

An Phước: Hành trình 32 năm đồng hành cùng ngành dệt may Việt Nam

08:50 14/11/2025

Năm 2025, khi cả nước hướng về dấu mốc 50 năm thống nhất, cũng là dịp để nhìn lại hành trình âm thầm nhưng bền bỉ của những tập thể đã góp phần vào sự đổi thay và hội nhập của đất nước.



Xưởng may An Phước những ngày đầu thành lập. Ảnh: An Phước

Khởi đầu với xưởng may gia công

Năm 1992, đơn vị khởi nguồn với xưởng may gia công xuất khẩu, quy tụ 30 công nhân và 60 máy may. Một năm sau đó, An Phước chính thức thành lập tại thành phố Hồ Chí Minh.

Nhà sáng lập Nguyễn Thị Điền cho biết khởi đầu với muôn vàn khó khăn trong thời kỳ đầu đổi mới, bà cùng cộng sự luôn đề cao sứ mệnh "lấy chất lượng làm gốc, đổi mới để thích nghi và đặt khách hàng là trung tâm". Doanh nghiệp khát vọng tạo ra sản phẩm phù hợp xu hướng và đậm bản sắc Việt.

Ban lãnh đạo nỗ lực gắn kết từng thợ may, đội ngũ thiết kế, quản lý, bán hàng và chăm sóc khách hàng. Từ đó, sản phẩm An Phước từng bước tiếp cận người Việt - từ trang phục công sở, dạo phố đến thường nhật, kết hợp hài hòa yếu thẩm mỹ, sự thoải mái và tính ứng dụng cao.

Năm 1997, khi cuộc khủng hoảng tài chính châu Á tác động mạnh đến nền kinh tế khu vực, bà Điền chủ động chuyển hướng chiến lược.

Theo đó, doanh nghiệp trở thành đối tác sản xuất, phân phối độc quyền thương hiệu thời trang nam Pierre Cardin ở ba thị trường Việt Nam, Lào, Campuchia.

Đại diện doanh nghiệp nhận định: "Đây là bước ngoặt lớn, không chỉ mở rộng thị trường, mà còn giúp chúng tôi tiếp cận tiêu chuẩn quốc tế, từng bước nâng cao năng lực sản xuất, tư duy phát triển sản phẩm. Đồng thời là động lực để công ty kiên trì theo đuổi con đường chất lượng và hội nhập".



Nhà máy tại khu công nghiệp Tân Bình, TP HCM. Ảnh: An Phước

Định hướng phát triển bền vững

Đến nay, An Phước vận hành 8 nhà máy, 182 cửa hàng bán lẻ trên toàn quốc và hơn 5.000 cán bộ, nhân viên. Mỗi năm, đơn vị sản xuất hàng triệu sản phẩm phục vụ tiêu dùng trong nước lẫn quốc tế.

Thương hiệu áp dụng công nghệ vào mọi quy trình - từ khâu chọn vải thân thiện môi trường (cotton, linen, sợi tre, sợi gỗ sồi), đến các dòng co giãn, làm mát, chống nắng, qua đó đáp ứng tốt khí hậu, lối sống lẫn gu thẩm mỹ người Việt.

Để đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng, An Phước từng bước mở rộng hệ sinh thái sản phẩm gồm đồ công sở, đi công tác, chơi golf, trang phục ngoài trời và

các dòng phụ kiện cần thiết. Đội ngũ phát triển nghiên cứu kỹ, làm sao để từng món đồ có thể đồng hành người tiêu dùng trong mọi hoàn cảnh.



Không gian trưng bày sản phẩm tại cửa hàng An Phước - Pierre Cardin. Ảnh: An Phước

Bên cạnh đó, với mục tiêu cung cấp trải nghiệm tiện lợi, gần gũi và hiện đại hơn, doanh nghiệp chú trọng chuyển mình trong kỷ nguyên số, điển hình là đầu tư thương mại điện tử, nền tảng di động cùng dịch vụ cá nhân hóa.

"Trong hành trình phát triển, chúng tôi trân trọng nhất niềm tin từ khách hàng, đối tác và tập thể cán bộ nhân viên. Đó là nguồn sức mạnh giúp công ty tiếp tục vững bước, không ngừng hoàn thiện", đại diện doanh nghiệp cho hay.

Ngày 15/4, An Phước được xướng tên là một trong 50 doanh nghiệp, đơn vị tiêu biểu thành phố Hồ Chí Minh. Trước đó, công ty 9 lần liên tiếp là "Thương hiệu Quốc gia", 25 năm liền người tiêu dùng bình chọn "Hàng Việt Nam chất lượng cao".



Đại diện Công ty TNHH May Thêu Giày An Phước nhận kỷ niệm chương "Doanh nghiệp tiêu biểu thành phố Hồ Chí Minh" nhân dịp 50 năm thống nhất đất nước

Trước loạt biến động toàn cầu, ban lãnh đạo An Phước cho biết sẽ kiên trì với mục tiêu phát triển bền vững - từ tối ưu quy trình, tinh gọn vận hành, đầu tư công nghệ đến nâng cao chất lượng nguồn nhân lực... nhằm thích ứng linh hoạt, nhưng không đánh mất bản sắc thương hiệu.

"32 năm là cột mốc đáng nhớ, nhưng với chúng tôi, đó chỉ là khởi đầu của hành trình dài phía trước. Tri ân sự đồng hành của khách hàng, đối tác, người lao động vì góp phần tạo nên hành trình đầy cảm xúc này. An Phước tiếp tục kiên định nâng tầm thời trang Việt, vươn xa bền vững và có trách nhiệm", đại diện đơn vị cho biết thêm.

Trần Mạnh