

NGÀY 18/10/2013,
TỔNG CÔNG TY CP
MAY 10 TỔ CHỨC
LỄ KỶ NIỆM 10
NĂM VESTON
MAY 10 VÀ ĐÓN
NHẬN HUÂN
CHƯƠNG LAO
ĐỘNG HẠNG BA
CHO KHU SẢN
XUẤT VESTON
MAY 10.



Chủ tịch HĐQT Vinatex Vũ Đức Giang trao tặng Huân chương Lao động hạng Ba cho khu sản xuất Veston May 10.

VESTON MAY 10:

10 ^{NĂM} một thương hiệu HÀNG ĐẦU

● HỒ NGÀ

Sản phẩm chiến lược

Cách đây đúng 10 năm, lãnh đạo Tổng công ty (TCT) May 10 đã có một quyết định quan trọng có ý nghĩa chiến lược, đó là đầu tư sản xuất mặt hàng Veston cao cấp. Và đây được coi là sản phẩm chiến lược của May 10, không chỉ thực hiện mục tiêu đa dạng hóa sản phẩm trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt mà còn thực hiện được mong muốn của nhiều thế hệ lãnh đạo May 10 từ những năm 90 của thế kỷ trước.

Trải qua một thập niên, cùng biết bao sự thay đổi, từ chỗ chỉ có 01 dây chuyền sản xuất Veston

ban đầu năm 2003, đến nay, May 10 đã có 10 dây chuyền công nghệ mới, hiện đại nhất của Âu-Mỹ và Nhật Bản tại 5 đơn vị sản xuất. Sản phẩm Veston xuất khẩu đã tăng 7,5 lần - 1.500.000 sp/198.000 bộ/năm, chiếm 25% tổng sản phẩm của toàn bộ May 10. Điều này tạo thế và lực cho May 10 phát triển vững chắc trong hiện tại và tương lai, khẳng định việc lựa chọn Veston thành sản phẩm chiến lược của TCT trong thời kỳ hội nhập là hướng đi đúng đắn.

Từ chỗ mới bán veston may sẵn thì từ năm 2008 May 10 đã

mở các cửa hàng may đo trực tiếp cho khách hàng. Sản phẩm Veston tiêu thụ qua các năm liên tục có mức tăng trưởng cao từ 25-34%. Bà Nguyễn Thị Thanh Huyền - Tổng giám đốc Tổng công ty tự hào khẳng định: “Những bộ Veston May 10 là kết tinh của thời trang châu Âu, công nghệ Nhật Bản đã làm hài lòng từ những chính khách quan trọng của Việt Nam đến các Đại sứ của Việt Nam tại nước ngoài, các Đại sứ nước ngoài tại Việt Nam và tất cả các đối tượng khách hàng...”

Đối tác chiến lược

Do uy tín chất lượng sản phẩm và thương hiệu Veston May 10 không ngừng được nâng cao và có sức lan tỏa mạnh trên các thị trường lớn như châu Âu, Mỹ và Nhật Bản nên số khách hàng ngoại đến hợp tác làm ăn với May 10 ngày một tăng từ các khách hàng ban đầu như Mitsui Nhật Bản, Việt Anh, Brandtex, Đông Bắc đến Oktava- Israel, Itochu - Canda, Fashion Inside và C&A. Mặt hàng Veston đã đem lại lợi thế cạnh tranh cho May 10 so với các tên tuổi lớn trong lĩnh vực xuất khẩu hàng dệt may. Khách hàng nước ngoài tìm đến May 10 không chỉ bởi giá cả cạnh tranh, mà quan trọng hơn là uy tín về chất lượng sản phẩm và tiến độ giao hàng.

Trân trọng khách hàng, không ngừng đẩy mạnh công tác chào giá, phát triển mẫu nhằm thu hút các khách hàng có tên tuổi là công việc mà Phòng thị trường của May 10 rất chú trọng. Sự phản hồi của khách hàng là những đóng góp quý báu cho May 10 tích lũy thêm kinh nghiệm, phát triển dòng sản phẩm cao cấp phục vụ khách hàng ngày càng tốt hơn.

Năm 2004, mới đi vào hoạt động, May 10 sản xuất được 198.000 sản phẩm; năm 2005 đạt 564.346 sản phẩm và đến nay bình quân 1.500.000 sản phẩm/năm. Các dòng sản phẩm Veston May 10 đang rất được người tiêu dùng ưa chuộng là Mansuit, Cleopart và gần đây thêm nhãn hiệu cao cấp GRUSZ.

Nhằm chủ động sản xuất kinh doanh, tăng lợi nhuận, May 10 đã chuyển dần từ hình thức gia công ban đầu sang hình thức mua nguyên liệu, bán sản phẩm (FOB) từ năm 2009. Các khách hàng chính như Oktava (2009), Fashion Inside (2012) và C&A (5/2013) đến nay đã trở thành những đối tác chiến lược, tiêu biểu của May 10. Ông Rami - Tổng giám đốc Công ty Oktava Việt Nam đã đánh giá rất cao chất lượng Veston May 10 bởi tính ổn định của sản phẩm. Giá cả hợp lý, giao hàng đúng hạn là những ưu điểm khi làm việc cùng May 10.

Vươn tầm đẳng cấp quốc tế

Cùng với việc đẩy mạnh xuất khẩu từ năm 2005, May 10 đã chủ động chiếm lĩnh thị trường trong nước bằng cách nghiên cứu thành công bảng thông số chuẩn cỡ vóc người Việt Nam. Veston May 10 tung ra thị trường trong nước với các nhãn hiệu Mansuit, Cleopart và gần đây thêm nhãn hiệu cao cấp GRUSZ rất được người tiêu dùng Việt Nam yêu thích, thỏa mãn yêu cầu của nhiều đối tượng khách hàng.

Nếu như chiếc áo sơ mi chỉ bao gồm 40 chi tiết, thì một bộ veston lại bao gồm tới 250 chi tiết và cụm chi tiết. Đây cũng là sản phẩm cao cấp nhất trong lĩnh vực may mặc có độ phức tạp cao nhất không chỉ trong công nghệ sản xuất, mà còn là quy trình đào tạo, quản lý để dây chuyền được vận hành tốt nhất với giá trị đầu tư lớn. Vì vậy, để có được một bộ Veston hoàn hảo thì các khâu trong quá trình sản xuất đòi hỏi phải tuân theo một quy trình sản xuất chặt chẽ, nghiêm ngặt; đồng thời cũng đòi hỏi trang thiết bị hiện đại và phương pháp quản trị tiên tiến. Điều đó, 10 năm qua May 10 đã làm rất tốt. May 10 đã, đang và sẽ cung cấp những sản phẩm tốt nhất, đẹp nhất với giá cả hợp lý nhất cho mọi người Việt Nam. Bà Huyền tâm sự “chắc chắn thương hiệu Veston May 10 đã và sẽ tiếp tục khẳng định thương hiệu Việt Nam đạt tiêu chuẩn quốc tế. Đó chính là điểm tựa cho các doanh nghiệp Dệt May Việt Nam nói riêng và các doanh nghiệp Việt Nam nói chung, để tương lai không xa Việt Nam sẽ có những thương hiệu toàn cầu. Vì vậy, mong rằng tất cả mọi người Việt Nam hãy tin tưởng chúng tôi. Chúng tôi sẽ làm hết sức mình để thương hiệu Việt được nổi tiếng ở Việt Nam và vươn tầm đẳng cấp quốc tế” ■



Trao bằng khen cho 2 nhà thiết kế xuất sắc của khu Veston