

บ้านหรูโตแรง! แสนสิริเร่งเกมรุก
'นาราสิริ กรุงเทพกรีฑา' ทูบสถิติขายดี-ขายเร็ว
> 24

บ้านหรูโตแรง! แสนสิริเร่งเกมรุก 'นาราสิริ กรุงเทพกรีฑา' ทูบสถิติขายดี-ขายเร็ว

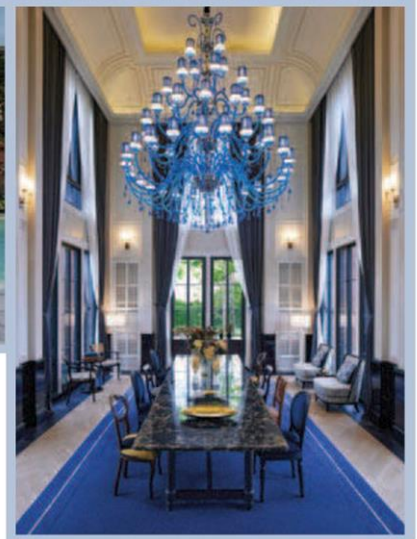
● สริญญา จันทรสว่าง
กรุงเทพธุรกิจ

แม้ตลาดหรูหาไฮเอนด์จะเป็นกลุ่มเฉพาะ! ที่ภาวะเศรษฐกิจซบเซาอาจไม่ใช่อุปสรรคในการตัดสินใจซื้อ แต่ก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่ายนักที่จะปิดการขายโปรเจกต์มูลค่าหลักสิบล้านล้านบาทได้ในเวลาอันรวดเร็ว นับเป็นปรากฏการณ์ของดีเวลลอปเปอร์ยักษ์ใหญ่ “แสนสิริ” สร้างประวัติศาสตร์ปิดการขายอย่างรวดเร็วสำหรับโครงการบ้านเดี่ยวราคา 50-100 ล้านบาท ที่ประกาศ Sold Out ภายใน 1 เดือน ทูบสถิติปิดการขายบ้านระดับลักซ์ชัวร์ที่ “ขายดีที่สุด” และ “ขายเร็วที่สุด” ของเมืองไทย

เศรษฐา ทวีสิน ประธานอำนวยการและกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะขายโครงการระดับลักซ์ชัวร์ภายในระยะเวลาอันสั้น แต่แสนสิริสามารถสร้างประวัติศาสตร์การปิดโครงการบ้านเดี่ยว “นาราสิริ กรุงเทพกรีฑา” ราคา 50-100 ล้านบาท มูลค่าโครงการ 6,000 ล้านบาทได้ภายใน 1 เดือนเท่านั้น!

สะท้อน “จุดแข็ง” และความเป็นผู้นำตลาดลักซ์ชัวร์ ที่เข้าใจในทุกรายละเอียดอย่างลึกซึ้งทั้งไลฟ์สไตล์และรสนิยมการอยู่อาศัย นำสู่การพัฒนาและส่งมอบโครงการที่โดดเด่นในดีไซน์ คุณภาพ ประสบการณ์การอยู่อาศัยที่แตกต่าง และบริการหลังการขายในแบบที่ใครก็ให้ไม่ได้ เป็น “จุดขาย” ที่ดึงดูดและสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า

เป็นบทพิสูจน์ความสำเร็จและความสำเร็จของอีกหนึ่งโครงการภายใต้ “Sansiri Luxury Collection” ที่ได้รับการตอบรับที่ดีอย่างต่อเนื่อง



“แสนสิริ” เริ่มต้นจากการพัฒนาโครงการระดับลักซ์ชัวร์ “บ้านไข่มุก” และฉายภาพความเป็นซูเปอร์ลักซ์ชัวร์อย่างเด่นชัดด้วยโปรเจกต์แฟล็กชิพ “98 Wireless” คอนโดมิเนียมที่ดีที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และบ้านเดี่ยวระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์ “บ้านแสนสิริ สุขุมวิท 67” และ “บ้านแสนสิริ พัฒนาการ” บ้านเดี่ยวระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวร์ที่ถูกกล่าวขาน สร้างความประทับใจให้ลูกค้า แสนสิริจนถึงปัจจุบัน ต่อเนื่องมาถึงบ้านเดี่ยวลักซ์ชัวร์แบรนด์ นาราสิริ (Narasiri)

จากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มากกว่า 38 ปี

รวมกว่า 15 ล้านตารางเมตร ในกว่า 300 โครงการที่ “แสนสิริ” พัฒนาในทุกเช็กเมนต์ และกว่า 300,000 ครอบครัวแสนสิริ ไม่ใช่เพียงแค่ส่งมอบที่อยู่อาศัย แต่มอบคุณค่าและประสบการณ์การใช้ชีวิต “Lifetime Service” พร้อมดูแลที่อยู่อาศัยให้คงความคงสภาพที่ Timeless เสมือนวันแรก ไม่ว่าจะเวลาผ่านไป ซึ่งยังสร้างมูลค่าเพิ่มไปพร้อมกับกาล



เวลา...ที่มูลค่าโครงการนับวันมีแต่จะเพิ่มขึ้น!

“คำว่า ลักซ์วรี ไม่ใช่แค่การเลือกใช้ของที่มีราคาสูงเท่านั้น แต่เป็นวิถีในการคัดสรรสิ่งที่ดีที่สุด เพื่อเข้าถึงรายละเอียดของความงดงามสะท้อนผ่านงานดีไซน์ในทุก ๆ จุด สามารถส่งต่อได้อย่างงดงามที่สุด”

สำหรับ “นาราสิริ กรุงเทพกรีฑา” หนึ่งใน Sansiri Luxury Collection ที่รังสรรค์บนนิยามบทใหม่ของลักซ์วรี ในแนวคิด “A Matter of Refinement งดงามในรายละเอียด” ท่ามกลางสังคมคุณภาพบนกรุงเทพกรีฑา คอมมูนิตี้ ทำเลศักยภาพย่านกรุงเทพกรีฑา พร้อมส่งต่อคุณค่าเหนือกาลเวลาอย่างไม่สิ้นสุด และสุนทรีย์ประสบการณ์การใช้ชีวิต สำหรับ 86 ครอบครัว

“การอยู่ร่วมกันในสังคมที่ดีมีคุณภาพการใช้ชีวิตอย่างมีรสนิยม ความปลอดภัยสูงสุด เป็นสิ่งที่ลูกค้าลักซ์วรีให้ความสำคัญผนวกกับความใส่ใจในทุกรายละเอียด เป็นปรัชญาสำคัญที่แสนสิริยึดมั่นเสาะแสวงหาสิ่งที่ดีที่สุดทั่วทุกมุมโลก สะท้อนผ่านความสำเร็จของ นาราสิริ กรุงเทพกรีฑา”

เศรษฐา ขยายความต่อว่า นาราสิริ กรุงเทพกรีฑา ถ่ายทอดแรงบันดาลใจจากบรรยากาศยุครุ่งเรืองของนิวยอร์กสู่การออกแบบสถาปัตยกรรมสไตล์ “Renaissance Revival” ตั้งแต่การออกแบบผังโครงการที่จัดวางตามแบบของย่านแมนฮัตตันในมหานครนิวยอร์ก ซึ่งมี Central Park เป็นศูนย์กลาง เพื่อให้ทุกสมาชิกครอบครัวได้สัมผัสไลฟ์สไตล์เหนือระดับที่คลับเฮาส์ การออกแบบสถาปัตยกรรมและประติมากรรมงานคราฟท์อย่างมีรสนิยมผสานกลิ่นอายของอเมริกันทว่าคงไว้ซึ่งความงดงามในทุกยุคสมัย เพื่อควรค่าแก่การเป็นมรดกส่งต่อจาก “รุ่นสู่รุ่น”

สะท้อนผ่านความวิจิตรของการออกแบบสถาปัตยกรรมอย่างมีชั้นเชิงในทุกพื้นที่ ประตูทางเข้าหลักสูงสง่าและโอ้อ่ากับดีไซน์ขนาดใหญ่พิเศษ สูง 12 เมตร พื้นทางเข้าโครงการปูด้วยอิฐสไตล์ Herringbone Brick Pattern ภายในสวนมีประติมากรรมน้ำพุ แรงบันดาลใจจาก Bethesda fountain กับรูปปั้น Angel of the Waters และ lake ใน Central Park พร้อม Maze Playground สนามเด็กเล่นแรงบันดาลใจจาก Alice in Wonderland รวมทั้ง The library ห้องประชุมรองรับการติดต่อธุรกิจ สระว่ายน้ำระบบเกลือ ยาว 25 เมตร ตกแต่งพื้นสระด้วยสัญลักษณ์ “NS” อักษรย่อของชื่อโครงการ ทางเข้าหน้าบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ตามแบบฉบับนิวยอร์ก การตั้งชื่อบ้านด้วยชื่อ NoHo ที่มีแรงบันดาลใจจาก North of Houston ย่านที่อยู่อาศัยลักซ์วรีในนิวยอร์ก

“ดีมานด์บ้านเดี่ยวระดับบนในประเทศไทยขยายตัวสูงต่อเนื่อง รวมถึงความต้องการอยู่อาศัยใน ‘กรุงเทพกรีฑา คอมมูนิตี้’ สังคมอยู่อาศัยสมบูรณ์แบบ ซึ่งแสนสิริเตรียมพัฒนา

แบรนด์บ้าน กทม กรุงเทพกรีฑา ต่อทันที”

ทั้งนี้ แสนสิริ วางแผนต่อยอดแบรนด์ดีนาราสิริ ด้วยการเปิดตัวโครงการ “นาราสิริ พหล-วัชรพล” ในปี 2566 พร้อมเปิดตัวโครงการ “บูทีก กรุงเทพกรีฑา” ในทำเล “กรุงเทพกรีฑา คอมมูนิตี้” ทำเลแห่งอนาคตซึ่งนาราสิริ กรุงเทพกรีฑา เปิดการขายเฟสแรกทันที! ในวันพรุ่งนี้ รวมถึง นาราสิริ กรุงเทพกรีฑา ประวัติศาสตร์ขายดีที่สุดในประเทศไทยขณะนี้ ยังส่งผลให้ แสนสิริ โยกยอดขายจากโครงการแนวราบไปแล้วถึง 23,500 ล้านบาท หรือคิดเป็น 87% จากเป้าหมายยอดขายแนวราบที่ปรับเพิ่มขึ้นเป็น 27,000 ล้านบาท

หนุนยอดขายรวมล่าสุดอยู่ที่ 31,500 ล้านบาท เกือบ 90% จากยอดขายรวม 35,000 ล้านบาท ซึ่งไม่พลาดเป้าหมายแน่นอน