



www.odlo.com

Odlo ผู้บุกเบิกนวัตกรรมเสื้อผ้าชั้นในเชิงเทคนิคและเครื่องแต่งกายเพื่อ ประสิทธิภาพการเล่นกีฬากลางแจ้ง

ภาพรวมและความเชี่ยวชาญของบริษัท

Odlo เป็นบริษัทที่มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมืองฮูเนินแบร์ค (Hünenberg) ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ โดยเป็นผู้ผลิตเครื่องแต่งกายเพื่อประสิทธิภาพการเล่นกีฬา (performance apparel) และมีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษในการออกแบบและผลิตเสื้อผ้าเชิงเทคนิค (technical clothing) สำหรับกิจกรรมกลางแจ้งและกีฬาที่ต้องใช้ความอดทน (endurance sports)

บริษัทมีพนักงานประมาณ 800 คนทั่วโลก มีเครือข่ายร้านค้าปลีกที่ครอบคลุมในทวีปยุโรป และจัดจำหน่ายสินค้าไปยังประเทศต่างๆ มากกว่า 35 ประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ Odlo ยังได้ชื่อว่าเป็นหนึ่งในผู้ผลิตเสื้อตัวในหรือเสื้อชั้นในสำหรับเล่นกีฬา (base layers) รายใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นผู้บุกเบิก "ระบบเสื้อผ้ายกีฬากีฬา" (Athletic Clothing System) ซึ่งเป็นหลักการแต่งกายแบบ 3 ชั้น อันประกอบด้วย เสื้อตัวใน (base layer) เสื้อชั้นกลาง (middle layer) และเสื้อตัวนอก (outer layer)

ประวัติและการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

Odlo ก่อตั้งขึ้นในปี 1946 (ปี พ.ศ. 2489) และดำเนินธุรกิจในรูปแบบกิจการครอบครัวมาเป็นเวลาหลายทศวรรษ ปัจจุบัน บริษัทอยู่ภายใต้การเป็นเจ้าของของ Monte Rosa Sport ซึ่งเป็นแผนกหนึ่งของ Monte Rosa Capital โดยบริษัทแห่งนี้是公司เพื่อการลงทุนที่มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงออสโล ประเทศนอร์เวย์ ซึ่งมุ่งเน้นการลงทุนในอุตสาหกรรมกีฬาและไลฟ์สไตล์

ที่น่าสนใจคือ Odlo มีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานในรูปแบบกึ่งบูรณาการในแนวตั้ง (partially vertically integrated supply chain) ซึ่งเป็นระบบที่บริษัทใช้งานร่วมกับแ

สนับที่น่องอย่าง Henri-Lloyd และ Janus Wool ซึ่งอยู่ภายใต้การเป็นเจ้าของของ Monte Rosa Sport เช่นเดียวกัน

หมุดหมายสำคัญของแบรนด์ Odlo ตั้งแต่ปี 1946 ถึง 2025 มีดังนี้

ปี 1946 - ก่อตั้งบริษัท Odlo โดย อ็อด โรอา ลอฟเตอเร็ต ซึเนียร์ (Odd Roar Lofterød Sr) ณ กรุงออสโล ประเทศนอร์เวย์

ปี 1963 - เปิดตัวชุดกีฬาฟังก์ชันอลแบบเต็มตัว (full functional suit) ซึ่งถูกนำไปสวมใส่โดยนักกีฬาทีมชาติของประเทศนอร์เวย์ ในการแข่งขันโอลิมปิกฤดูหนาวปี 1964 ณ เมืองอินส์บรุค ประเทศออสเตรีย

ปี 1972 - เปิดตัว "Odlo Thermic" ซึ่งเป็นเสื้อตัวใน (base layer) ที่เป็นใยสังเคราะห์ 100% รุ่นแรกของโลก โดยมีทีมผู้เข้าแข่งขันมากกว่า 25 ทีมเลือกสวมใส่ในโอลิมปิกฤดูหนาวปี 1972 ณ เมืองซัปโปโร ประเทศญี่ปุ่น

ปี 1979 - อ็อด โรอา ลอฟเตอเร็ต จูเนียร์ (Odd Roar Lofterød Jr) ผู้เป็นบุตรชาย เข้ามารับตำแหน่งบริหารและดูแลกิจการต่อจากบิดา

ปี 1986 - Odlo ย้ายสำนักงานใหญ่ไปยังเมืองฮูเนินแบร์ค (Hünenberg) ประเทศสวิตเซอร์แลนด์

ปี 1987 - เปิดตัว "Athletic Clothing System" หลักการแต่งกายแบบ 3 ชั้นอันล้ำสมัยและเป็นปรากฏการณ์ใหม่ของวงการ

ปี 1994 - ขยายไลน์สินค้าเข้าสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับวิ่งและกิจกรรมกลางแจ้ง (Outdoor) พร้อมทั้งเปิดตัวระบบการันตีการรีไซเคิลสินค้า (recycling guarantee)

ปี 1999 - เริ่มใช้คำขวัญใหม่ของบริษัทคือ "ODLO - Go Global" หลังจากการจ้างพนักงานเพิ่มขึ้นเป็นราว 370 คน และประสบความสำเร็จในการสร้างเครือข่ายพันธมิตรมากมายทั่วโลก

ปี 2000 - เปิดตัวแบรนด์ Bjørn Dæhlie และ Kjus System Skiwear โดยเป็นการร่วมทุนกับนักกีฬาระดับแนวหน้าอย่าง บียอร์น แดลี (Bjørn Dæhlie) และ ลาสส์ คยัส (Lasse Kjus) ตามลำดับ

ปี 2002 - เปิดตัวนวัตกรรมผ้า "Effect" ซึ่งถือเป็นเสื้อผ้าชั้นใน (base layer) รุ่นแรกในตลาดที่มีการใช้ซิลเวอร์ไอออน (silver ions) เพื่อช่วยลดการเกิดกลิ่นอับชื้น

ปี 2006 - บริษัทถูกซื้อกิจการโดย TowerBrook Capital Partners ซึ่งถือเป็นการสิ้นสุดการบริหารงานในรูปแบบธุรกิจครอบครัว และเป็นการเปลี่ยนผ่านไปสู่การควบคุมโดยกลุ่มทุนนอกตลาด (Private Equity) เป็นครั้งแรก

ปี 2008 - Odlo เข้าเป็นสมาชิกขององค์กรตรวจสอบมาตรฐานแรงงาน Fair Wear Foundation

ปี 2011 - เสร็จสิ้นการประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment: LCA) เป็นครั้งแรกในรุ่น Evolution Greentec ซึ่งเป็นเสื้อตัวในแบบไร้ตะเข็บ (seamless base layer) รุ่นแรกที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล 100%

ปี 2013 - บริษัท Herkules Capital เข้าซื้อกิจการของ Odlo ต่อจาก TowerBrook Capital Partners

ปี 2016 - ฉลองครบรอบ 70 ปีของแบรนด์ พร้อมเปิดตัวคำขวัญใหม่ว่า "Engineers of Active Layers since 1946" (วิศวกรผู้สร้างสรรคเสื้อผ้ายี่ห้อหลายชั้นตั้งแต่ปี 1946)

ปี 2017 - เปิดตัวเทคโนโลยี "Ceramicool" นวัตกรรมบุกเบิกของบริษัทที่นำคุณสมบัติความเย็นของเซรามิกมาประยุกต์ใช้ในสิ่งทอ

ปี 2018 - เปิดตัวนวัตกรรมผ้าเนื้อใหม่ ได้แก่ Ceramiwool, Ceramiwarm และ F-Dry พร้อมทั้งพัฒนาคอลเลกชันเสื้อตัวในรุ่น Futureskin ร่วมกับสำนักงานสถาปนิกชื่อดัง Zaha Hadid Design

ปี 2019 - พัฒนาเสื้อตัวในรุ่น I-THERMIC ซึ่งเป็นเสื้อตัวบนที่มีการติดตั้งระบบทำความร้อนในตัว (integrated heating system)

ปี 2020 - กลุ่มทุน Monte Rosa Sport เข้าซื้อกิจการของ Odlo ต่อจาก Herkules Capital

ปี 2021 - ลงทุนครั้งใหญ่ในการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ ณ คลังกระจายสินค้าในประเทศเยอรมนี เพื่อมุ่งเน้นการใช้พลังงานสะอาด นอกจากนี้ยังได้รับสถานะ "Leader" (ระดับผู้นำ) จากองค์กร Fair Wear Foundation เป็นปีที่ 6 ติดต่อกัน

ปี 2023 - มาร์แต็ง ฟูร์กาต (Martin Fourcade) นักกีฬาไบแอธลอนชาวฝรั่งเศส ได้รับแต่งตั้งเป็นทูตตราสินค้าระดับโลก (Global Brand Ambassador) ของ Odlo, รีเบิร์ตและปรับเปลี่ยนคำขวัญใหม่เป็น "There's More Out There" และภายใต้การนำของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) ดาเนียล เอ็ปเปลอร์ (Daniel Eppler) บริษัทได้กำหนดลำดับความสำคัญเชิงกลยุทธ์ 6 ประการ ซึ่งรวมถึง "ความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม" ตลอดจนการพัฒนาคอลเลกชันเสื้อตัวในร่วมกับแบรนด์ Burton

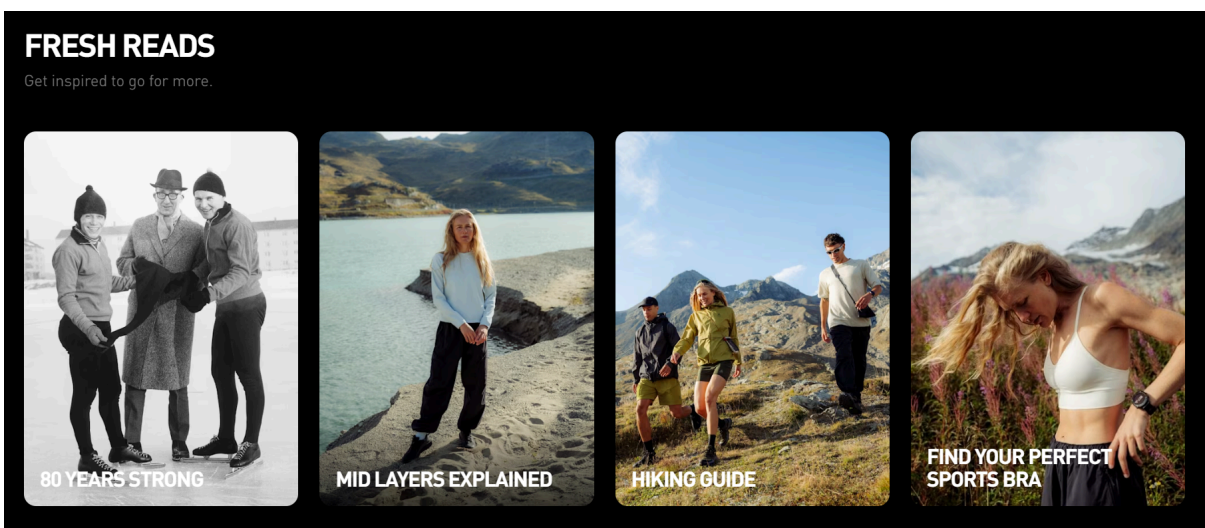
ปี 2024 - เฉลิมฉลองความร่วมมือกับทีม Team Odlo X-Alpi ผ่านการปล่อยซีรีส์ออนไลน์ในชื่อ "Out For More" และในปลายปีนั้น บริษัทได้เดินหน้าสร้างการรับรู้ของแบรนด์ (Brand Awareness) ผ่านแคมเปญฉลองความสุขของกิจกรรมกลางแจ้งร่วมกับพี่น้องตระกูลกัสปาริน (Gasparin sisters) ซึ่งเป็นนักกีฬาไบแอธลอนระดับแชมป์

ปี 2025 - ผลักดันเป้าหมายด้านความยั่งยืนจนลดหน้า และบรรลุเป้าหมายในการจัดหาผ้าโพลีเอสเตอร์ที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ โดยมาจากวัสดุรีไซเคิลได้สูงถึง 83%

ตำแหน่งทางการตลาดและกลยุทธ์ความสำเร็จ

Odlo มีการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดที่ชัดเจนในตลาดเครื่องแต่งกายกลางแจ้งระดับโลก ในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านเสื้อผ้าเชิงเทคนิคแบบหลายชั้นระดับพรีเมียม (premium technical layering specialist) ท่ามกลางการแข่งขันกับบริษัทอื่น ๆ อีกมากกว่า 25 บริษัท

ความสามารถของ Odlo ในการรักษาตำแหน่งทางการตลาดนี้ไว้ได้ เป็นผลมาจากการเป็นผู้สนับสนุนที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย (targeted sponsorships) และการแต่งตั้งทูตตราสินค้า (brand ambassadors) ระดับชนชั้นนำอย่างมีกลยุทธ์ ซึ่งช่วยตอกย้ำความน่าเชื่อถือทางเทคนิคของผลิตภัณฑ์ มรดกทางวัฒนธรรมแบบนอร์ดิก (Nordic heritage) รวมถึงความแข็งแกร่งในตลาดเครื่องแต่งกายกลางแจ้ง ยิ่งไปกว่านั้น Odlo ยังสร้างความแตกต่างให้แก่ตนเอง ผ่านความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในด้านความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคม และการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อย่างไม่หยุดยั้ง



ตลอดระยะเวลาเกือบ 8 ทศวรรษที่ผ่านมา วิวัฒนาการของ Odlo สะท้อนให้เห็นถึงแนวคิด "นวัตกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยฟังก์ชันการใช้งาน" (Functional-driven Innovation) จากจุดเริ่มต้นที่เป็นผู้แก้ปัญหาความหนาวเย็นให้นักกีฬา สู่การเป็นผู้กำหนดมาตรฐาน "ระบบรักษาสมดุลความร้อนของร่างกาย" (Thermal Regulation System) ในอุตสาหกรรมสิ่งทอระดับโลก ควบคู่ไปกับการปรับตัวด้านความยั่งยืนเพื่อตอบรับกับมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน

ที่มา : Textile Outlook International, No 237 May 2026 และ [Odlo](#)