

แสนสิริปลื้มรายได้แนวราบไตรมาสแรกกว่า 3,000 ลบ. เปิดตัวโครงการใหม่ “เศรษฐกิจสิริ พัฒนาการ” มูลค่า ค่า 3,100 ล้านบาท



แสนสิริเดินทางเปิดตัว 10 โครงการแนวราบปี 59 มูลค่ารวม 15,000 ล้านบาท รับตีมานด์โต หลังไตรมาสแรกกวาดรายได้แนวราบไปแล้วกว่า 3,000 ล้านบาท พร้อมเปิดตัวบ้านเดี่ยว “เศรษฐกิจสิริ พัฒนาการ” จำนวน 284 ยูนิต มูลค่า 3,100 ล้านบาท ต่อยอดความสำเร็จแบรนด์ “เศรษฐกิจสิริ” ในโซนกรุงเทพฯ ตะวันออกที่ได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง หลัง 2 โครงการแรกยอดขายดี ทั้ง “เศรษฐกิจสิริ กรุงเทพฯกรีฑา” ที่มียอดขาย 60% ในเฟสแรก และ “เศรษฐกิจสิริ อ่อนนุช ศรีนครินทร์” ที่ใกล้ปิดการขาย มียอดขายแล้วถึง 90% ระบุโซนกรุงเทพตะวันออก เป็นโซนที่อยู่อาศัยศักยภาพ มองแนวโน้มตลาดแนวราบครึ่งปีหลังยังเติบโตได้อีก โดยเฉพาะบ้านเดี่ยวระดับบน ราคา 8 ล้านบาทขึ้นไป ล่าสุดเตรียมดันกลยุทธ์ต่อยอดบ้านเดี่ยว ด้วยการเปิดตัวแคมเปญ “แสนสิริ บ้านที่ใช่ในทุกความรู้สึก” พร้อมกันในทุกช่องทาง 16 พ.ค. นี้ หวังชูความโดดเด่นของ 5 แบรนด์ “นาราสิริ-เศรษฐกิจสิริ-บุราสิริ-สราญสิริ – คณาสิริ”

นายเมธา อังวัฒนพานิช รองกรรมการผู้จัดการอาวุโสสายงานพัฒนาธุรกิจและพัฒนาโครงการแนวราบ บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า หลังจากที่แสนสิริประสบความสำเร็จในการพัฒนาโครงการแนวราบในปี 2558 ที่ผ่านมา โดยเปิดตัวทั้งสิ้น 7 โครงการ มูลค่ารวม 10,000 ล้านบาท และมีการตอบรับที่ดีจากลูกค้าด้วยยอดขายรวมกว่า 11,000 ล้านบาท ในปีนี้แสนสิริจึงได้รุกดำเนินธุรกิจแนวราบอย่างหนักมากขึ้นโดยวางแผนเปิดตัว 10 โครงการ มูลค่ารวม 15,000 ล้านบาท ตั้งเป้ายอดขาย 14,000 ล้านบาท เนื่องจากเห็นดีมานด์ความต้องการโครงการที่อยู่อาศัยแนวราบอย่างต่อเนื่อง ซึ่งไตรมาสแรกของปีนี้สามารถปิดการขายโครงการแนวราบไปแล้วกว่า 3,000 ล้านบาท โดยในครึ่งปีหลังนี้จะมีการเปิดตัวโครงการใหม่ในทุกแบรนด์ของแนวราบ ครอบคลุมทุกระดับราคา อีก 7 โครงการ รวมมูลค่าประมาณ 8,000 ล้านบาท แบ่งเป็นโครงการบ้านเดี่ยว 4 โครงการ และโครงการทาวน์เฮาส์ 3 โครงการ

นอกจากนี้ บริษัทยังได้รุกพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยในทำเลที่ได้รับการตอบรับดีอย่างต่อเนื่อง โดยล่าสุดเปิดตัวบ้านเดี่ยว “เศรษฐกิจสิริ พัฒนาการ” จำนวน 284 ยูนิต มูลค่าโครงการ 3,100 ล้านบาทเมื่อปลาย ไตรมาส 1 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นการต่อยอดความสำเร็จของแบรนด์ “เศรษฐกิจสิริ” ระดับราคา 8-25 ล้านบาท ที่ได้รับการตอบรับที่ดีมากในโซนกรุงเทพฯ ตะวันออกที่มีดีมานด์ตอบรับสูงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้โครงการในทำเลดังกล่าว ได้แก่ “เศรษฐกิจสิริ กรุงเทพฯกรีฑา” ซึ่งมียอดขายแล้ว 60% ในเฟสแรก และ “เศรษฐกิจสิริ อ่อนนุช ศรีนครินทร์” ซึ่งมียอดขายแล้วถึง 9

0%

“โซนกรุงเทพฯ ตะวันออกนับว่าเป็นโซนที่มีจำนวนอุปสงค์เข้ามาจับจองและมียอดขายดีมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนอุปทานสะสม 936 ยูนิต และอุปสงค์ให้การตอบรับถึง 83% เนื่องจากอยู่ไม่ไกลจากใจกลางกรุงเทพฯ และมีจุดเด่นด้านเส้นทางการคมนาคมที่สะดวกสบาย เดินทางไปยังพระราม 9 เพชรบุรี รามคำแหง และรัชดา ด้วยทางด่วนศรีรัช เพียง 15-30 นาที และยังเดินทางไปยังถนนสุขุมวิท เพื่อเชื่อมต่อกรุงเทพฯ ชั้นในและสมุทรปราการ ได้ นอกจากนี้ยังใกล้สนามบินสุวรรณภูมิและแอร์พอร์ตลิงค์ รวมถึงในอนาคตยังมีโครงการก่อสร้างถนนอีกหลายเส้นทาง อาทิ ถนนตัดใหม่ศรีนครินทร์-ร่มเกล้า และรถไฟฟ้าสายสีเหลือง (ลาดพร้าว-สำโรง) ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกด้านการจราจร และสามารถเข้าเมืองโดยใช้ระยะเวลาไม่นาน อีกทั้งยังแวดล้อมด้วยห้างสรรพสินค้าและคอมมูนิตี้มอลล์หลายแห่ง เช่น ซีคอนสแควร์ พาราไดซ์พาร์ค เมกะบางนา และยังมีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ สวนหลวง ร.9 อีกด้วย ซึ่งทั้งหมดนี้ส่งผลให้โซนดังกล่าวมีองค์ประกอบสำหรับการอยู่อาศัยอย่างครบถ้วน”

“สำหรับแนวโน้มตลาดบ้านเดี่ยวในครึ่งปีหลังนี้ มองว่ายังคงเติบโตไปได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะบ้านเดี่ยวระดับบนที่มีระดับราคาอยู่ที่ 8-10 ล้านบาท ซึ่งมีเรียลตี้แมนด์จริงจากผู้ซื้อที่มีกำลังซื้อที่อยู่อาศัย และไม่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ ขณะที่มุมมองของแนวโน้มการขึ้นราคาบ้านเดี่ยวนั้น มองว่าอาจมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นประมาณ 5-10% ตามราคาที่ดินที่จะปรับตัวสูงขึ้นในอนาคต ซึ่งก็ต้องประเมินตามสถานการณ์กันต่อไป” นายเมธา กล่าว

นายเมธา กล่าวสรุปว่า เพื่อสื่อสารต่อย้ำภาพลักษณ์แบรนด์บ้านเดี่ยวของแสนสิริให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นในอันที่จะสร้างความเข้าใจในความโดดเด่นของแบรนด์บ้านเดี่ยวแสนสิริทั้ง 5 แบรนด์ คือ “นาราสิริ- เศรษฐสิริ-บุราสิริ-สรณสิริ-คณาสิริ” แสนสิริจึงวางแผนเปิดตัวแคมเปญ “แสนสิริ บ้านที่ใช่ในทุกความรู้สึก” เป็นแคมเปญไฮไลท์ของแสนสิริในปีนี้ ซึ่งแคมเปญนี้สะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจในการใช้ชีวิต ประกอบกับความใส่ใจในรายละเอียดของแสนสิริได้เป็นอย่างดี เพราะแสนสิริตระหนักดีว่าทุกคนมีความต้องการที่อยู่อาศัยที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตที่แตกต่างกันทั้งในเรื่องฟังก์ชันและดีไซน์ จึงนำความใส่ใจนี้มาใส่ในรายละเอียดของบ้านแต่ละแบรนด์สร้างความรู้สึกรู้สึกที่แตกต่างได้อย่างมีเอกลักษณ์และไม่สามารถหาได้จากที่อื่น ทั้งความรู้สึก “งดงาม” ของแบรนด์นาราสิริ “ภาคภูมิ” ของแบรนด์เศรษฐสิริ “ผ่อนคลาย” ของแบรนด์บุราสิริ “รัก” ของแบรนด์สรณสิริ และ “ความสุข” ของแบรนด์คณาสิริ โดยสามารถรับชมภาพยนตร์โฆษณาและการสื่อสารภายใต้แคมเปญ “แสนสิริ บ้านที่ใช่ในทุกความรู้สึก” ได้ตั้งแต่วันที่ 16 พฤษภาคม เป็นต้นไป

รายละเอียดโครงการ “เศรษฐสิริ พัฒนาการ”

ตั้งอยู่บนพื้นที่โครงการ 85 ไร่ บน ถ.พัฒนาการ ออกแบบโดยเชื่อมเส้นหนึ่งของสองยุคไว้ด้วยกัน โดยหยิบยกเอกลักษณ์การดีไซน์ในยุคก่อนอย่าง Ventilation Block มาช่วยเพิ่มกลิ่นอายในอดีต เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ความสง่างามขนานแท้ ผ่อนคลายเหนือระดับได้ทุกวันกับคลับเฮาส์ที่เปี่ยมด้วยเสน่ห์ทางสถาปัตยกรรมสไตล์ Retro ที่ครบครันด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งสระว่ายน้ำระบบเกลือ, ห้องออกกำลังกายวิวสวน, ห้องอบไอน้ำ (Steam

Room), ห้องพักผ่อนอเนกประสงค์ ท่ามกลางสวนสวยที่โอบล้อมด้วยความร่มรื่นทั่วทั้งโครงการ สำหรับบ้านออกแบบสไตล์ Modern Nostalgia เลือกใช้วัสดุที่ทันสมัย เน้นการเปิดโล่งเพื่อรับลม และแสงจากธรรมชาติ ตกแต่งเพิ่มเติมด้วยระแนงบังตา เพื่อเสริมสร้างตัวบ้านให้ดูโมเดิร์นเหมาะกับคนรุ่นใหม่ ที่ต้องการความแตกต่าง แต่มีพื้นที่พักผ่อนส่วนตัวเหมือนอยู่ท่ามกลางบรรยากาศรีสอร์ท มีจำนวนทั้งสิ้น 284 ยูนิต ประกอบด้วยแบบบ้าน 5 แบบ ขนาดที่ดิน 55 – 125 ตร.วา พื้นที่ใช้สอย 173 – 336 ตร.ม. พร้อมจัดโปรโมชั่น ฟรีทุกค่าใช้จ่ายวันโอน ราคาเริ่มต้นที่ 8.15 ล้านบาท

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ:

ปิยญาพัชญ์ ห่วงนาค / ดวงพร โชติพรไพศาล

โทร. 02-201-3536/ 02-201-3768

อีเมล Pinyapat@sansiri.com/ DuangpornC@sansiri.com