

แนะนำดีไซเนอร์รุ่นใหม่ Six P.M. เปิดแฟล็กชิปสโตร์แห่งแรกของไทย

Six P.M. ณ เปิดตัวแฟล็กชิปสโตร์เต็มรูปแบบ ณ สยามเซ็นเตอร์ นับเป็นอีกก้าวแห่งความสำเร็จของแบรนด์ ชวนชัย สุวรรณฉาย ดีไซเนอร์และผู้ก่อตั้งแบรนด์ Six P.M. เล่าว่า “เราอยากเข้าที่สยามเซ็นเตอร์มานานแล้ว แต่พื้นที่เต็มตลอด ที่นี่เป็นเหมือนแหล่งไอเดียที่มากที่สุดของเอเชีย เป็นตลาดครีเอทีฟที่แท้จริง เปิดมาปีกว่าๆ แล้วพืดเบื่อก่อนข้างโอเค เราเป็นครีเอทีฟแบรนด์ที่อยู่ในศูนย์การค้าที่เป็นครีเอทีฟไอเดีย เราไม่ได้หยุดอยู่ที่การสร้างแบรนด์ แต่มีการเมนต์เป็นของตัวเอง ขยายและรับงานผลิตให้แบรนด์ชั้นนำอีกหลายแบรนด์ โตคู่ขนานกันไป เรามีโรงงานที่แข็งแกร่งกับหน้าร้านที่เติบโตขึ้นเรื่อยๆ”

คอลเลกชันล่าสุด “White Riot” (ไวท์ ไรออต) ตอกย้ำความเป็น Six P.M. ได้ดี นี่เป็นอีกความภูมิใจของ Six P.M. ที่ได้สร้างสรรค์งานที่ไม่ใช้สีอื่น ๆ เล่นนอกจากขาวกับดำ “เรากลับมาย้อนคิดว่าอะไรคือแก่นรากของแบรนด์ สุดท้ายก็ได้คอนเซ็ปต์ทำเสื้อผ้ายังงั้นให้น่าสนใจและดูมีมิติ หากในคอลเลกชันนี้ไม่ใช่สีเลย ทั้งคอลเลกชันมีแต่ขาวกับดำแต่ทำให้ที่น่าสนใจ เป็นไอเดียที่ทำทนายมากเลยเป็นที่มาของการกบฏของสีชาวเอเชียขาวมากสิ้นไปทั้งคอลเลกชัน ตัดเย็บดีเทลต่างๆ ของเสื้อผ้าและซิลลูเอทที่น่าสนใจ บวกกับการเก็บงานที่ไม่เพอร์เฟกต์ (Imperfect Details) มาเป็นเทคนิคหลัก” ชวนชัยถึงคอลเลกชันล่าสุดได้อย่างน่าสนใจ

ชวนชัยเล่าถึงการฝ่าฟันอุปสรรคจนประสบความสำเร็จด้วยพลชั้นเต็มหัวใจว่า “หลังจากเรียนจบคณะอุตสาหกรรม ภาควิชาวิทยาการสิ่ง



ทอ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บวกกับการชอบงานออกแบบอยู่แล้วจึงส่งงานเข้าประกวดจนได้รับรางวัลชนะเลิศจากการประกวดโครงการแกรนด์สปอร์ต ยังดีไซเนอร์ คอนเทสต์ ประเภทชุดกีฬาชายกับผลงานชื่อ “สติ” เป็นชุดกีฬาที่แข่ง และการประกวดครั้งนั้นเองที่เป็นจุดเริ่มต้นของแรงบันดาลใจว่าจะต้องทำแบรนด์ของตัวเองให้ได้”

เมื่อต้องต่อสู้และผ่านอุปสรรคไปให้ได้ “จากการทำวิจัยการตลาดของสังคมเมืองแล้วเจอว่าคนเมืองมีคาแรคเตอร์ที่สุดซ้ำ สองด้านต่างกันที่สุด เป็นคนทำงานที่โปรเฟสชันนอลที่สุดในขณะเดียวกันก็รีแล็กซ์ที่สุด เกิดเป็นคาแรคเตอร์ของแบรนด์ที่เป็น Creative Luxury ตอนนั้น Six P.M. เจอกับน้ำท่วมใหญ่ และวิกฤติการเมือง รู้สึกว่าแบรนด์เดินอยู่บนวิบากกรรมมาตลอด แต่

เรายังมีโอกาสไปออกงานแฟร์ และมีตลาดมาเห็นศักยภาพของแบรนด์ ตรงนั้นทำให้แบรนด์เริ่มเติบโต และยังคงพัฒนาไปอย่างต่อเนื่องได้ ออกไปเจอกับตลาดต่างประเทศ ทำให้ทีมงานได้เรียนรู้ ฝึกฝน และปรับเปลี่ยนตัวเองให้ชัดเจนขึ้น”



ผ้าพันวิกฤติที่หนักที่สุด! “จากการขยายตลาดไปสู่ยุโรปกับเอเอนซีแล้วโดนโกงกลับมา สูญเงินนับล้าน วันนั้นทำให้เราเรียนรู้โลกมากเป็นประสบการณ์ให้เราแกร่งขึ้น ต้องการทางปรับตัว ยังไงให้อยู่ได้ การจะอยู่ให้ได้ไม่ใช่ใครแข่งแกร่ง แต่ปรับตัวเก่งสุดคือรอดจากวิกฤติ Six P.M. ยังคงพัฒนาแบรนด์ต่อไป การโฟกัสตลาดให้ลึกขึ้น โดยรักษาคาแรคเตอร์แบรนด์มากที่สุด แต่ถ้ากระแสตลาดกับคาแรคเตอร์แบรนด์ไม่ไปด้วยกันก็ต้องปรับตัวกัน”.