها شوی بهار و تابستان ۲۰۱۵ برند مک کویین با الهام از سفرها و گشت و گذار سارا برتون در کشور ژاپن طراحی و ارائه شده است. طراحی با الهام از قدرت سامورایی و شیفتگی گیشا که تجسمی از زیبایی اصیل و اسطوره ای است. شعار "لباس خود را داشته باش وقتی هر لباس منظوری دارد" ایده ای بود که در این مجموعه لباس پیگیری شد. ایده لباس از روح سامورایی و صورتک های برنزی در کنار گل های ارکیده این تضاد را به بهترین شکل نشان می دهد. مدل هایی در محاصره چهره های برنزی و فریم های سیاه و سفید که با آرایش های مبتکرانه پت مگ گراف هماهنگ شده است. چهره ای از بانوی جنگجوی نهایی و تصویریی از مهار کیمونو با انرژی ابریشم. تجسمی از زیبایی وحشی به سبک الکساندر مک کویین.







مجموعه فرش شجاعی | مبلمان کلاسیک

Shojae Carpet | Classic Furniture

مبلمان کلاسیک: اول جاده شاندیز تلفن: ۲۶۷۲۶۷۹-۳۷۶۷۳۱۳۱
فرش شجاعی شعبه ۱: کوی دکتر انبش پاستور- تلفن: ۳۸۴۱۷۸۲۲
شعبه ۲: لابی هتل همای خیام - تلفن: ۳۷۶۱۱۰۰۱



وعده معاون وزیر برای اجرایی شدن گارانتی ساختمان

موهبت ناگزیر

وزارت راه‌وشهرسازي تصميم گرفته، اجراي مقرراتي كه از حدود يك دهه پيش در كشورهاي پيشرفته بكار گرفته شد و سال گذشته در ايران نيز استفاده از آن اجباري اعلام شد را سرانجام آغاز كند. قانوني كه مي تواند تحولي بزرگ در عرصه ساخت و سازهاي مسكوني وبازار مسكن در كشور به دنبال داشته باشد.

مسکن گرانترین کالای مصرفی در دنیا محسوب می شود که عمده خانوارها فقط یکبار در طول عمر زند گی شان موفق به خرید آن می شوند. با این حال، در ایران برای فروش آپارتمان‌های مسکونی، از بابت تضمین کیفیت آنچه سازنده به خریدار واگذار می کند، هیچ نظارت و کنترل واقعی صورت نمی گیرد. هر چند برخی سازمان‌ها و نهادهای ناظر بر امر ساخت‌وساز، حجم زیادی کاغذ و برگه‌های موسوم به مجوز ساخت را از زمان شروع تا انتهای پروژه‌های ساختمانی، برای مالک و سازنده صادر می کنند اما هیچ یک از آنها هنگام بروز نقص، حادثه فنی و ایراد و اشکال در پروسه سکونت خریدار، نمی تواند مجموعه عوامل سازنده آن ساختمان را تحت پیگرد حقوقی قرار دهد و با وضع موجود در ساخت و سازهای ایران، عملاً امکان شناسایی مقصران کم‌فروشی در ساختمان‌های مسکونی و پیگیری برای اخذ خسارت از کوتاهی هایی که هر یک از عوامل مرتکب شده‌اند، وجود ندارد.

در دنیا، خانه‌ها به همراه گارانتی و ضمانت سازنده، به افراد فروخته می شود اما در ایران به جز، معدود شرکت های ساختمانی صاحب‌نام، مابقی بسازوبفروش‌ها، ساختمان‌های در حال ساخت را حتی در مرحله پیش از صدور سند محضری مالکیت، بدون اسناد و مدارک قابل اتکا، پیش فروش می کنند.

در اوایل دهه ۸۰، وزارت مسکن به موجب تفاهم‌نامه‌ای با سازمان نظام مهندسی، طرح صدور شناسنامه فنی ساختمان را آماده اجرا کرد که اگر اجرا می شد، مهندسان ناظر ساختمان با تکمیل این شناسنامه و ارایه یک نسخه آن به هر خریدار ساختمان، عملاً مسولیت کیفیت سازه و جبران اشکالات احتمالی را به گردن می گرفتند. اما این طرح فعلاً معلق شده و اجرای آن از طرف دستگاه‌های مسول بخاطر آنچه اشکال در طرح عنوان می شود، سال‌هاست متوقف شده است.

اما مسولان وزارت راه‌وشهرسازی در دولت یازدهم از آنجا که «صورت مسئله» در بحث کم‌فروشی ساختمان‌های مسکونی را به خوبی مطلع شده‌اند، برای حل آن، راهکار به نسبت قابل قبولی طراحی کرده‌اند.

معاونت مسکن و ساختمان وزارت راه‌وشهرسازی در نظر دارد مبحث ۲۲ مقررات ملی ساختمان که بهار سال ۹۲ ابلاغ شد اما اجرانشد را با انجام اصلاحاتی در محتوای آن، اجباری کند.

حامد مظاهریان معاون مسکن و ساختمان وزارت راه‌وشهرسازی درباره جزئیات این مبحث به خبرنگار ما گفت: در حال حاضر عمده ساختمان‌های مسکونی بعد از آنکه توسط سازنده، تکمیل و به خریداران واگذار می شود، نظارت‌های بعدی عوامل مهندسی که ضرورت یک ساختمان به حساب می‌آید، بر روی این سازه‌ها انجام نمی گیرد. این موضوع باعث شده عمر مفید یک ساختمان به مراتب کمتر از عمر طبیعی و قابل انتظار آن شود و بخاطر عدم کنترل و نگهداری های حرفه‌ای توسط مهندسان، استهلاک زودرس به سراغ ساختمان‌ها بیاید.

معاون مسکن افزود: برای جلوگیری از این وضعیت، بنا داریم مبحث ۲۲ مقررات ملی ساختمان را در بازار ساخت و ساز بکار بگیریم. مطابق این مبحث، مجموعه‌ای از شرکت های حقیقی یا حقوقی «مراقبت و نگهداری از ساختمان» وارد بازار می شوند و با قبول مسولیت‌های مربوط به بازرسی های دوره‌ای از ساختمان‌های در حال مصرف، نبض کارکرد بخش های مختلف سازه شامل سیستم‌های گرمایشی و سرمایشی، سیستم‌های بهداشتی، فنی و برق و ... را در ساختمان به دست می گیرند.

مظاهریان تاکید کرد: در حوزه نگهداری و مراقبت از ساختمان به دنبال تعیین صلاحیت جدید برای این کار تخصصی هستیم تا مسولیت نگهداری مجتمع‌ها به افراد حقیقی و حقوقی متخصص سپرده شود. وی استهلاک زودرس ساختمان‌های مسکونی که ناشی از نگهداری نادرست ساختمان است علاوه بر عوارض ۸ گانه، به اقتصاد ملی و

اقتصاد خانوار نیز آسیب می زند. مظاهریان هدف از اصلاح مقررات ملی ساختمان را ترویج فرهنگ نگهداری اصولی ساختمان‌های مسکونی و تبدیل آن به یک مطالبه عمومی عنوان کرد.

در بخش مراقبت و نگهداری این موضوع باید مدنظر باشد که شامل بازرسی و کنترل توسط بهره‌بردار و متولیان نگهداری، تعمیرات، تغییرات، مدیریت مصالح نگهداری و بهره‌برداری است.

مبحث ۲۲ بر راه‌اندازی شرکت های «مراقبت و نگهداری از ساختمان» و بازدیدهای دوره‌ای بازرسان این شرکت ها از ساختمان‌های مسکونی و حتی غیرمسکونی پایه‌ریزی شده است. واگذاری مسوولیت نگهداری ساختمان از «مدیر مجتمع» که صرفا یکی از ساکنان آپارتمان و ناآشنا به مباحث فنی ساختمان است به «شرکت مراقبت و نگهداری» باعث خواهد شد مباحث تکمیلی دیگری همچون بیمه ساخت و فروش آپارتمان به‌عنوان قوانین آرشیوشده نیز احیا شده و در نتیجه، تکالیف سازنده‌ها نسبت به قبل، جدی‌تر و مسوولیت‌پذیرتر شود.

در حال حاضر خلاء ابزارهایی که بتواند سازنده‌ها را به ارایه خدمات پس از فروش و ضمانت آنچه می سازند، اجبار کند باعث شده سازنده‌های غیرحرفه‌ای از سایر مشاغل پول‌ساز، وارد بازار ساخت و ساز شوند. دیوارهای نازک بین آپارتمان‌های مجاور و ناامنی صوتی ناشی از آن، نشت آب از سرویس های بهداشتی، خرابی متعدد تجهیزات مصرفی و تکیده شدن ناگهانی نمای ساختمان، از جمله عوارض پیری زودرس آپارتمان‌های مسکونی به حساب می آید که سرمنشأ آن به «سلب مسوولیت سازنده، از لحظه فروش واحد، نسبت به آنچه ساخته است» مربوط می شود.

در این میان، محتوای مبحث ۲۲ مقررات ملی می گوید: یکسری ضوابط و مقررات حداقلی باید از سوی مالک، سازنده و بهره‌بردار ساختمان به اجرا دربیاید تا شرایط ایمنی، قابلیت بهره‌برداری مناسب، آسایش و بهداشت ساکنان و در نهایت بهره‌دهی مناسب و پایایی ساختمان، محقق شود. در قالب این ضوابط، شرکت های مراقبت و نگهداری از ساختمان باید تشکیل شود تا با انجام بازدیدهای ادواری مورد نیاز از بخش های معماری سازه، تاسیسات برقی و تاسیسات مکانیکی، شرایط قید شده در مبحث ۲۲ برای ساکنان فراهم شود. این شرکت ها اختیار دارند اتمام زمان مفید عمر ساختمان را به مالک اعلام کنند و حتی در صورت تشخیص، ساختمان‌های ناامن را نیز می توانند شناسایی و معرفی کنند.

واگذاری مسوولیت نگهداری ساختمان از «مدیر مجتمع» به «شرکت مراقبت و نگهداری» باعث خواهد شد مباحث تکمیلی دیگری همچون بیمه ساخت احیا شده و در نتیجه، تکالیف سازنده‌ها نسبت به قبل، جدی تر شود

برج‌هایی که به پیشواز «۲۲» رفتند

بررسی‌ها و تحقیقات صورت گرفته توسط نویسنده این گزارش نشان می دهد: در حال حاضر طبق اظهارنظر مسولان بخش مسکن و مشاهدات میدانی در یک جامعه کوچک آماری، کمتر از ۱۰ درصد ساختمان‌های جدید، دارای گارانتی واقعی و قابل اجرا هستند که تازه، بخشی از این سهم اندک، در شهرهایی غیر از تهران است.

در مشهد، برج های مسکونی باران از جمله معدود ساختمان‌هایی است که سازنده آنها به پیشواز اجرای مبحث ۲۲ مقررات ملی ساختمان رفته و فراتر از محتوای این مبحث، به خریداران آپارتمان‌ها و ساکنان برج سرویس ارایه می کند. در برج های باران، گارانتی سه ساله فروش و خدمات ۱۰ ساله پس از فروش به مالکان و ساکنان برج ارایه می شود که چنین خدمات تجمیعی‌ای در شهر تهران به عنوان پایتخت، هم نادر و هم کم‌سابقه است.

خدمات پس از فروش در برج های باران شامل خدمات فنی مهندسی و هتلینگ است. این برج ها که به هتل برج موسوم هستند، به ساکنان خود امکاناتی فراتر از یک آپارتمان معمولی ارایه می دهند بطوریکه اقامت شبانه‌روزی تکنسین های تحت کنترل و نظارت شرکت سازنده برج های باران در برج ها باعث شده به محض هر نوع نیاز ساکنان به خدمات فنی ساختمان و حتی خدمات مربوط به وسایل خانه، کارکنان خدمات پس از فروش به درب آپارتمان‌ها اعزام شده و مشکلات را رفع کنند.

برج های باران در قالب خدمات هتلینگ، مجموعه‌ای از کافی شاپ‌ها، رستوران‌ها را در فضای لابی و مشاعات برج در اختیار ساکنان گذاشته و بصورت عمومی و خصوصی در این مجموعه‌ها سرویس ارایه می کند. همچنین مجموعه‌های آبی، ورزشی، مهدکود ک و کارواش نیز خدمات رفاهی و سکونتی مکمل در برج های باران است که نیاز ساکنان به مراجعه به بیرون برج برای گذران اوقات فراغت را تقریباً مرتفع و از بین می برد.

در برج های باران، سازه برج بر اساس استانداردهای بتن آمریکا ساخته شده و بیش از ۸ ریشتر در مقابل زلزله مقاوم است. همچنین کلیه تاسیسات فنی و بخش های مختلف برج ها از گارانتی کامل برخوردار است.

آنچه باعث ارایه این گارانتی شده، دقت و وسواس بیش از اندازه سازنده‌های برج در انتخاب پیمانکاران زبده و همچنین مصالح ساختمانی درجه یک است. این در حالی است که در بازار مصالح ساختمانی، اغلب فروشنده‌ها، از بابت کیفیت مصالح به سازنده‌ها، ضمانت نمی دهند و این زنجیره بی‌اطمینانی به کیفیت تا آخرین حلقه که فروش واحد به خریدار است نیز ادامه پیدا می کند. اما در برج های باران، مدل ساخت و ساز کاملاً متفاوت است.

برج‌های مسکونی باران از جمله معدود ساختمان‌هایی است که سازنده آنها به پیشواز اجرای مبحث ۲۲ مقررات ملی ساختمان رفته است

گروه باران معتقد است اگر بنای یک ساختمان مسکونی از لحظه طراحی سازه و تدوین نقشه‌های فنی و معماری آن، درست پایه گذاری شود و حلقه‌های بعدی ساخت و همچنین تعمیر و نگهداری براساس یک منطق حرفه‌ای، سوار شود، ارایه گارانتی و ضمانت خدمات پس از فروش، امکانپذیر خواهد بود.

گارانتی های برج های باران صوری نیستند و در بدو سکونت مالکان، براساس یک منشور سکونت، شروع سرویس های دوره‌ای نگهداری آغاز می شود.





بررسی «سود و زیان» ۵ بازار اقتصاد ایران در سال ۱۳۹۴

بهترین مقصد سرمایه‌گذاری

با گذشت چند هفته از شروع کار و فعالیت در سال جدید، عمده متقاضیان سرمایه‌گذاري و دارندگان نقدینگي، هنوز موفق به انتخاب بازار مناسب براي ورود به آن نشده‌اند و دچار شك و تردید گیج‌کننده نسبت به سرنوشت اقتصادي بازارهاي مختلف هستند. آنچه تصمیم‌گیري براي سرمایه‌گذاران را سخت کرده به دو اتفاقي مربوط مي‌شود که طي تعطیلات نوروز امسال به ترتیب در حوزه‌هاي «اقتصاد کلان» و «دیپلماسي» ایران رخ داد.

این دو رخداد اگر چه مثبت است اما چون تاکنون چشم‌انداز چندان روشنی درباره نحوه اثرگذاری آنها بر پارامترهای اقتصادی ۵ بازار ارز، سکه، بورس، بانک و ملک، به فعالان اقتصادی ارایه نشده است و به تبع، متقاضیان سرمایه گذاری قادر به اقدام نیستند.

اتفاق اول که در هفته اول فروردین ۹۴ رخ داد، اعلام نرخ تورم میانگین سال ۹۳ بود. طبق گزارش بانک مرکزی متوسط شاخص بهای انواع کالا و خدمات در ۱۲ ماه سال ۹۳ رقمی معادل ۱۵/۶ درصد نسبت به ۱۲ ماه سال ۹۲ افزایش پیدا کرد به این معنی که نرخ تورم یکسال ۹۳ با سقوط شدید، به کمتر از نصف نرخ تورم یکسال ۹۲ رسید. دو سال پیش، تورم عمومی در اقتصاد ایران با صعود شدید و بروز گرانی‌های روزانه و ساعتی در برخی بازارها همچون ارز و سکه، به سطح ۳۴ درصد رسیده بود اما اکنون اگر چه همچنان قیمت کالاها و خدمات مصرفی در ایران رو به افزایش است اما مقدار رشد قیمت در مقایسه با دو سال پیش، به مراتب کمتر و بازه آن محدودتر شده است.

اتفاق مثبت دوم در نوروز امسال، در عرصه سیاست بین‌الملل حاصل شد. شامگاه سیزدهم فروردین، با صدور بیانیه مشترک از سوی گروه ۵+۱ درباره موضوع هسته‌ای ایران در نشست لوزان سویس، گام امیدوارکننده برای توافق نهایی در مذاکرات هسته‌ای برداشته شد طوریکه در این بیانیه، طرفین مذاکرات سرانجام بر سر لغو تحریم‌های اقتصادی صادره از سوی شورای امنیت، آمریکا و اتحادیه اروپا، به تفاهم اولیه رسیدند.

امسال عزم دولت برای «تداوم روند کاهش تورم» و افزایش احتمال «گشایش مناسبات تجاری و سیاسی ایران با کشورها تحت تاثیر لغو تحریم‌ها» بطور قطع کارکرد ۵ بازار اقتصادی کشور را با دگرگونی اساسی روبرو می کند.

همه یا تعدادی از این ۵ بازار در طول سال‌های اخیر، همواره برای سرمایه گذاران جذابیت داشته است و حالا به دلیل تغییر شرایط کلان، لازم است زمین بازی برای سرمایه گذاری نیز تغییر یابد تا امکان کسب سود برای فعالان اقتصادی تضمین شود. در حال حاضر برای انتخاب بهترین مقصد سرمایه گذاری در سال ۹۴، باید چشم‌انداز سود و زیان بازارهای ۵ گانه ملاک عمل سرمایه گذاران قرار بگیرد.

بررسی‌های کارشناسی در این باره نشان می دهد: امسال از میان بازارهای ارز، سکه، ملک، بورس و بانک، بازار ملک از کمترین ریسک سرمایه گذاری برخوردار است به این معنی که در سال ۹۴ شانس «سود حداکثری» در بخش هایی از بازار مسکن بیشتر از ۴ بازار دیگر خواهد بود.

نتایج این بررسی حاکی است: تداوم کاهش نرخ تورم در سال جاری باعث می شود سطح تورم به حدود ۱۰ درصد تا پایان امسال محدود شود. با این وضعیت، ترس سنتی افراد در فضای روانی اقتصاد از بابت «کاهش ارزش دارایی در برابر تورم» فروکش می کند و در نتیجه، رفتار سفته‌بازی دو سه سال گذشته مردم عادی و سرمایه‌دارها برای تبدیل نقدینگی خود به آنچه بتواند در کوتاه‌مدت، بیشترین سود را نصیب‌شان کند قطعاً عوض می شود.

این رفتار در اواخر سال ۹۱ و کل سال ۹۲ عمدتاً در دو بازار «ارز» و «سکه» بروز پیدا کرد و سودا گری آن هم به شکل خرید و فروش مکرر، باعث جهش قیمت این دو کالای پرجاذبه برای سرمایه گذاران شد. اما امسال چون امید به آینده در اقتصاد ایران، نسبت به سال‌های قبل بیشتر شده و از همه مهمتر، رشد اقتصادی کشور پس از سال‌ها از «زیر صفر» پیشروی کرده و مثبت شده است، در نتیجه مسیر کسب سود نیز تغییر پیدا کرده است.

برای امسال پیش بینی شده است: قیمت سکه و دلار تغییر آنچنانی پیدا نکند و به نسبت سال گذشته، از ثبات نسبی برخوردار باشد. در هفته‌های اخیر و بخصوص، بعد از صدور بیانیه لوزان، روند افزایش نرخ ارز متوقف شد. در بازار ارز، قیمت دلار در انتهای سال ۹۳ فقط ۱۱ درصد نسبت به ابتدای سال افزایش یافت که این میزان سود اسمی در مقایسه با تورم ۱۵/۶ درصدی، در واقعیت باعث زیان سرمایه گذاران در بازار ارز شد. احتمال تکرار این حادثه، برای امسال به مراتب بیشتر از سال گذشته است. در یک مدل اقتصادسنجی که توسط یک



گروه از کارشناسان زبده اقتصاد انجام شده است، پیش بینی شده نرخ دلار تا پایان امسال از ۳۳۶۰ تومان در اواخر ۹۳ به حدود ۳۷۰۰ تومان برسد که رشد زیادی محسوب نمی شود. در بازار سکه نیز به دلیل چشم انداز آرام در بازار طلای جهانی و همچنین به دلیل اثر آرامبخش تحولات هسته‌ای، شرایطی مشابه بازار ارز پیش بینی می شود، با این تفاوت که احتمال کاهش قیمت سکه خیلی از بیشتر از رشد یا ثبات آن است. در این دو بازار، نوسانات شدید قیمت بعید به نظر می رسد.

در هر دو بازار، قیمت سکه و دلار در کوتاه‌مدت – نیمه اول امسال – نوسان کاهشی قابل انتظار است و در بلندمدت – پایان ۹۴ – مثبت شدن قیمت واقعی بعید به نظر می رسد. به این ترتیب برای این دو بازار پایین ترتبه سوددهی پیش بینی می شود و شانس انتخاب آنها برای سرمایه گذاری مردود است.

امسال وضعیت بازار پول –بانک – اما متفاوت خواهد بود. این بازار در سال ۹۳ بخاطر پرداخت سود ۲۲ درصدی به سپرده گذاری های بانکی، بیشترین نرخ بازدهی سرمایه گذاری را در بین ۴ بازار دیگر نصیب سرمایه گذاران خود کرد و به لحاظ بیشترین سوددهی، اول شد.

سال گذشته نرخ بازدهی بازار ارز منظور از نرخ بازدهی، سودی است که یک سرمایه گذار در انتهای سال نسبت به ابتدای سال کسب می کند – رقم ۱۱ درصد و نرخ بازدهی بازارهای سهام، مسکن، پول و سکه نیز به ترتیب منفی ۲۰/۹ درصد، منفی ۲ درصد، ۲۲ درصد و منفی ۱/۶ درصد شد. اما امسال با تشدید زمزمه‌های نیمه‌رسمی درباره برنامه بانک مرکزی برای کاهش نرخ سود بانک ها، جایگاه بازار پول در نرخ بازدهی، حتماً از رتبه اول، نزول خواهد کرد.

بنابراین، مقصد بهینه سرمایه گذاری در سال ۹۴ را باید در بین دو بازار بورس و ملک، جستجو کرد. بورس در سال ۹۲، رقمی معادل ۱۰۸ درصد سود به سهامداران تقسیم کرد اما در سال گذشته با تخلیه این حباب، شاخص بازار سهام حدود ۲۱ درصد ریزش کرد و به همین میزان، زیان به سرمایه گذاران وارد ساخت. در بازار بورس، طی نیمه دوم فروردین امسال، علایم مثبت ناشی از فراهم شدن شرایط لغو تحریم در شرکت های صنعتی و تولیدی، صف خرید سهام شرکت ها را بعد از ماه‌ها خلوتی، با تراکم سنگین روبرو کرد و باعث شد شاخص – نرخ سود سهام – ۱۲ درصد افزایش پیدا کند.

با این حال اگر چه شاخص بازار سهام بعد از ریزش ۲۱ درصدی در سال ۹۳، در اولین ماه سال ۹۴ به اندازه ۱۲ درصد مثبت شد اما کارشناسان اقتصادی متخصص بورس، معتقدند: نرخ بازدهی بازار سهام در نیمه اول سال ۹۴، در خوش بینانه‌ترین حالت حداکثر ۴۰ درصد خواهد بود. صاحب‌نظران پرش ابتدای امسال شاخص بورس را حبابی توصیف می کنند و در بلندمدت رشد ملایم آن را انتظار دارند.

مجموعه بررسی ها درباره سود و زیان نسبی سرمایه گذاری در بازارهای ۵ گانه، نشان می دهد: چشم انداز بلندمدت بازار ملک، به مراتب روشن تر از سایر بازارهاست. در بازار ملک، امسال دوره «پایان رکود» به حساب می آید. سال گذشته قیمت مسکن بعد از ریزش های ماهانه، به کف مورد انتظار فعالان بازار ملک رسید و در دوره فعلی، سطح قیمت برای مدتی حداقل ۶ ماهه، در وضعیت ثابت باقی می ماند به این معنی که احتمال نوسان ریز کمتر از ۵ درصد وجود دارد اما افت و خیز شدید متوجه قیمت مسکن نخواهد شد. بعد از آن، روند افزایش قیمت بعد از دو سال، مجدداً شروع می شود. آخرین رشد قیمت مسکن در خرداد ۹۲ اتفاق افتاد و از آن زمان تاکنون، شیب نوسان همواره منفی و سرپایین بوده است.

با شروع روند افزایش قیمت مسکن از نیمه امسال، بازار ملک برای یک دوره رونق دو ساله آماده می شود طوریکه در سال ۹۵ احتمال جهش قیمت وجود دارد. آخرین جهش مسکن در سال ۹۱ با رشد ۵۰ درصدی قیمت، اتفاق افتاد. پیش از آن، در سال ۸۶، قیمت مسکن جهش ۸۷ درصدی خود را تجربه کرد. به این ترتیب، سرمایه گذاری در بازار ملک در سال ۹۴ می تواند در بلندمدت، بیشترین نرخ سود نسبی در مقایسه با بازارهای دیگر را ایجاد کند.

کارشناسان اقتصاد مسکن، بهترین زمان برای خرید ملک را دوره «پایان رکود» که در آن، حباب قیمت کاملاً تخلیه شده است، عنوان می کنند. روند ۲۰ ساله افت و خیز قیمت مسکن در شهرها نشان می دهد: در زمان افزایش قیمت، «املاک لوکس» تنها بخشی از بازار است که از موج تورم، بیشترین تاثیر را می گیرد. زمانی که سطح میانگین قیمت مسکن به نقطه اوج می رسد، نرخ رشد قیمت خانه‌های ویلایی و واحدهای مسکونی مستقر در برج های لوکس، از نرخ رشد میانگین هم بیشتر می شود. این تناسب در زمان رکود، حالت عکس دارد بطوریکه در جریان کاهش قیمت، نرخ تخلیه حباب، در بازار خانه‌های لوکس هم کمتر و هم کندتر از آپارتمان های معمولی است.

تحقیقات میدانی در بازار مسکن شهر تهران نشان می دهد: سال ۹۱، قیمت برخی واحدهای مسکونی در برج های لوکس، تا دو برابر افزایش یافت. در تهران، سطح قیمت مسکن به مرحله اشباع رسیده و به رغم تخلیه حباب، چون که قدرت خرید هنوز پایین تر از سطح قیمت های کاهش یافته است، کارشناسان، احتمال کاهش بیشتر را رد نمی کنند.

اما در سایر کلان شهرهایی که هم اکنون تعداد برج های مسکونی لوکس در آنها، افزایش پیدا کرده، پیش بینی می شود سطح قیمت لوکس ها با فاصله زیادی از سطح متوسط بازار مسکن، سبقت بگیرد.

جمع بندی برآوردها درباره آینده سرمایه گذاری در بازارهای مختلف نشان می دهد: امسال در صورتی که اتفاق غیر قابل پیش بینی در عرصه سیاسی و اقتصادی رخ ندهد و توافق نهایی با ۵+۱ حاصل شود، بازار ارز و سکه در رده آخر سوددهی قرار خواهند گرفت و بازار پول نیز جایگاه میانی را خواهد داشت. همچنین بازار سهام نیز رتبه برتر را در مقایسه با بانک ها پیدا می کند. برای بازار ملک نیز در بلندمدت، رتبه ممتاز برآورد می شود.

آنچه سرمایه گذاری در بازار ملک را متفاوت می کند و می تواند رتبه اول بازدهی را نصیب آن کند، کمترین ریسک هایی است که در مقایسه با سایر بازارها، برای این بازار قابل تصور است.



JIMMY CHOO
گام های جوانی

برند جیمی چو را اغلب با کفش های زنانه‌اش روی فرش قرمز و بر پاهای ستارگانی چون جولیا رابرتز، جنیفر لارنس و نیکول کیدمن روی فرش قرمز اسکار دیده‌ایم. اما این برند که نمادی از برندی تازه‌کار اما موفق برای قرن ۲۱ شده وجه مردانه‌ای هم دارد.

اگر از گوشه کنار بپرسید مدیریت برند جیمی چو در دست چه کسی است، نام «تامارا ملون» و «ساندرا چوبی» را می‌شنوید. اما اینکه نامی چون جیمی چو چگونه بر سر زبان‌ها افتاد و در میان برندهای معتبر و قدیمی توانست نامی برای خود دست و پا کند به مردی برمی گردد که با کفش زندگی می کند.

جیمی چو در خانواده‌ای که تولید کننده کفش در مالزی بود به دنیا آمد و رشد کرد. اولین کفش خود را در ۱۱ سالگی ساخت. بعد از آموزش های پدر برای پیشرفت بیشتر به انگلستان رفت و در کالج صنعتی هکنی مشغول به تحصیل شد. ۱۹۸۶ اولین مغازه کفش های دست دوز خود را افتتاح کرد و پرنسس دیانا جزو اولین مشتریان این کفش های فوق العاده شد. در این بین آشنایی با تامارا ملون باعث شد تا این دو با یکدیگر در سال ۱۹۹۰ برند جیمی چو را وارد دنیای مد کنند.

خیلی زود این برند توانست نام‌های معتبر دنیای مد را کنار بزند و در زمینه پوشاک کفش و اکسسوری نامی دلخواه و جوان پسند و مدرن از خود نشان دهد. ۲۰۰۱ نیمی از این کمپانی فروخته شد و جیمی چو توانست به کاری که همیشه دوست داشت انجام دهد بپردازد. ساخت کفش و درس دادن به دوستداران کفش در کالج لندن و سفیر تحصیلی در کالج بریتیش کانسیل از کارهایی است که جیمی چو این روزها انجام می دهد. او به جای خود شاگردش ساندرا چوبی شاگرد مستعد و خلف خود را برای مدیریت کارگاه خلاقه برند جیمی چو به تامارا معرفی کرد. ساندرا چوبی که بارها به خاطر طراحی هایش جایزه بهترین طراح کفش و یا طراحی مجموعه را از آن خود کرده، درهای جدیدی بر روی این برند گشوده است. برنامه‌هایی مانند طراحی و ارائه طرح های جدید مانند ورود به دنیای هالیوود و یا طراحی اکسسوری و کفش برای فیلم‌هایی مانند سیندرلا و یا هفت کوتوله و شرکت قوی و موثر در فرش های قرمزی چون اسکار که حضور پر قدرتی را در آخرین اسکار به نمایش گذاشت.

اما این روزها برند جیمی چو در روی فرش قرمز اسکار با نیکول کیدمن و جان کیوزاک، استیون کلاین و نام جدید دنیای مد و هالیوود کیت هارینگتون، در صحنه قدرتمند ظاهر شده است. ساندرا چوبی مدیر خلاقیت برند چو معتقد است بهترین گزینه برای یک برند قدرتمند، چهره‌ای قدرتمند است. چهره کیت هارینگتون که با عنوان جان اسنو در سریال بازی تاج و تخت معروف شد، چهره‌ای نمادین از سردی و البته کشف نیروی پنهان انسان در مسیر کسب قدرت است.



David Oyelowo with Jimmy Choo shoes
Oscars, 2015 Academy Awards

مجموعه‌ای برای سالگرد

جزئیات استفاده شده در مجموعه ۲۰۱۵ کیف و کفش مردانه جیمی چو به خوبی این شخصیت قدرتمند را ارائه می دهد. خط های قدرتمند گرافیکی مدرن بر روی طرح هایی کلاسیک و آشنا به خوبی ادغام تضادها را نمایان می کند. طرح های هندسی که کل زمینه را تحت تاثیر قرار داده و تنوع این طرح های هندسی که از هنرمند سوندی، هیلما کلینت، و دست سازهای صنایع دستی آفریقایی الهام گرفته شده است، به زیبایی کنار هم روی کیف و کفش های چو نشسته‌اند.

ساندرا چوبی می گوید: «من ناخودآگاه به سمت پالت رنگ کلینت که همراه با تاثیرات علمی است کشیده شدم. یک حس کشف و شهود در این کارها وجود دارد؛ یک حس آرام و آزاد که سعی شده تا در روی مجموعه مردانه بهار و تابستان ۲۰۱۵ نیز همین آزادی و آرام بودن نشان داده شود.»



ساندرا چوبی که بارها به خاطر طراحی هایش جایزه بهترین طراح کفش و یا طراحی مجموعه را از آن خود کرده درهای جدیدی بر روی این برند گشوده است

برای اولیـــن بار این مجموعه کـــه در یک کت واک در هفته مد لندن به نمایش گذاشـــته شد، علاوه بر نمایش لباس و کفش مجموعـــه‌ای از عکس‌های آرشـــیوی عکاس انگلیســـی «جان دیکین» نیز به نمایش درآمد. مجموعه‌ای که نگاهی کاملا آشنا اما ذوب شده در طراحی شهری را به نمایش می گذارد. نگاه اجمالی به این مجموعه نشان می دهد که علاوه بر کفش شما می توانید کیف‌های این مجموعه را نیز با طراحی آزاد و کاملا ساده ولی با طرح‌های هندسی و یا استفاده از خود فرم چرم ببینید. ساندرا چوبی در کنـــار این‌ها عینک و اکســـسوری های مختلف و همینطور صندل‌های تابســـتانی خود را نیز ارائه کرده اســـت. طیف‌های رنگی متنوع و طرح‌های مختلف استفاده شده بر روی این مجموعه توانسته انتخاب را راحت و ســـلیقه‌های مختلف را راضی کند. مجموعه‌ای در خور برای بیســـت و پنجمین سالگرد تاسیس چو.

کمپین تبلیغاتی جیمی چو در سال جدید با حضور ستاره‌های مد آمریکایی، «استیون کلاین» و «اوندریا هاردین» آغاز شده اســـت. در کنار این دو نیز کیت هارینگتون که برای دو سال متوالی چهره جیمی چو شده است بر روی تبلیغات جیمی چو دیده می‌شود.

مجموعه ۲۰۱۵ مردانه جیمی چو به خوبی این شخصیت قدر تمند را ارائه می‌دهد. خط‌های قدر تمند مدرن بر روی طرح‌هایی کلاسیک و آشنا به خوبی ادغام تضادها را نمایان می‌کند





کیت هارینگتون در تبلیغات جیمی چو - ۲۰۱۵










At The Heart Of The Image
NOOR OPTIC
عینک نور
وظیفه ما تحقق خواسته ی شماست
مشهد، بلوار خیام، هتل هما ۲ ـ تلفن: ۳۷۶۷۶۶۶۹
خیابان امام رضا، هتل مجلل درویشی ـ تلفن: ۳۸۷۶۴۰۳۰
مشهد، بلوار سجاد، بین سجاد ۲ و ۴ ـ تلفن: ۳۷۶۸۷۰۸۰
مشهد، بلوار ملک آباد، بین گویا و مرجان، شماره ۲۳۸۵ ـ تلفن: ۳۶۰۶۰۶۶۶
مشهد، بلوار هاشمیه، هاشمیه ۲۵ ـ تلفن: ۳۸۸۳۴۴۰۰
مشهد، بلوار پیروزی، بین پیروزی ۷ و ۹، شماره ۱۳۱ ـ تلفن: ۳۸۷۹۰۱۱۱-۳۸۷۹۰۵۵۵
مشهد، میدان امام رضا، ابتدای خیابان جمران ـ تلفن: ۳۸۵۴۲۸۸۶

هیدروتراپی و اسپا در برج های باران

پنج ستاره؛ بدون کم و کاست

زندگی همیشگی در یک هتل پنج ستاره باید همه چیزش پنج ستاره باشد؛ بدون کم و کاست. پس اگر شما ساکن چنین خانه‌ای هستید و خسته از کار روزانه به منزل برگشته‌اید یا دردی عضلانی آزارتان می‌دهد، خواسته بجایی است اگر توقع داشته باشید در خانه پنج ستاره‌تان امکانات هیدروتراپی وجود داشته باشد و خدمات ماساژ ارائه شود و صد البته، از همه این‌ها بهترین را توقع داشته باشید.



هیدروتراپی یا آب‌درمانی، درمان بیماری‌ها با استفاده از آب است. هیدروترمال‌تراپی استفاده از آب با حرارت، مانند وان‌های داغ یا چشمه‌های آب گرم است. هدف هیدروتراپی خارج کردن سمومی از بدن است که می‌توانند موجب درد مفاصل و التهاب شوند. از روماتیسم، آرتروز، درد مفاصل، کمردرد و بی‌خوابی گرفته تا بهبود کیفیت پوست بدن و مقابله با خستگی ناشی از یک روز پرکار و پراسترس، همه را می‌توان با استفاده از خواص درمانی آب برطرف کرد. در گذشته سفری به یک چشمه یا رودخانه‌ای که در بین محلی‌ها خواص درمانی‌اش معروف بوده، برای بسیاری راه‌دشوار ولی لازم برای بهبود بیماریشان محسوب می‌شده است. اما امروزه این خواص درمان‌گر و آرامش‌بخش، به صورت کاملا علمی درک شده و در حوزه درمانی با نام هیدروتراپی شناخته می‌شود. در هیدروتراپی با استفاده از فشار و دمای آب و براساس قواعد فیزیوتراپی، گردش خون بهبود یافته، عضلات آزاد می‌شوند و سموم بدن دفع شده و تنش در بدن فرد از بین می‌رود. این نوع از درمان با توجه به واکنش‌های بدن انسان به فشار آب و دمای گرم و یا سرد آب، باعث ایجاد فعل و انفعالاتی آرامش بخش و درمان‌گر در بدن فرد می‌شود.

هتل برج‌های مسکونی باران با نگاه به برآورده کردن حداکثری نیازهای ساکنان خود، در کنار سایر امکانات و خدمات، اسپا و هیدروتراپی مجهزی را نیز تدارک دیده تا در حوزه سلامت نیز، ارائه دهنده بهترین خدمات به ساکنان خود باشد

ریشه در تاریخ

ماساژ دستکاری لایه‌های سطحی و عمیق عضلانی و بافت همبند با استفاده از تکنیک‌های مختلف، به منظور افزایش عملکرد، کمک در روند درمان، و ترویج آرامش و آسایش است. بافت هدف ماساژ شامل عضلات، تاندون‌ها، رباط‌ها، ماهیچه‌های صورت، پوست، مفاصل، یا سایر بافت همبند، و همچنین رگهای لنفاوی، یا اندام‌های دستگاه گوارش است.

ماساژ قدیمی‌ترین شکل درمان جسم و روح است. یکی از نخستین مراجع مکتوب در رابطه با ماساژ را می‌توان در کتاب طب سنتی چینی یافت که تاریخ آن به حدود ۲۷۰۰ سال قبل بر می‌گردد. با سیری در تاریخ متوجه می‌شویم که ماساژ در تمام ملل و با فرهنگهای مختلف مرسوم بوده و شاید دلیل رواجش عامه‌پسند بودن آن نزد تمام مردم باشد. در گذشته مردم بدون اینکه از تأثیرات فیزیولوژیکی و درمانی ماساژ آگاهی داشته باشند از آن استفاده می‌کردند. برای نمونه در ضرب دیدگی‌ها اولین اقدام آن‌ها تکان دادن و یا مالش عضو صدمه دیده بوده است. در میان ملل و اقوامی که در گذشته از ماساژ به شکل وسیع‌تری استفاده می‌کردند می‌توان از مصری‌ها، ایرانیان، یونانیان، چینی‌ها و ژاپنی‌ها نام برد و همین طور از بین دانشمندان و اطباء قدیمی که از تکنیک‌های ماساژ استفاده می‌کردند می‌توان به «بقراط» و «ابوعلی سینا» اشاره کرد.

تجربه‌ای بی‌نظیر در خانه

هتل برج‌های مسکونی باران با نگاه به برآورده کردن حداکثری نیازهای ساکنان خود و همچنین با تعهد به ارائه خدمات هتلی در بالاترین سطح کیفی، در کنار سایر امکانات و خدمات، اسپا و هیدروتراپی مجهزی را نیز تدارک دیده تا در حوزه سلامت نیز، ارائه دهنده بهترین خدمات به ساکنان خود باشد. سونای خشک، استخر و جکوزی با بهترین طراحی به همراه فضای تخصصی ماساژ و به کار گیری افراد خبره و حرفه‌ای در ارائه این خدمات، اسپای بینظیر باران را تشکیل می‌دهند. تجربه‌ای منحصر به فرد برای برآورده کردن نیازهای ساکنان برج؛ چرا که استفاده از این روش در محل سکونت بهترین نتیجه ممکن را به همراه می‌آورد.





ده عنوان برتر از بهترین های ۲۰۱۴

بهترین از هر چیز

هر ساله نشریات و مجلات و سایت ها و هر کسی که دستی در انتخاب و نوشتن دارد لیستی تهیه می کند و به عنوان بهترین های سال رو می کند. نشریات معتبری مانند تایمز، فوربز و در دنیای مد مجله ووگ و لاکچری تاپیک این مهم را بر عهده دارند. بهترین های ده مجموعه پر مخاطب دنیای لاکچری به انضمام بهترین فیلم سال ۲۰۱۴ را در ادامه بخوانید.

مردی که پرنده نشد

مردی شصت ساله که در جوانی بازیگر یکی از بهترین فیلم های اقتباسی از کتاب های کمیک بوده است دچار افسردگی می شود. تئاتر برادوی از او بعد از مدتها دعوت می کند تا نقشش را روی صحنه تئاتر دوباره تکرار کند و این سر آغاز فیلمی است که نام بهترین فیلم اسکار امسال را برود.



morocco



سفر به کازابلانکا

سایت TripAdvisor هر ساله بهترین مکان های سفر را به انتخاب مخاطبانش و سفرهای انجام شده معرفی میکند و امسال مراکش مقصد جادویی مسافران معرفی شد. مکانی جادویی پر از بازارها و کاخ ها و باغ ها و مساجد که کوچه پس کوچه هایش شما را به دوران های گذشته و شهر های تاریخی می برد. علاوه بر آب و هوا، اقامت در مراکش هم مقرون به صرفه برای مسافران دانسته شده که با مکان های تاریخی و مساجد زیبا لحظات رویایی را برای شما رقم می زند.

Crystal Serenity



قصری روی آب

Crystal Serenity در واقع علاوه بر بهترین و لاکچری ترین کشتی کروز در جهان، ساخت و طراحی شگفت انگیزی هم دارد. حمام پنت هاوس این کشتی با چشم اندازی باور نکردنی و سنگ های مرمر ایتالیایی و کفپوش گرم و تلویزیون تعبیه شده در حمام نشانه کوچکی از دنیای پر زرق و برق این کشتی است.

Harry Winston



الماس های پلنگ نشان

هر ساله بهترین طراحان و گران قیمت ترین برندهای جواهر انتخاب می شوند. سال ۲۰۱۴ نیز با برگزاری بزرگترین نمایشگاه طلا و جواهرات و ساعت در سوییس، برای جواهر سازان و برندهای جواهر، سال پر رونقی بود. اما جدای از بهترین برند برای طلا و جواهر که هری وینستون و طراحی های ساده و تاثیر گذارش انتخاب شد، گران قیمت ترین برند جواهرات نیز کارتیه اعلام شد. برند کارتیه و هری وینستون هر ساله جزو برندهای برتر به عنوان بهترین و با گران قیمت ترین برندهای جواهر شناخته می شوند

Dolce & Gabbana



سال هیجان انگیز زنانه

دولچه و گابانا امسال نام بهترین برند برای پوشاک زنانه را از آن خود کرد. این برند که سال ۱۹۸۵ تاسیس شد علاوه بر عطر و ساعت و عینک مجموعه‌ای زیبا از کفش و لباس مردانه و زنانه منحصر به فرد تدارک دیده که حوصله شما را از یکنواختی سر نخواهد برد. با این برند سال هیجان انگیزی در پیش رو خواهید داشت.

Tommy Hilfiger



جذاب و تاثیر گذار

تامی هیلفایر نامی جنگنده و فوق العاده در صنعت لباس مردانه است. علاوه بر محبوبیت کنونی اش با این هدف از ابتدا تاسیس شد که علاوه بر مد گرا بودن قابلیت خرید را برای طبقات مختلف فراهم کند. در لیست بهترین برند های لباس مردانه ۲۰۱۴ موفق ترین و پر فروش ترین برند سال نام گرفته است.

Palazzo di Amore



باشکوه مثل عشق

کاخ عشق یا Palazzo di Amore پورتو ریکو کالیفرنیا. این ویلا علاوه بر اینکه گرانقیمت ترین خانه در ایالات متحده است یکی از باشکوه ترین و زیباترین خانه هایی است که وجود دارد. مناسب ترین نام هم برایش کاخ عشق انتخاب شده قدرت و وسعت این کاخ بعلاوه امکانات متنوعش نام این ویلا را بر سر زبان ها انداخته. ۱۹۵ میلیون دلار قیمت این ملک ۲۵ هکتاری است که ۵۳۰۰ متر مربع مساحت مسقف دارد.

Veneno Roadster



وحشی نیم میلیون دلاری

مجله فوربز گرانترین ماشین دنیا را لامبورگینی ونتو رودستر Lamborghini Veneno Roadster اعلام کرده. این ماشین که قیمت پایه اش از ۴ و نیم میلیون دلار شروع می شود با داشتن ۶.۲ دهم ثانیه سرعت صفر تا صد و بدنه بسیار سبک و موتور ۷۵۰ اسب بخاری ۶.۵ لیتری اش می تواند امتیاز بهترین ماشین را نیز از آن خود کند. سرعتش هم به ۲۲۱ مایل در ساعت می رسد.

Fendi Furiosa



نفس های معطر

به انتخاب مجله ووگ عطر فندی با رایحه ای از ترنج و چوب صندل و کهربا و در یک بطری جذاب و متفاوت توانسته عنوان بهترین عطر سال را از آن خود کند. عطر فروسیا Furiosa طراحی شده توسط نسل چهارم طراحان فندی توانسته از عطر ارکیده بنفش تام فورد که امسال رونمایی شد پیشی بگیرد.



زمان باریک

Altiplano 900P ، این ساعت یکی از باریکترین ساعت هایی هم هست که توسط ساعت ساز معتبری چون پیاژه ساخته شده. با ضخامتی بیش از ۳ میلیمتر ۹۹ درصد باریکتر از مدل قبلی اش است. ضد خش، سبک، استفاده از طلا در قاب و با قیمت ۲۰ هزار دلار بهترین ساعت امسال لقب گرفته است.



گفتگویی با مشاوران سنگاپوری برج باران ۳

چالش‌های اقلیمی یک پروژه بین المللی



نمای سه بعدی پذیرایی واحد دوبلکس - باران ۳

گروه مهندسی باران در راستای نیل به اهداف خود که طراحی و ساخت پروژه‌های منحصر به فرد همراه با ارائه خدمات متفاوت است، همواره تلاش کرده تا با تکنولوژی روز دنیا همراه بوده و پروسه طراحی و تولید خود را همگام با پیشرفت‌های نوین پیش ببرد. بر همین اساس و از ابتدای شکل گیری ایده ساخت برج باران ۳، مدیران این مجموعه بر آن شدند تا با همکاری شرکت‌های سرشناسی از کشور سنگاپور، که از کشورهای پیشرو در امر طراحی و ساخت برج‌های سبز به شمار می‌روند، اقدام به پیشبرد این پروژه بکنند. حاصل این پیگیری، همکاری با شرکت‌های «Elmich» و «Nature» بود که از معتبرترین گروه‌ها در این زمینه به شمار می‌آیند.

گروه Elmich در سال ۱۹۸۵ تاسیس شد و هم اکنون به عنوان یکی از پیشگامان ساخت و توسعه فضاهای سبز و اکولوژیک در کلان شهرها شناخته می‌شود. در این گروه که مجموعه‌ای از بهترین معماران، پیمانکاران و مهندسان در آن گرد هم آمده‌اند، خدمات مشاوره و اجرای فضاهای سبز شهری و همچنین خدمات پشتیبانی، نگهداری و مدیریت انجام می‌شود. دفتر مرکزی این گروه در سنگاپور واقع شده اما این گروه در سطح بین المللی نیز دارای فعالیت‌های بسیاری است به طوری که در شهرهای گوانگ ژو، سیدنی، سیاتل و زوریخ دارای شعب بین المللی می‌باشد.

شرکت Nature نیز بیش از ۳۰ سال است که در صنعت ارایه خدمات با کیفیت بالا در ساخت فضای سبز و محوطه سازی برای مشتریان، فعالیت دارد. این گروه در ساخت هتل‌های لاکچری و آپارتمان‌ها و برج‌های مسکونی سبز، زمین‌های گلف و همچنین کارخانجات با تکنولوژی پیشرفته در سنگاپور نقش مستقیمی داشته است.

«Luke Lee» از مدیران ارشد شرکت Elmich و «Michael Teh» بنیانگذار و مدیر عامل شرکت Nature به عنوان نمایندگان این دو شرکت و در مقام مشاور با گروه مهندسی باران همکاری نزدیکی دارند. در سفر اخیر آن‌ها به ایران برای بازدید از پروژه باران ۳ بر گزاری جلسات مشاوره، فرصتی دست داد تا گپ و گفت کوتاهی با آن‌ها داشته باشیم.



ELMICH

NATURE LANDSCAPES
... bringing Nature closer to you!



بخشی از نمای سه‌بعدی لابی باران ۳

سنگاپور، پیشگام ساخت و سازهای سبز

سنگاپور به عنوان یکی از پیشگامان صنعت ساخت و سازهای سبز در دنیا، امروزه سبزترین شهرها را دارد. اگر به سنگاپور بیایید، آن را یکی از مدرن‌ترین شهرهای آسیا خواهید یافت که از لحاظ رنکینگ پس از توکیو قرار گرفته است. ما بسیار خوشحالیم که توانستیم چنین پیشرفت‌های بزرگی در ساخت و ساز، طراحی و تاسیسات داشته باشیم.

امروزه سنگاپور تحت تاثیر معماری و علوم مدرن آمریکا و اروپا در طراحی، قدم‌های بزرگی در ساخت و توسعه شهرهای حاشیه‌ای برداشته است و همگام با چندین موسسه بین المللی دیگر در نقاط مختلف جهان، در جهت ارتقای سطح و کیفیت زندگی در شهرهای سبز می کوشد. به عنوان مثال، امروزه هدف ما این است که در ساخت و سازهایی که در سطح شهر و پیرامون انجام می دهیم، بیش از ۹۰ درصد فضای سبز داشته باشیم چرا که این رویکرد علاوه بر زیباتر کردن شهر سبب می شود آلودگی های هوا کمتر شوند و این در حفظ سلامت عمومی شهر و شهروندان بسیار مفید می باشد

چالشی به نام اقلیم خشک

همانطور که در نقشه جغرافیای جهان می بینیم و همچنین در مطالعات صورت گرفته مشخص شده است، کشور ایران دارای آب و هوایی با سطح رطوبت پایین در اکثر نقاط است و شهر مشهد نیز بویژه دارای آب و هوایی خشک است و با توجه به این شرایط امکان اینکه این پروژه همانند آنچه در سایر کشورهای دیگر نظیر چین یا امارات متحده عربی پیاده سازی شد، وجود نداشت.

برای این نوع آب و هوا پیشنهاد ما استفاده از گیاهانی بود که سازگاری بیشتری با محیط داشته‌اند از این رو پیرامون گیاهان بومی ساز گار با محیط مطالعاتی صورت گرفت و همچنین راهکارهایی نظیر داشتن یک گلخانه مادر که برخی از گونه‌های گیاهی ابتدا در آن پرورش داده شوند و سپس به محیط اصلی منتقل شوند در نظر گرفته شد. در شرایط عمومی امکان پرورش گیاهانی که مخصوص استفاده در آپارتمان‌ها و برج های مرتفع هستند وجود ندارد و نباید فراموش کرد که آن‌ها برای رشد و پرورش اولیه به نگهداری و مراقبت های خاص هم نیاز دارند.

از دید گاه ما چالش های فنی این پروژه نه تنها در حوزه معماری و امور الکترونیکی قرار می گیرند بلکه شامل چالش های محیطی نیز می شود. مهم‌ترین چالش پیش روی ما، انطباق وضعیت آب و هوایی با وضعیت محیطی پروژه و گیاهان و فضای سبز آن است تا گیاهانی را در پروژه داشته باشیم که در تعامل هر چه بیشتر با محیط پیرامون بازدهی بیشتری داشته باشند.

> مهم‌ترین چالش پیش روی ما، انطباق وضعیت آب و هوایی با وضعیت محیطی پروژه و گیاهان و فضای سبز آن است

در این شهر که دارای آب و هوایی خشک و با سطح رطوبت بسیار پایین است، با اتخاذ راهکارهایی ویژه می توان این پروژه را اجرا و بر مشکلات غلبه کرد. بنابراین ما به دنبال اطلاعاتی هستیم که بهترین انتخاب ها را در مورد گیاهان به کار رفته شده در فضای سبز انجام دهد و همچنین راهکارهایی که بتواند به بهترین صورت رشد و نگهداری از این گیاهان را تضمین کند. البته طراحی و معماری پروژه نیز نقش مهمی در این موضوع ایفا می کند.

باران ۳؛ پروژه‌ای مدرن و جهانی

پس از بازدید از برج های باران به این نتیجه گیری رسیدیم که در ساخت این پروژه ها از بهترین مصالح و متریال استفاده شده است و همچنین از لحاظ معماری، نقشه‌ها و پلان های بسیار خوبی اجرا شده است.

> این برج‌ها قابل مقایسه با نمونه‌های بین المللی هستند بویژه پروژه باران ۳ که در نوع خود بینظیر در شهر مشهد می باشد

این برج ها قابل مقایسه با نمونه‌های بین المللی هستند بویژه پروژه باران ۳ که در نوع خود بینظیر در شهر مشهد می باشد. بسیار خوب در حال پیاده سازی و اجرا می باشد. اگر مشکل پیش بینی نشده‌ای در اجرای فضای سبز و دیوارهای سبز پروژه رخ ندهد، باران ۳ نه تنها از بعد معماری، بلکه از بعد ظرافت، زیبایی و مدرنیته یک برج مسکونی سبز و مدرن خواهد بود.



باران ۳؛ تلاشی برای همزیستی با طبیعت

نجات سیاره آبی

توسعه پایدار در رابطه با فعالیت‌های ساختمانی و محیط ساخته شده، اغلب ساختمان پایدار یا ساختار پایدار نامیده می‌شود. ساختمان‌ها در مقایسه با سایر مصنوعات، عمر نسبتا طولانی‌تری دارند و در طول تمام مراحل نقشه‌کشی، ساختمان‌سازی، تجهیز کردن و تخریب یا استفاده دوباره از آن، در توسعه پایدار تاثیرگذار خواهند بود. بدیهی است ساختمان هایی که کمترین میزان تخریب محیط زیست در حوزه های ذکر شده را داشته و در مقابل بیشترین همزیستی را با محیط اطراف خود داشته باشند، بناهای سازگارتری با طبیعت خواهند بود. به ساختمانی اینگونه، ساختمان سبز می گویند.

برای اینکه بدانیم ساختمان سبز چه تعریفی دارد، باید این را در نظر داشته باشیم که حوزه تعریف معماری سبز گسترده است. معماری سبز به ساختن یا بازسازی ساختمان هایی گفته می شود که از طریق آن بتوان کمترین تاثیر مخرب را بر روی محیط زیست گذاشت. این ایده ها شامل بازیابی مسئولانه منابع موجود و استفاده موثر از سیستم های محیط زیست دوست به منظور تامین خدمات مربوط به نیرو و آب برای ساختمان‌ها که با به کارگیری طراحی پایدار ساخته می شوند. از زمانی که به مسئله استفاده هوشمندانه از منابع زمین توجه شده است، مردم به مفهوم معماری سبز علاقه بیشتری نشان دادند.

ساختمان‌های سبز از شیوه‌ها، تکنیک‌ها، و مهارت‌های مختلف استفاده می کنند تا تاثیرات مخرب ساختمان‌ها را بر روی سلامت محیط و سلامت انسان از بین ببرند. این ساختمان‌ها از مزایای منابع تجدیدپذیر، مانند استفاده از نور خورشید، و استفاده از گیاهان و درختان از طریق بام‌های سبز، باغ‌های باران، و کاهش هدر رفتن آب باران استفاده می کنند.

به طور کلی، معماری سبز تلاش می کند تا ساختمان‌ها را به گونه‌ای طراحی یا بازسازی کند که تمام کارکردهای یک بنا فراهم شود؛ بدون آنکه تخریب یا آسیبی به محیط زیست پیرامون بنا زده شود. در میان تمام این روش های همسان سازی با محیط پیرامون و آسیب کمتر به طبیعت، پروسه آب خاکستری اما از اهمیت به سزایی برخوردار است. به ویژه اینکه ایران در سالهای اخیر و با توجه به برخورداری از حداقل بارش ها و مصرف بی رویه آب، همواره با بحران کم آبی مواجه بوده و این خطر را در نزدیکی خود حس می کند. اما آب خاکستری چیست؟

آبی به رنگ خاکستری

آب خاکستری، آب بازیافتی یا فاضلاب های خانگی، آب های ضایعاتی حاصل از فعالیت های معمول روزانه نظیر رخت شویی، شستشوی ظروف و حمام کردن است، که می توانند برای اموری مثل آبیاری فضاهای سبز، سیفون توالت و ساختمان‌های نیازمند رطوبت زیاد همچون گلخانه‌ها، به مصرف مجدد برسند.

از لحاظ مصرف خانگی، آب خاکستری همان آب های مصرفی حمام، دوش گرفتن، روشویی و ماشین های لباسشویی هستند، اما گاهی آب سینک آشپزخانه و ظرفشویی نیز از نظر فنی آب بازیافتی به حساب می آیند، اگر چه تمرکز بالای پسماندهای غذایی و شیمیایی به این معناست که این آب برای استفاده مجدد، کمتر مناسب است.

استفاده از آب خاکستری باعث می شود نیاز برداشت کمتری از منابع آبی زیرزمینی و سطحی وجود داشته باشند که این کار علاوه بر حفظ منابع آبی، به حفظ محیط زیست هم کمک می کند. همچنین استفاده از آب خاکستری باعث کاهش بار آلی فاضلاب و آلودگی مجاری مربوط به فاضلاب روها می شود. از آب خاکستری برای تغذیه منابع آب زیرزمینی نیز می توان استفاده کرد. همچنین این آب می تواند با ایجاد ساز و کاری جدید، برای آبیاری فضاهای سبز مجتمع ها (و یا حتی استفاده‌های خاص در داخل منزل همچون آب سرویس بهداشتی و غیره) مورد استفاده قرار گیرد. استفاده از آب خاکستری باعث کاهش مصرف آب‌های سطحی و زیرزمینی می شود. آب خاکستری، بین ۵۰ تا ۸۰ درصد فاضلاب شهری را تشکیل می دهد. این بدان معناست که با استفاده مجدد از این آب، صرفه جویی چشمگیری در مصرف آب را شاهد خواهیم بود.

باران ۳، تعریفی نوین از همزیستی با طبیعت

هتل برج مسکونی باران ۳، پروژه‌ای است که از نظر طراحی و کارکرد در زمره برجهای سبز قرار می گیرد. برجی ساز گار با محیط زیست که علاوه بر استفاده از گیاهان و طراحی فضای سبز در نمای برج، لابی بسیار مرتفعی دارد که با طراحی فضاهای گیاهی در ارتفاعات مختلف، می توان آن را به باغ‌های معلق تشبیه کرد. این فضای سبز حتی در طراحی داخلی واحدها نیز پیش بینی شده تا ساکنین این برج منحصر به فرد، بیش از پیش تجربه زندگی در مجاورت طبیعت را لمس و درک کنند. اما این تمام آن چیزی نیست که به واسطه آن، باران ۳ را برج سبز می نامند. در ساز گاری هر چه بیشتر این برج با طبیعت، امکاناتی دیگر نیز دیده شده تا تعاملی کم نظیر با محیط زیست را شاهد باشیم. استفاده از پنل های خورشیدی، مصالحی که کمترین آسیب رسانی به محیط پیرامون را دارند و امکانی برای جمع آوری آب باران از جمله این موارد هستند. اما بی تردید، طراحی پروسه آب خاکستری چشمگیرترین ویژگی باران ۳ در تعامل هر چه بیشتر این برج با طبیعت است. پروسه‌ای که با استفاده مجدد از آب های مصرفی در برج – طبق تعریفی که پیش از این ارائه شد – کمک شایان توجهی به صرفه جویی در مصرف آب خواهد بود و اینگونه است که هتل برج مسکونی باران ۳، پروژه‌ای سبز نامیده می شود. برجی بی نظیر در مشهد که تعریفی نوین از همزیستی با طبیعت پیرامون را ارائه می دهد.

دنیای تکنولوژی در خدمت ورزش

ورزش با گجت

وقتی در چشم بر هم زدنی قرار است تکنولوژی‌ها و نرم افزارهای مختلفی در دنیا تولید شود، پس دور از ذهن نیست که این خط تولید به هر جایی سرک بکشد و در هر زمینه‌ای بخواهد نمونه‌ای از معجزات جدید دوران فن آوری را روبه‌راه کند. این بار به سراغ فن آوری‌ها و تکنولوژی‌هایی رفتیم که در سال ۲۰۱۴ بهترین گجت‌ها و سخت افزارهای ورزشی بودند.



هیجان در کنار راحتی

تاریخ دوچرخه تاریخ روشنی است و فناوری چندان جدیدی نیست. ساخت دوچرخه برقی نیز چندان دور از ذهن نبوده و چندین مدل آن تا کنون ساخته شده است. در سال ۲۰۱۴ اما اتفاق مهیجی در این زمینه روی داد و آن چیزی نبود جز رونمایی از دوچرخه کوهستان برقی. بر روی این دوچرخه موتور برقی ۲۵۰ واتی قدرتمندی نصب شده که در موقع لزوم به کمک ماهیچه‌های پای ورزشکار آمده تا حرکت آن را به بالاترین سطح ممکن برساند. این دوچرخه به سیستم تعلیق هوشمند مجهز است که امکان اعمال کنترل بهتر دوچرخه را به دوچرخه سوار می‌دهد. این دوچرخه جدید هم اکنون در بازارهای اروپا به فروش می‌رسد.

دست کش های حساس

تماشاگر صرف نباشید و از داشتن گوشی لمسی خود در روزهای برفی و سرد هم لذت ببرید. همیشه کار با گوشی های لمسی در زمستان آن هم وقتی بیرون از خانه هستید عذاب آور است. اما برند چرم سوویني که یک برند صاحب سبک در طراحی و تولید لوازم چرمی دست دوز است، دستکش های لمسی حساس برای گوشی های هوشمند و گجت های شما طراحی کرده. دستکش هایی با درونی نرم و پشم دار تا حاشیه امنی برای سرمای بیرون باشند و به شما در کار با گجت ها و برنامه هاتان کمک کنند. این دست کش ها علاوه بر اینکه زیبا و خوش دست هستند می توانند حس گرهای گوشی های لمسی را نسبت به انگشت شما فعال کنند. دستکش های اولیور سوویني Oliver Sweeney Swipe Glove با ۹۹ دلار هدیه خوبی برای زمستان خواهند بود.

نایک همه کاره

یک پیاده‌روی یک ساعته می تواند در بهبود وضعیت جسمی شما تاثیر به سزایی داشته باشد. نایک برند پرآوازه در وسایل ورزشی با گجت «Fuelband» به بازار آمده تا علاوه بر وسایل ورزشی شما را ترغیب به ورزش هم بکند. این دستبند که شامل سنسورهای حرکتی است حرکت های شما را در طول روز بررسی می کند و در انتها به شما امکان می دهد تا خودتان را با بهترین وضعیت مقایسه کنید. در نهایت شما برنامه‌ای خواهید داشت که به شما پیشنهاد می دهد تا چقدر در طول روز به پیاده روی احتیاج دارید یا شاخص خوب و سالم زندگی کردن شما در چه حدی باید باشد.

یک دونده حرفه‌ای

این روزها با فراگیر شدن گوشی های هوشمند دیگر همه چیز راحت‌تر شده است. استفاده از برنامه‌های نرم افزاری و خدمات این گوشی ها خودش هزینه و زمان کمتری را صرف می کند. نرم افزار محبوب و رایگان «Runkeeper» یک سرویس آنلاین است که خدماتی از جمله GPS، تحلیل زمان و سرعت دویدن، شمارش کیلومتر و قدم ارائه می دهد و تمام این کارها وقتی انجام می شود که به موسیقی مورد علاقه‌تان گوش می دهید. این گجت برای آیفون و اندروید به صورت رایگان در دسترس است.

دستبند نایک که شامل سنسورهای حرکتی است حرکت‌های شما را در طول روز بررسی می کند و در انتها به شما امکان می‌دهد تا خودتان را با بهترین وضعیت مقایسه کنید

هدفون اختصاصی

هدفون «بویز» سه دلیل به شما ارائه می کند که چرا باید برای تمرینات خود و یا در زمان دویدن و اصولا ورزش کردن از این هدفون‌ها استفاده کنید. دلیل اول اینکه شما باید گوش های خود را به هر نحوی که شده امن و سالم نگاه دارید. بهترین نوع مواد استفاده شده در این هدفون‌ها مقاوم در برابر انواع آب و هوا و عرق و اثر انگشت به شما در آب و خشکی کمک می کند تا گوش سالم تری داشته باشید. دوم اگر به دنبال شنیدن موسیقی روی اکوردهای کوتاه‌تر هستید تا در حرکت کیفیت بهتری از صدا را داشته باشید، بویز این اطمینان را به شما خواهد داد و در نهایت اگر تمایل دارید تا هدفون اختصاصی خود را داشته باشید این هدفون کار را تمام می کند. با نزدیک به ۱۳۰ یورو بهترین کیفیت صدا را داشته باشید.



ردپای اسب در دنیای لاکچری

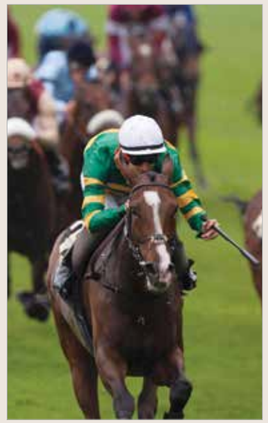
نجیب دوست داشتنی

فهمیدن و درک متقابل و ارتباطی مسالمت آمیز یکی از ارکان مهم در یک رابطه انسانی است. اما میان دیگر موجودات زنده نیز آیا همین رابطه در جریان است؟ میان انسان و حیوانات همواره این انسان بوده است که از این رابطه سود برده است اما ارتباط میان انسان و اسب داستان متفاوتی دارد.

ROYAL ASCOT









مسابقه Royal Ascot که همه ساله در برکشایر انگلستان و به میزبانی خانواده سلطنتی انگلستان برگزار می شود.
میهمانان ویژه ای دارد و ویژگی جالب توجه آن لباس و کلاه مخصوص این مسابقه است

دِرساژ «dressage» رشته‌ای در ورزش سوارکاری است که در آن سوار، اسب خود را به اجرای مجموعه حرکات دقیق و هماهنگ با ترتیب و زمان‌بندی مشخصی وامی دارد تا میزان هماهنگی خود با اسب و آزمودگی حیوان را نشان دهد.



اسب از دیرباز مورد توجه انسان و پیشرفت های تمدنی اش بوده است. حتی در احادیث دینی هم به فواید و ویژگی های اسب اشاره های مستقیم شده است. اما جدای از فوایدی که اسب برای انسان دارد حضورش به عنوان موجودی زنده در کنار انسان برای لذتی از لذات زندگی یعنی ورزش مقدم بر هر چیزی است. سوارکاری ورزشی است با گرایش ها و شاخه های متعدد که علاوه بر اینکه مستلزم هماهنگی میان اسب و سوارکار است، باعث تمرکز و تقویت قابلیت های سوارکار نیز می شود. تمرینی فوق العاده برای مغز و روحیه که علاوه بر هماهنگی با موجودی زنده و باهوش چون اسب باعث بالا بردن ویژگی هایی چون صبر و بردباری و قدرت تشخیص می شود. تاثیری باورنکردنی روی اعتماد به نفس دارد و حس مسئولیت شما را در قبال همه چیز افزایش می دهد. حس شادی و آرامش در کنار کاهش استرس و اضطراب و القای حس آزادی چیزی است که وقتی ورزشی مانند اسب سواری را انتخاب می کنید به شما دست می دهد.

اسب سواری یا سوارکاری ورزشی است که شاخه های متعدد و متنوعش از یک طرف و درجه های متفاوت سهولت و یا سختی کار با اسب از طرف دیگر باعث شده ورزشی خاص باشد. در گذشته ورزش مورد علاقه اشراف و ثروتمندان بوده است و یا بیشتر افسران و سربازان بودند که انواع و اقسام شاخه هایش را انجام می دادند. سبک های مختلفی مانند پرش با اسب، کورس، چوگان و استقامت تا درساژ و یورتمه و تاخت. ارابه رانی هم که از یونان باستان و روم به ارث رسیده و ورزشی کاملا باستانی است.

طی تحقیقاتی که توسط دو دانشگاه در انگلستان (The University of Brighton و Plumpton College) انجام شده، ثابت شده است که شرکت منظم در اسب سواری برای سلامت انسان مفید است. این تحقیقات که در انجمن سلطنتی اسب انگلستان ثبت شده نشان می دهد سواری علاوه بر سلامت خود اسب سوخت و ساز کالری و مصرف انرژی را نیز در سوار کار افزایش چشمگیری می دهد. قدم رفتن آهسته اسب مانند راه رفتن انسان ماهیچه ها و ارگان های درونی فرد را به کار انداخته و از یک ساعت اسب سواری معادل یک ساعت دویدن با سرعت ۸ کیلومتر در ساعت و یا دوچرخه سواری با سرعت ۱۹-۲۲ کیلومتر در ساعت می تواند کالری بسوزاند. بعد از اولین سوارکاری ممکن است ماهیچه هایی از شما درد را احساس کند که تا آن موقع حتی از وجود آنها خبر هم نداشتید.

رشته اصلی و اصیل اسب سواری چوگان و چابک سواری است که هم در ایران و هم در غرب از دیرباز مرسوم بوده است. رشته ای مانند اسب دوانی در تمام دنیا یکی از پرطرفدارترین ورزشهاست شاخه ای اصیل از این ورزش که در کشوری مانند انگلستان به عنوان یک مسابقه سلطنتی برگزار می شود. مسابقه رویال اسکات Royal Ascot که همه ساله در برکشایر انگلستان و به میزبانی خانواده سلطنتی انگلستان برگزار می شود، میهمانان ویژه ای دارد و اکثر اشراف و ثروتمندان در این رویداد شرکت می کنند و ویژگی جالب توجه آن لباس و کلاه مخصوص این مسابقه است.

مسابقاتی هم هست مانند National Hunt Racing که اهمیت فراوانی در همه دنیا دارد. این مسابقات زمینه ای می شود برای یک فعالیت اقتصادی چه در زمینه فروش اسب و چه اصلاح نژاد که میلیون ها دلار به جیب صاحبانشان سرازیر می کند. مسابقه های اسب دوانی «تروبرد» نیز در انگلستان و بسیاری از کشورها بسیار معروف و مهم تلقی می شود. از همه پر طمطراق تر هم مسابقات درساژ است که محبوبیت زیادی در بین فرانسوی ها دارد. در این مسابقات که هلندی ها رکورد دارش هستند تطبیق دقیق حرکات اسب و سوار و نمایش رقص گونه ای از حرکت پاهای اسب است.

یک ساعت اسب سواری معادل یک ساعت دویدن با سرعت ۸ کیلومتر در ساعت و یا دوچرخه سواری با سرعت ۱۹-۲۲ کیلومتر در ساعت می تواند کالری بسوزاند



جستجو در تاریخ یک عطر

تولد یک رایحه

تمامی عطرهای موفق و پر فروش و ماندگار بیش از ۵۰ سال دارند و نامشان مؤید بهترین بودن در طول روزگاران است. سال ۱۹۲۱ در پاریس پر زرق و برق و پرشکوه آن روزها، یکی از همین عطرها متولد شد و تاکنون بعد از ۹۰ سال از آن روزگار هنوز که هنوز است عطری است که مشام انسان را تحریک می‌کند؛ عطر شماره ۵ شنل

هنوز هم باید عطر را از گنجه مادربزرگ‌ها و پدربزرگ‌ها دزدانه برداشت و در روزگار آن‌ها بدنبال ردپای بهترین عطرها و استشمام برترین رایحه‌ها بود. روزگاری در گوشه کنار دنیا از پاریس تا نیویورک نام بانویی از پاریس بر سر زبان‌ها بود که در میان طراحان مد و لباس آن هم در دنیای مردانه آن روزگار تولدی دیگر محسوب می‌شد. تولدی از جنس زنانه و طراحی برای لباسی متفاوت و مدرن. «گابریله شانل» معروف به کوکو شانل، موسس برند شانل در پاریس بود. سال ۱۹۰۸ عنوان بهترین طراح را از آن خود کرد و تا سال‌ها در زمینه طراحی مدهای شیک و در عین حال ساده و با تزئینات پر زرق و برق یکه‌تازمیدان بود و بوتیک‌های مختلفش را در زمینه مد و لباس و عطر افتتاح می‌کرد. در دوران جنگ‌های جهانی توانست نه تنها بهترین طراحی‌هایش را به بازار مد عرضه کند بلکه عطری را معرفی کند که از باغچه کوچک گل‌های یاس خانه‌اش، تا زمین‌های سرد و یخچال‌های قطب عطرش بپیچد و مشام انسان را مست کند.

عطر شانل شماره ۵

در پنجمین روز از پنجمین ماه سال ۱۹۲۱ کوکو شانل عطری را معرفی کرد که نماد عطر و بوی یک زن مدرن شد. اما داستان تولد این عطر داستان زنانگی یک تفکر مردانه است. در آن روزگار مشام یک زن را همیشه بوهایی از صابون و پوست روغن خورده پر می‌کرد. صابون‌های عطری و استفاده از آن هم برای طبقه مرفه فراهم بود. کوکو وقتی در کافه‌ها می‌چرخید این را دریافته بود که در کنار لباس‌های زیبا اگر بوی مناسب و خوبی نباشد پرنسس به‌مانند سیندرلایی با لباس مندرس جلوه گر خواهد شد. پس بهترین کار را کرد. پیدا کردن راه کار برای تست ایده‌اش.

در اواخر تابستان ۱۹۲۰ شانل تصمیم گرفت تعطیلاتش را در کوته داسور «Cote d'Azur» با نامزدش گرند دوک پاویلویچ بگذراند. در میان دوستانش در این سفر ارنست بیو «Ernest Beaux» طراح صنعت عطر برای خانواده سلطنتی روسیه هم بود. وی کسی بود که شانل را در چالش جدیدش کمک کرد.

در آن روزگار تنها راه برای ایجاد رایحه تازه استفاده از مرکبات مانند لیمو ترنج و پرتقال بود. ارنست دست به تهیه بیش از ۲۰ رایحه مختلف با گل‌ها و با ترکیب و تغییر آن‌ها زد و در نهایت ۱۰ رایحه را به کوکو معرفی کرد. از بین همه آن‌ها شانل شماره ۵ را انتخاب کرد. رایحه‌ای که هم عطر صابون مورد علاقه شانل را داشت هم ترکیبی از رایحه گل‌ها و میوه‌ها بود. رازی که شانل خودش فاش کرد: «عطری که ریشه در کودکی‌هایم و زندگی در صومعه داشت اما عطری است که مانند هیچ عطر دیگری نیست عطر و بوی خوش یک زن». وقتی شانل از این عطر که در سفر استفاده می‌کرد همه از او می‌پرسیدند این چه عطری است و از کجا آمده. برای او این لحظه‌ای ناب و انقلابی بود که تصمیم گرفت تا این عطر را به عنوان واقعی کلمه برای زنان خوش پوش و خوش سلیقه عرضه کند. پس تصمیم گرفت و عملی کرد. سرانجام در روز پنجم از ماه پنجم سال ۱۹۲۱ به تمامی زنان پاریسی هدیه شد. عطری جدید برای بانوان مدرن که هرگز استشمام نشده بود و نقطه عطفی در تاریخ عطر شد.



SENCE OF A WOMEN

نگاهی به مجموعه عینک های تام فورد در ۲۰۱۵

هندسه زیبایی

فقط کافی است بخواهید روی کسی تاثیر مثبت بگذارید و یا به دلایلی موجه جلوه کنید، یا بخواهید فشن و به روز باشید، یا متفاوت به نظر برسید؛ پس عینک بزنید. دلایل بسیار زیادی هست که باعث می‌شود عینک جزو اکسسوری‌های جذاب و پرقدرت باشد. چیزی که روی صورت قرار می‌گیرد و وظیفه‌اش جلب توجه و تغییر محسوس در حالت صورت است. گاهی عینک شما را زیباتر، گاهی باهوش‌تر و گاهی موجه‌تر جلوه می‌دهد. اما بسته به استفاده از عینک چه طبی و چه آفتابی همیشه باید این را در نظر داشته باشیم که هماهنگی عینک با چهره، مهم‌تر از نام برند است.



حضور شخص تام فورد در کمپین های تبلیغاتی این برند



عجیب و حیرت آور. با میل فراوان برای ابراز چیزی جدید و متفاوت. این ها بخشی از ویژگی های مجموعه جدید عینک های تام فورد است. بیانگر سبک پر زرق و برق و چشمگیری که مد سبک آمریکایی به آن شناخته می شود. جاذبه ای زنانه همراه با نگرشی شجاعانه و ظریف به مد

آخرین مجموعه

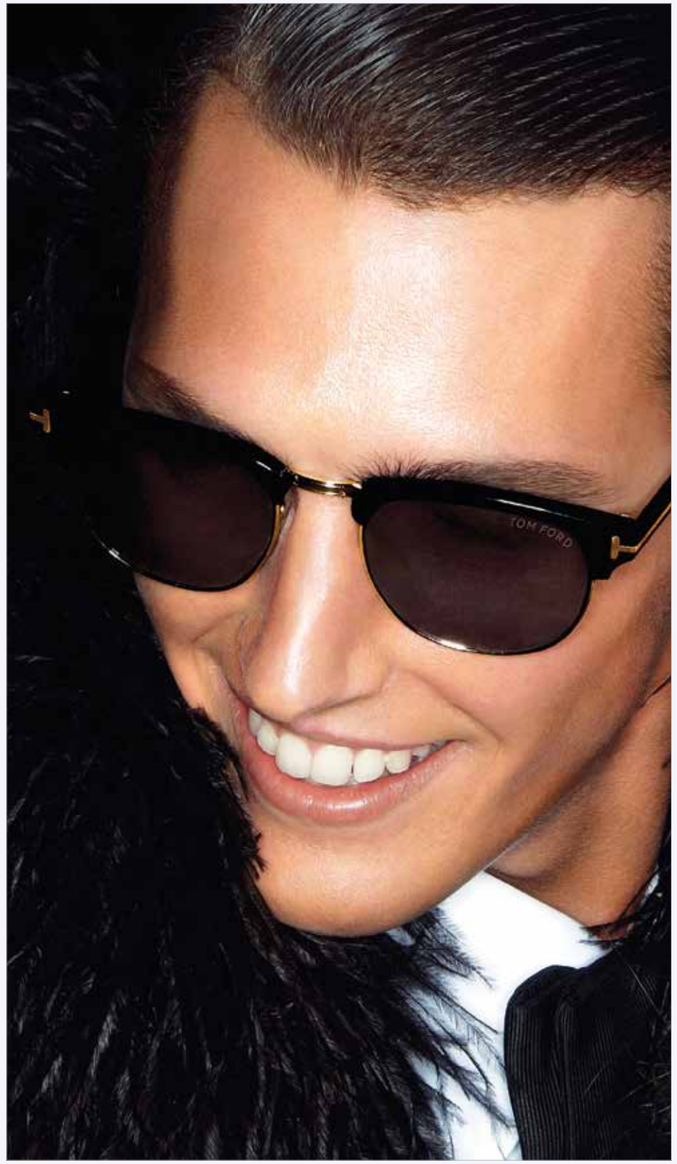
تام فورد برند صاحب نام در دنیای مد این روزها سایت خود را برای عینک هایش به روز کرده است. مجموعه جدید ۲۰۱۵ عینک هایی با فریم‌های مختلف از چهارو جهی تا گربه‌ای کلاسیک و از نیم فریم‌های ساده تا فریم‌های مشکی و یا با رنگ های مختلف و تیره که گاهی از ترکیب رنگ یا پترن‌های هندسی هم در طراحی رنگ آن استفاده شده است. اما ترکیب دو رنگ و سبک گرد یا گربه‌ای با فریم تیره انگار این روزها محبوب‌تر است.

در مجموعه زنانه نیز فریم‌های گربه‌ای کلاسیک چه در آفتابی ها و چه در طبی بیشتر به چشم می‌آید. فریم‌هایی با رنگ های تیره و یا ترکیب رنگ چوبی و کائوچویی که در رنگ های گرم عینک های آفتابی هم دیده می‌شود. تام فورد با علامت تی جذاب در نقطه اتصال دسته با فریم، روی اصالت مجموعه‌هایش چه در زنانه و چه مردانه تاکید کرده است.

نگاهی دیگر

یک سایت معتبر در زمینه فروش عینک دست به ابتکار جالبی زده است. در این سایت شما می‌توانید با انتخاب مجموعه‌های مختلف برند های معتبر انتخاب مناسب خود را انجام دهید. مدل های مختلف را سبک سنگین کنید و در نهایت روی صورت خود تست کنید. قابلیتی که نیازمند داشتن عکسی از شماست. در این سایت شما می‌توانید بعد از انتخاب عینک آن را از زوایای مختلف ببینید و روی صورت مجازی خود بگذارید و از خودتان عکس بگیرید. نام‌های معتبری چون تام فورد واربی پارکر، سوارسکی و دیگر برند های معتبر، عینک های آفتابی و طبی خود را در این سایت عرضه کرده‌اند.

http: //www. lenscrafters. com/lc-us/brands

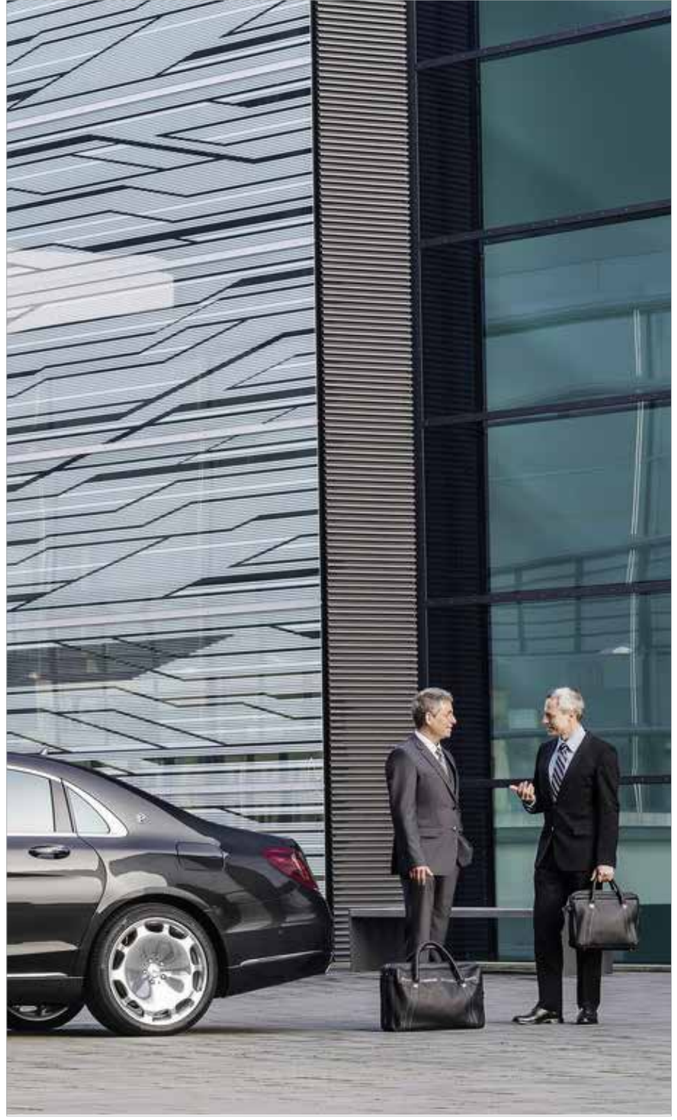




بهار ۲۰۱۵ و شکوفایی دوباره میباخ

خانه لوکس مرسدس

می‌باخ از ابتدای حضورش به عنوان یک برند خودرو همواره جزو خودروهای لوکس و گران بوده است. بعد از همکاری با برندهای معتبری همچون وولکس واگن و بی‌ام و در ده سال گذشته، می‌باخ تولید متفاوت و طراحی لاکچری تری را با بنز به بازار ماشین‌های مجلسی و پر زرق و برق برای ۲۰۱۵ نوید داده است. کمپانی مرسدس بنز فضای داخلی این اتومبیل را اینگونه توصیف میکند:«بالاترین رده سفارشی از میان تمامی مرسدس بنزها»





مرسدس – می‌باخ S600 در حالی برای رونمایی در آوریل مرسدس – می‌باخ S600 در حالی برای رونمایی در آوریل ۲۰۱۵ آماده می‌شود که در سال گذشته، مدل‌هایی مثل می‌باخ ۶۲ و ۵۷، با کف قیمت ۳۵۰ هزار قیمت گذاری شد که رقمی رویایی بـرای خرید یک خودرو هر چند لوکس محسـوب می‌شد. در حالی که امسال نامی همچون مرسدس است که مدل اخیر می‌باخ را یدک می‌کشد، ناظران معتقدند با توجه به اینکه مدل‌های سدان بنز همیشه مدل‌های مجللی بوده، با حضور می‌باخ لوکس‌تر و مجلل‌تر هم خواهد شد و بالا بودن قیمت این مدل بعید به نظر نمی‌رسد.

مدل مرسدس می‌باخ S600 که در اولین نمایشگاه اتومبیل لس آنجلس در سال ۲۰۱۵ رونمایی شد جزو کلاس S بنز است که در دسـته مدل‌های لوکس بنز قرار می‌گیرد. راحتی و آسایش همراهان در مدل‌های جدید کلاس S همواره مد نظر طراحان بنز بوده و این بار در این مدل به نهایت درجه خود رسیده است.

به کابین هواپیما خوش آمدید

شباهت مدل‌های بنز سدان با کابین هواپیما و راحتی و آسایش سرنشینانش بر کسی پوشیده نیسـت. در تمامی مدل‌های سـدان بنز این راحتی مد نظر قـرار دارد، اما در مدل میباخی مرسدس شما با قسمت بیزینس کلاس یک جت مسافربری سـر و کار دارید که راحتی را به شـما پیش کش خواهد کرد. صندلی‌ها از چرم کاملا طبیعی و هوا گیری شده که در حضور طولانی بر روی صندلی عرق شـما را در نیاورد. مخصوصا با افزایش فضای پای مسـافر که گسترش یافته و حتی بیشتر از مدل‌های VIP و هواپیمایی اش، امکان خواب و یا حرکت راحت‌تـر را فراهم کرده اسـت. در کنار تزئینـات لوکس و چشـمگیر داخل ماشـین که با چوب و تریم‌های فلزی کار شده، شما قابلیت سفارشی کردن جزء به جزء داخل ماشین را خواهید داشت. از رنگ صندلی‌ها گرفته تا دستگیره‌های در.

قلبی با ۱۲ سیلندر

از برنامه‌های بنز برای ماشین‌های سدان همیشه موتوری بوده که مردان خانواده بتوانند راحت به آن اعتماد کنند. یک موتور ۱۲ سیلندری و ۶ لیتری با ۵۲۳ اسب بخار که با دو توربو که صفر تا ۱۰۰ آن ۵ ثانیه طول می‌کشد. بدنه می‌باخ مرسدس با تغییری جزئی بزرگ‌تر شده تا فضای بیشتری در داخل ایجاد کند اما با زیرکی طراحان و کوچک کردن درهای عقب این کشیدگی ۲۰ سانتی متری کمتر به چشم می‌آید. بزرگی و گسترد گی شیشه‌ها باعث نشـده تا داخل ماشین فضای سـکوت و آرامشش را از دست بدهد و صندلی‌ها کمی عقب‌تر قرار گرفته‌اند تا فضای خصوصی بیشتری فراهم شود. سقف سان روف و تلویزیون و سوکت‌های شارژ گوشی بعلاوه یک بار کوچک در میانه ماشین فضای ایده‌آلی را برای شما فراهم کرده است.

ماشینی مخصوص سخت پسندها و علاقه‌مندان به خودروهای کلاسیک و کسانی که برایشان کلاس و نام اهمیت دارد. ناظران معتقدند این خودرو قیمت پایه‌ای حدود ۲۰۰ هزار دلار خواهد داشت که بر اساس سفارشی شدن متغیر خواهد بود.



BARAN HEALTH TOWER

BHT

As Easy As Possible

BHT

هتل برج سلامت، راه حلی به سبک باران

BARAN GROUP

۰۵۱ - ۳۸۱۸۱

دیار تمان ارتباط با مشتریان گروه مهندسی باران


BARAN GROUP
www.baran.ir
خانه‌ای سرشار از تندرستی
هتل برج مسکونی باران ۳
محوطه اختصاصی پیاده روی و ورزش روی بام
IOS application
Android application
instagram.com/barangroup
fb.com/baranlifestyle
تلفن تماس: ۳۸۱۸۱-۰۵۱