



PHUONG MY

KEEPING THE LOCAL IN MIND IN TERMS OF TALENT AND TARGET WHILE SETTING SITES ON THE CREATION OF A FLAGSHIP MODEL POISED TO OPEN A WINDOW TO THE WORLDWIDE FASHION MARKET.



TEXT **REBECCA VICKERS** PHOTOS COURTESY OF **PHUONG MY**

"You need to have something that is feminine but clean, and the tailoring needs to be easy to wear but still pretty enough to remember," describes Tran Phuong My, chief designer of the HCMC-based Phuong My fashion brand. "If you are too creative then people won't wear it, magazines will only shoot it. But if you are too simple then people will wear it but there is no story to tell."

Seeking creative and simple in just the right doses, Phuong My's designs outline an "optimum blend of materials and exclusivity" while keeping the needs and desires of the local market in mind. "Having studied in the US, a country with a lot of nationalities where everyone is very proud of their roots, made it easier for me to target my market and know what was missing and what I should do. Asian women are very small and when we walk into Dior, Louis Vuitton or Chanel we cannot find any clothes that fit us. All the dresses are too long because they are made for European sizing. If we buy Alexander Wang or even H&M, the fitting is different and not right for us. My target is Asian women so we cut the waistline higher and cut to fit the Asian body," described Phuong My of the approach her recent collections have taken on.

Keeping the local in mind in terms of target market as well as what skills they have to offer, Phuong My further set up her base within the city she hoped to serve for specific reason. "In Vietnam the workers are very skilled with their hands and they are very hard workers. For many

of them, sewing is a skill that they have had since they were 15. They may have taken over for or helped their mom in a family workshop, things like that. A lot of ladies are like that. If I hire someone who actually went to a fashion school there is no way that they will have the skills of these women because even if you go to fashion school you will have studied for only a few years. These women, they have worked their whole lives in the industry without even knowing it," described Phuong My of the reason for keeping production locally-based.

Materials, however, are something of a different story and one that Phuong My described proves to pose challenge in terms of working locally. "A lot of people in the industry in Vietnam criticize our brand because we import everything, not just the fabric but also the zippers, the thread, everything. But personally, I firstly created this brand to serve our target customer so what I want to do is deliver the best quality product and Vietnam doesn't have the best quality fabrics that we ask for, so the materials need to be imported." Sticking to her goal to offer the highest quality product possible, even if that means sourcing materials from abroad, the company and Phuong My's intentions call upon external sources when needed in order to achieve the caliber sought.

Phuong My has herself been working in the industry through additional outlets as well, doing production, design and styling projects for several agencies based in London and New York. "I work



with magazines like Elle, Harper's Bazaar and Vogue, doing fashion shoots and image campaigns," these side projects helping to ensure her outlook is informed and up to date with the industry's current demands. "The magazines from each country always know exactly what they want and what kind of style. Working with them is like studying a little bit more about the market before entering into it. You can ask yourself, is my brand right for the market yet or not? Do I need to wait more? When you enter into a new market the magazine is one of the most helpful sources to study the market."

From the customer's needs and means of production to material restraints and market research, Phuong My keeps HCMC close in mind but not solely or in terms of any sort of boundary. Drawing upon the resources and skills of the city and culture her practice is set within while setting sites on international horizons and recognition alike, Phuong My celebrates that something local through garments poised to lay her claim to space within the local and global fashion scenes alike. "The goal of establishing our first flagship store here in HCMC is to work with and promote the craftsmanship of the sewing, embroidery, the skills and everything from Vietnam... but the challenge is to do good business. We'll be releasing our second line soon and are focused on making it to be something very commercial and fun. It will be something still feminine, still Asian, and we will cut it to be specialized for the Asian market but it will be a lot more trendy and we will collaborate with a lot of different Asian talents to promote it." HCMC-based but confidentially world-bound, Phuong My seeks to craft a collection just creative enough to be worn and a story just memorable enough to be told - in HCMC, in Vietnam and the world over.

YOU NEED TO HAVE SOMETHING THAT IS FEMININE AND CLEAN, AND THE TAILORING NEEDS TO BE EASY TO WEAR BUT STILL PRETTY ENOUGH TO REMEMBER.

PHUONG MY

Tran Phuong My เกิดในโฮจิมินห์ซิตี้ในปี 1988 จบการศึกษาจาก Academy of Art ในซานฟรานซิสโก รัฐแคลิฟอร์เนีย เธอเป็นผู้ก่อตั้งและเป็น chief designer ของแบรนด์แฟชั่น Phuong My ที่เพิ่งเปิดร้านสาขาหลักในโฮจิมินห์ซิตี้ไปเมื่อปี 2013 นอกเหนือจากงานแฟชั่นที่เธอทำในโฮจิมินห์ซิตี้แล้ว Phuong My ยังร่วมงานกับนิตยสารแฟชั่นชื่อดังอย่าง Elle, Harper's Bazaar และ Vogue ด้วย

Tran Phuong My was born in 1988 in HCMC, Vietnam. Having studied and graduated with honors from the Academy of Art in San Francisco, CA, she is now the founder and chief designer for the Phuong My brand, which opened its first flagship store in HCMC in 2001. Aside from her contributions to HCMC's emerging fashion scene, Phuong My further contributes production and styling projects for key fashion magazines such as Elle, Harper's Bazaar and Vogue.

phuongmy.com

"เราจะต้องมีบางอย่างที่ที่มีความเป็นผู้หญิงแต่เรียบง่าย เช่นเดียวกับกับแพทเทิร์นเสื้อที่ต้องทำให้สวมใส่สบายในขณะที่เดียวกันก็ต้องน่ารักพอที่จะเป็นที่จดจำด้วย" Tran Phuong My หัวหน้าทีมดีไซน์เนอร์แบรนด์ Phuong My ในโฮจิมินห์ซิตี้บอกกับ art4d "ลูกค้าจะไม่ชอบถ้าดีไซน์ของคุณมันล้นไป จะสักแต่แมกกาซีนที่นำเรื่องของคุณไปลง แต่ถ้าคุณดีไซน์ให้มันเรียบง่าย ถึงผู้คนที่ชอบมัน แต่งานก็จะไม่มีเรื่องราว"

นี่เป็นการสมดุระหว่างความคิดสร้างสรรค์และความเรียบง่าย ดีไซน์ของ Phuong My ได้ครีเอท 'การผสมผสานที่ลงตัวระหว่างวัสดุและความพิเศษ' ในขณะที่เดียวกันก็ให้ความสำคัญกับการใช้งาน รสนิยม และทักษะของตลาดท้องถิ่นด้วย "การเรียนที่อเมริกา ประเทศที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและเขาเหล่านั้นภูมิใจในต้นกำเนิดของตัวเอง ทำให้เราจับเป้าหมายในตลาดได้ง่ายขึ้น และเห็นในสิ่งที่มันขาดอยู่ซึ่งทำให้เราคิดว่าตัวเองควรทำอะไร" ครบรอบ 2 ปี เข้าไปแล้วสำหรับร้านสาขาใหญ่ของ Phuong My ที่ตั้งอยู่ในโฮจิมินห์ซิตี้ ซึ่งเป็นเมืองที่เธอต้องการสนับสนุน และเธอก็มีเหตุผลหลายข้อประกอบการตัดสินใจเลือกโฮจิมินห์ซิตี้เป็นที่ตั้งร้าน "ในเวียดนาม แรงงานที่ทุ่มเทกับการทำงานด้วยมือที่ดีมากและเป็นแรงงานที่ทุ่มเทให้กับงานด้วยพวกเขาเรียนรู้ทักษะการเย็บผ้าตั้งแต่อายุ 15 และอาจรับช่วงต่อกิจการหรือช่วยกิจการที่บ้าน ผู้หญิงเหล่านี้ทำงานในวงการแฟชั่นทั้งชีวิตโดยที่เธอไม่รู้ตัวด้วยซ้ำ" นี่ถือเป็นเหตุผลในการเลือกใช้คนงานท้องถิ่นในการผลิตของ Phuong My

ตรงกันข้ามกับวัสดุที่ใช้ซึ่งมีเรื่องราวที่แตกต่างออกไปอย่างสิ้นเชิง Phuong My บอกกับเราว่าวัสดุเป็นประเด็นที่ถูกพิจารณาอย่างมากในแง่ของการทำงานกับคนท้องถิ่น "หลาย คนในวงการแฟชั่นเวียดนามวิจารณ์แบรนด์ของเราเพราะว่าเรานำเข้าวัสดุทุกชิ้นจากที่อื่น ไม่ใช่แค่ผ้า แต่รวมไปถึงซิป ด้าย ทุกอย่างเลย โดยส่วนตัวแล้วเรามองว่า เราสร้างแบรนด์นี้มาเพื่อกลุ่มลูกค้าระดับหนึ่ง และสิ่งที่เราจำเป็นต้องทำคือ การสร้างโปรดักท์ที่มีคุณภาพ เวียดนามไม่มีวัสดุที่ดีพอสำหรับเรา ดังนั้นเราจึงต้องนำเข้ามันทั้งหมด" เพื่อที่จะทำตามเป้าหมายของแบรนด์ Phuong My จำเป็นต้องใช้วัสดุจากต่างประเทศเพื่อรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์

จะด้วยความต้องการของตลาดและมาตรฐานในการผลิต หรือข้อจำกัดในด้านวัสดุกับการสำรวจตลาด Phuong My ได้เลือกโฮจิมินห์ซิตี้เป็นฐานการผลิต แต่เธอก็ไม่ได้ยึดติดหรือตีกรอบจำกัดตัวเองแต่อย่างใด ทั้งการหยิบเอาทรัพยากร ความเชี่ยวชาญ และวัฒนธรรมของโฮจิมินห์ซิตี้ เธอได้วางตำแหน่งตัวเองลงในพื้นที่และเปิดตัวออกสู่ตลาดสากลไปพร้อมๆ กัน งานของ Phuong My มีกลิ่นอายความเป็นพื้นถิ่น พร้อมเปิดตลาดทั้งในเวียดนามเอง และในวงการแฟชั่นสากล "เป้าหมายของการเปิดร้านสาขาใหญ่ในโฮจิมินห์ซิตี้คือเพื่อใช้และส่งเสริมกระบวนการแบบงานฝีมือ ทั้งงานปัก และทักษะของคนเวียดนาม แต่สิ่งที่ท้าทายคือการทำมันให้ประสบความสำเร็จเรากำลังจะเปิดไลน์การผลิตที่ล่องเร็วๆ นี้ ซึ่งจะโฟกัสไปที่การทำงานที่ดูสนุกและน่าซื้อ สไตล์จะยังคงเป็นแนวผู้หญิงๆ และมีความเป็นเอเชีย แต่เราก็จะทำมันออกมาให้เข้ากับเทรนด์ในปัจจุบันมากขึ้นและจะร่วมมือกับผู้ที่มีความสามารถในเอเชียเพื่อโปรโมทคอลเลคชั่นนี้" ถึงจะตั้งอยู่ในโฮจิมินห์ซิตี้แต่เธอก็พร้อมที่จะเปิดตัวสู่สากล Phuong My พยายามจะสร้างงานที่มีความสร้างสรรค์พอที่จะถูกหยิบไปสวมใส่และมีเรื่องราวเพียงพอกที่จะบอกต่อในโฮจิมินห์ซิตี้ เวียดนาม และในวงการแฟชั่นโลก