

# Đón đầu xu hướng phục hồi của thị trường may mặc Việt Nam

13:21 09/04/2024

Tác giả: Đang cập nhật

**Tổng Công ty May 10 cam kết cung cấp cho khách hàng những sản phẩm chất lượng cao, thân thiện môi trường và góp phần thúc đẩy ngành dệt may Việt Nam phát triển bền vững.**

Trong suốt ba thập kỷ qua, May 10 đã đầu tư vào đào tạo nguồn nhân lực, đặc biệt là đội ngũ nhà thiết kế. Hiện nay, công ty có hơn 30 nhà thiết kế và 200 nhân viên trong bộ phận phát triển sản phẩm mới cho thị trường nội địa. Nhờ đó, May 10 chủ động và tự chủ hoàn toàn trong khâu thiết kế.



*Ông Thân Đức Việt, Tổng Giám đốc Tổng Công ty May 10*

Ông Thân Đức Việt, Tổng Giám đốc Tổng Công ty May 10, nhận định nền kinh tế Việt Nam đang có những dấu hiệu phục hồi sau giai đoạn khủng hoảng do đại dịch Covid-19 và biến động kinh tế năm 2023. Ngành hàng thời trang may mặc, lĩnh vực mà Tổng Công ty May 10 hoạt động, cũng

chịu ảnh hưởng tiêu cực bởi đại dịch và năm 2023. Tuy nhiên, những tín hiệu tích cực đang dần xuất hiện, cho thấy tiềm năng phục hồi của ngành trong thời gian tới.

### **Đón đầu xu hướng phục hồi của thị trường thời trang**

Sau giai đoạn khó khăn, nền kinh tế dự kiến sẽ phục hồi, dẫn đến nhu cầu tiêu dùng trong nước tăng cao. May 10 muốn đón đầu xu hướng này bằng cách khai trương cửa hàng mới để đáp ứng nhu cầu của thị trường.

May 10 luôn đề ra chiến lược phát triển thương hiệu bền vững cho cả ngắn hạn và dài hạn. Ngay từ đầu năm 2024, chúng tôi đã khai trương cửa hàng thứ hai tại thị trường Hà Nội. Tiếp theo, dự kiến trong tháng 5, May 10 sẽ tiếp tục khai trương cửa hàng may đo veston cao cấp kết hợp với cửa hàng thương hiệu May 10 tại 38 Hai Bà Trưng. Đây là một phần trong chiến lược trung và dài hạn của May 10 trong nhiều năm qua nhằm phát triển thương hiệu nội địa, ông Thân Đức Việt cho biết

May 10 mong muốn, đưa sản phẩm thời trang Việt đến người tiêu dùng Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng. Với kinh nghiệm xuất khẩu cho các thương hiệu thời trang lớn trên toàn cầu, May 10 có lợi thế cạnh tranh và sẵn sàng chinh phục thị trường nội địa.

Thương hiệu Việt ngày nay không chỉ hòa nhập vào dòng chảy phát triển chung mà còn sở hữu tiềm năng to lớn. Từ khâu thiết kế, cung cấp sản phẩm đến phát triển hệ thống phân phối, thời trang Việt đủ sức đáp ứng nhu cầu của cả người tiêu dùng trong nước và quốc tế khi khách du lịch đến tham quan Việt Nam.

Năm 2024 là năm bản lề quan trọng với May 10. Bên cạnh thương hiệu truyền thống Grus và May 10 đã gắn liền với thị trường trong nước hơn 30 năm qua, trong những năm qua công ty ra mắt thêm thương hiệu thời trang nữ cao cấp DeTheia vào tháng 10/2022 và Generos tháng 11/2022.



*Trong năm 2023-2024, May 10 tiếp tục triển khai nhiều dự án lớn*

Ông Thân Đức Việt nhấn mạnh, tầm quan trọng của sự kiện khai trương trung tâm thời trang May 10 Centurion tại số 3 Ô Chợ Dừa: “Sự kiện này đánh dấu bước đột phá trong chiến lược tiếp cận và phục vụ khách hàng của May 10, hướng đến mang lại trải nghiệm mua sắm tốt nhất cho khách hàng khu vực. Bên cạnh hệ thống cửa hàng truyền thống, May 10 đang tập trung phát triển mạnh mẽ kênh phân phối thương mại điện tử và đa dạng hóa phương thức bán hàng. Đây là chiến lược quan trọng nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng trong thời đại công nghệ số”.

Trong năm 2023 - 2024, May 10 tiếp tục triển khai nhiều dự án lớn như chuỗi trung tâm thời trang May10 Centurion, hệ thống cửa hàng tại hầu hết các tỉnh thành trong cả nước như Hà Nội, Hải Phòng, Thái Bình, Thành phố Hồ Chí Minh, các trung tâm thời trang May 10 Centurion hoạt động theo mô hình trung tâm thời trang công sở với đa dạng các sản phẩm, nhãn hiệu, mẫu mã cho giới văn phòng công sở.



## Hướng đến thị trường nội địa và sản xuất xanh

Tổng Công ty May 10 không chỉ tập trung vào thị trường xuất khẩu mà luôn coi trọng thị trường nội địa. Ngay từ những năm 90 của thế kỷ trước, khi bắt đầu xuất khẩu sang thị trường châu Âu, May 10 đã học hỏi công nghệ, kinh nghiệm, kiến thức về thiết kế, sản xuất và phát triển thương hiệu từ các nước tây Âu và Nhật Bản.

Học hỏi từ những kinh nghiệm đó, May 10 đã xây dựng chiến lược phát triển thị trường nội địa song song với thị trường xuất khẩu. Mặc dù hiện nay 80% doanh thu của công ty đến từ xuất khẩu, nhưng May 10 xác định thị trường trong nước là chìa khóa cho sự phát triển bền vững và lâu dài. Doanh thu năm 2023 của May10 đạt 4.248 tỷ đồng, tăng 1,15% so với kế hoạch.

Với doanh thu năm 2023 của May 10 đạt 4.248 tỷ đồng, tăng 1,15% so với kế hoạch năm 2023 và quay trở lại top 3 ngành dệt may trong thời kỳ kinh tế vô cùng khó khăn, qua đó May 10 đã khẳng định được tiềm lực và vị thế dẫn đầu của mình trong ngành thời trang. Bên cạnh đó trong những năm qua doanh thu của Tổng Công ty May 10 có sự tăng trưởng trung bình trên 10% so với kế hoạch đề ra. Hiện nay, May 10 là đối tác tin cậy của hầu hết các thương hiệu thời trang lớn trên thế giới như Pierre Cardin, Van Heusen, Calvin Klein, Perry Ellis, Old Navy, Alain Delon, Seildensticker, Express.... Các dòng sản phẩm đã làm nên tên tuổi của May 10 tại thị trường nội địa như May 10 Expert, May 10 Series, May 10 Classic, May10 Classic Suit....

Tổng Giám đốc Tổng Công ty May 10 cho rằng, May 10 đang tập trung vào hai khâu thiết kế và sản xuất để thực hiện chiến lược sản xuất xanh. Trong thiết kế, công ty chú trọng đảm bảo sản xuất xanh và sản phẩm xanh, sử dụng nguyên liệu tái chế và thân thiện môi trường, đồng thời giảm thiểu rác thải.

“Công ty cũng đang áp dụng trí tuệ nhân tạo (AI) vào công tác thiết kế, giúp nâng cao tính hội nhập của các nhà thiết kế Việt Nam nói chung và May 10 nói riêng. Trình độ của các nhà thiết kế Việt Nam hiện nay tương đương với các nhà thiết kế trên thế giới, và tốc độ thiết kế cũng đã được san phẳng”, ông Việt thông tin thêm.

May 10 đầu tư mạnh vào thiết kế và sản xuất để thực hiện chiến lược sản xuất xanh. Về sản xuất, May 10 hướng đến giảm sử dụng nguyên liệu hóa thạch, sử dụng năng lượng tái tạo (điện năng mặt trời) và chuyển đổi từ đốt than sang đốt bằng nguyên liệu sinh khối, điện hoặc gas. Công ty cũng đầu tư nhà xưởng theo tiêu chuẩn xanh và tăng tỷ trọng sử dụng sợi organic (bông, tre, cà phê) cùng các loại sợi có nguồn gốc từ thực vật, thân thiện môi trường.

Ngoài ra, để hướng đến người tiêu dùng, May 10 sử dụng túi giấy thay cho túi nilon, đồng thời sử dụng bao bì sản phẩm thân thiện, phân hủy nhanh trong môi trường.

Với chiến lược này, May 10 thể hiện cam kết mạnh mẽ trong việc bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Công ty luôn tiên phong áp dụng các giải pháp sản xuất xanh, cung cấp cho khách hàng những sản phẩm chất lượng cao, thân thiện môi trường và góp phần tạo dựng một tương lai xanh cho ngành may Việt Nam.

Ông Việt nhấn mạnh: “Phát triển bền vững là xu hướng tất yếu của ngành sản xuất hiện nay, đòi hỏi nguồn vốn đầu tư lớn. May 10 đang triển khai chiến lược chuyển đổi, tuy nhiên chi phí đầu tư cho các giải pháp xanh còn cao. Do đó, công ty cần nguồn lực tài chính xanh để hỗ trợ quá trình chuyển đổi này”.

Bên cạnh tài chính, nguồn nhân lực cũng đóng vai trò quan trọng. Việc áp dụng công nghệ hiện đại, bao gồm trí tuệ nhân tạo trong sản xuất, đòi hỏi đội ngũ nhân viên phải được đào tạo bài bản và nâng cao kỹ năng liên tục.

May 10 hướng đến mục tiêu sản xuất sản phẩm đẳng cấp quốc tế với giá cả cạnh tranh, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng trong nước. Tham gia phong trào "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", May 10 ý thức được trách nhiệm của nhà cung cấp sản phẩm thời trang chất lượng cao, góp phần thúc đẩy ngành dệt may Việt Nam phát triển bền vững

**Hoài Thu**

**Link bài viết:** <https://nguoilambao.vn/public/don-dau-xu-huong-phuc-hoi-cua-thi-truong-may-mac-viet-nam>