

ideo

GEN C MAGAZINE

THE AESTHETIC
IMPRESSION

ASHTON
MORPH 38

QUARTER 3

EDITOR'S TALK



ท่ามกลางชีวิตที่วุ่นวายในกรุงเทพฯ ทุกวันนี้ ผมสังเกตเห็นผู้คนใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ เดินตามเข็มนาฬิกาเพื่อทำงานให้ภารกิจหน้าที่ต่างๆ สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายในแต่ละวัน จนอาจลืมให้รางวัลเล็กๆ น้อยกับตัวเองและครอบครัว สืบมองหาความสุขที่เรียบง่าย ของชีวิตที่สัมผัสได้จากธรรมชาติรอบตัวของเราไปรีเป่า

คงจะดีไม่น้อยเลย หากเราสามารถหยุดพักและสร้างสมดุลของชีวิตให้สามารถใช้ชีวิตอยู่ตรงกลางระหว่างธรรมชาติและยังคงสามารถใช้ชีวิตที่พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกรอบตัวตามไลฟ์สไตล์ของคุณได้อย่างไม่มีข้อจำกัด

ดังนั้น แนวคิดการออกแบบ IDEO ในทุกๆ โครงการ ผมจึงมองหาความเป็นเอกลักษณ์และจัดสรรพื้นที่ที่สามารถสร้างความสุขให้ชีวิตของคุณและคนที่คุณรัก ให้สามารถใช้ชีวิตท่ามกลางความวุ่นวายในกรุงเทพฯ ได้อย่างลงตัวในทุกๆ วัน

จากแนวคิดที่ต้องการจะสร้างสมดุลระหว่างการใช้ชีวิตในเมืองที่เพียบพร้อมด้วยความสะดวกสบายกับการได้ใกล้ชิดธรรมชาติ จึงเป็นที่มาของการสร้างผลงานชิ้นเอกที่สมบูรณ์แบบที่สุดสำหรับชีวิตคุณและครอบครัวกับโครงการคอนโดมิเนียม ASHTON-MORPH 38 ที่มีแนวคิดการออกแบบเพื่อตอบโจทย์ที่อยู่อาศัยที่มีความเป็นส่วนตัว ในทำเลใจกลางสุขุมวิท ด้วยการออกแบบที่มีเอกลักษณ์จากดีไซน์และสถาปนิกชั้นนำของโลก ที่ตั้งใจออกแบบและคิดสรรสิ่งที่ดีที่สุดให้คุณมีความสุขกับครอบครัวและใช้ชีวิตเหนือระดับอย่างที่คุณคู่ควร

มาบนแคปโซนแล้วครับ ที่คุณไม่ได้พักสายตาท่ามกลางหุบต้นไม้รับลมเย็นๆ และใช้เวลากับครอบครัวในพื้นที่ส่วนตัวของคุณ มองหาความสุขจากธรรมชาติใกล้ชิดแล้วมาสนุกกับการใช้ชีวิตไร้ขีดจำกัดในแบบของคุณนะครับ

ชานนท์ เรืองกฤตยา
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

CONTENT

004

ASHTON Concept

ความงามแห่งการใช้ชีวิตที่จะตราตรึงไม่เสื่อมคลาย
เพื่อความสุขที่แท้จริงของชีวิตคุณ

006

IDEO Talk

รูปแบบของชีวิตครอบครัว

016

FASHION

THE AESTHETIC IMPRESSION

024

ECLECTRIC LIVING

"Put The Right Thing In a Right Place"

028

Couture Fashion Week

แฟชั่นโชว์เฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

029

ANANDA Member Club

พบกับสิ่งดีๆ และสิทธิประโยชน์มากมาย
ที่มอบให้กับคนพิเศษเช่นคุณ

034

Open House

ASHTON SUKHUMVIT 38

040

Neighborhood

พบเพื่อนบ้านใหม่ สำหรับชีวิตแห่งดีๆ บนถนนสุขุมวิท

ELEGANT IMPRESSION

ความงามแห่งการใช้ชีวิตที่จะตราตรึงไม่เสื่อมคลาย
เพื่อความสูงที่แท้จริงของชีวิตคุณ

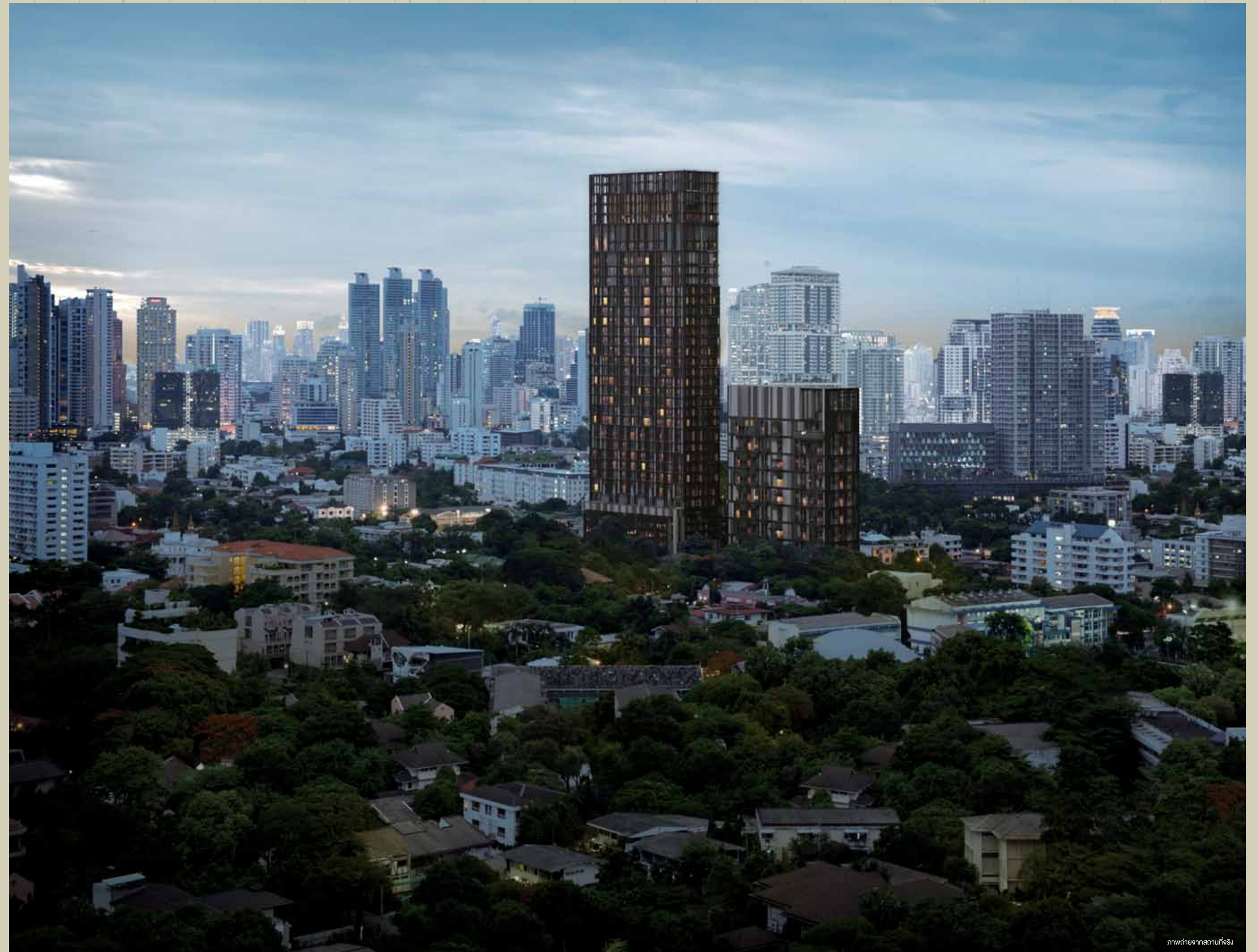
“มุมมอง” ทำให้เราเห็นความต่างของความงามที่ตามองเห็น และประสบการณ์ในการใช้ชีวิตการณ

นี่คือสิ่งที่ทำให้เราค้นพบคุณค่าและแก่นแท้ของชีวิตที่ปะปนอยู่กับความสับสนวุ่นวาย ไม่มีอะไรไปกว่าการใช้ชีวิตใกล้ธรรมชาติ ที่เรารู้สึกอยากแบ่งปันความสุขให้กับคนที่เรารัก ท่ามกลางเสียงลมกระซิบแผ่วเบา ที่ชีวิตคือส่วนหนึ่งของธรรมชาติ ขอเรียนเชิญทุกท่านสัมผัสความงามที่แท้จริง และความโดดเด่นเหนือคำบรรยายที่ ASHTON-MORPH 38

ด้วยคอนเซ็ปต์ Green Sphere เป็นการผสมผสานพื้นที่สีเขียวเข้ากับการ์ดิเชนฟอรัมของอาคารอย่างลงตัว

เราตั้งใจออกแบบเพื่อให้คุณรู้สึกอยู่ในอ้อมกอดของธรรมชาติ สัมผัสความสมบูรณ์แบบที่พิถีพิถันในทุกรายละเอียดเพื่อให้คุณใช้ชีวิตอย่างสะดวกสบายสูงสุด สูดรับไลฟ์สไตล์ของคุณและครอบครัว รวมไปถึงความลงตัวของ Scenic Sky Panel ที่ถูกออกแบบให้มีคาแรคเตอร์ที่โดดเด่น ทยายออกมาจากส่วนตึกซึ่งสร้างความรู้สึกที่น่าหลงใหลในแบบที่คุณไม่เคยสัมผัสมาก่อน ผสานมุมมองพาโนรามา 360 องศา ที่จะทำให้คุณรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับบรรยากาศที่โปร่ง

โดดเด่นด้านสถาปัตยกรรมที่งานสถาปัตย์กรรมของเราได้รับแรงบันดาลใจจากต้นไม้ใหญ่ เงานไฟศาลที่ตกทอดลงพื้นผสานใบไม้สีเขียวทั้งความตลอดทั้งปี การ์ดิเชนที่ล่อค่านีเป็นการรวมตัวของดีไซน์เนอร์และสถาปนิกชั้นนำที่มีความตั้งใจในการสร้างมาตรฐานใหม่ในการใช้ชีวิตใจกลางเมือง ผลลัพธ์ที่ได้ คือ คอนโดมิเนียม ASHTON-MORPH 38 ที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความพิเศษท่ามกลางความงามและเป็นส่วนตัวอย่างแท้จริง



ภาพถ่ายจากบนตึกจริง



บทสรุปของไลฟ์สไตล์เหนือระดับ

จุดสูงสุดของการใช้ชีวิตเหนือระดับอยู่ที่สุขุมวิท 38 แห่งนี้ ที่ไม่เพียงพร้อมด้วยความสะดวกสบาย และไลฟ์สไตล์ทุกรูปแบบในทำเลใจกลางเมืองและสิ่งแวดล้อมแห่งความสูง ที่นี่คือพื้นที่ที่สมบูรณ์แบบที่สุดสำหรับชีวิตคุณและครอบครัว พร้อมยกระดับไลฟ์สไตล์ให้สมบูรณ์แบบตั้งแต่ก้าวแรกที่คุณมาถึง

ASHTON-MORPH 38 ตั้งอยู่บนทำเลที่ดีที่สุดบนถนนสุขุมวิท เพียง 300 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้าองหล่อ รายล้อมไปด้วยเพื่อนบ้านที่เป็นมิตร ท่ามกลางธรรมชาติแสนสงบ ในขณะที่เดียวกันก็พร้อมด้วยความสะดวกสบายมากมาย ไม่ว่าจะเป็น เส้นทางลัดสู่ถนนพระราม 4 แหล่งช้อปปิ้งมากมาย โรงพยาบาล และสถานศึกษา ที่รายล้อมด้วยไลฟ์สไตล์เหนือระดับที่อยู่ใกล้แค่เอื้อม ที่สุขุมวิท...คุณสามารถสร้างความสุขไม่รู้จบได้ทุกวัน



A PERFECTION TO SUCCESSION

KAMOLSUT DABBARANSI
กมลสุทธิ์ ทัพพะรังสี

คงปฏิเสธไม่ได้ว่าเขาคือคนหนุ่มรุ่นใหม่ที่น่าจับตามองคนหนึ่งของยุคนี้ นอกเหนืองานประจำคือที่ปรึกษาทางการเงินที่ บล.ไทยพาณิชย์ ให้คำปรึกษาลูกค้ารายใหญ่ที่ต้องการการลงทุนในหุ้น จะเป็นผู้ถือหุ้นตามสาขาในโซน Financial District และยังเป็นหุ้นส่วนร้านอาหารญี่ปุ่นชื่อดัง Mugendai ซึ่งอายุเกือบครบ 2 ปีและยังคงมาแรงไม่มีตกเช่นเดียวกับตอนเพิ่งเปิดใหม่ๆ

“สำหรับร้าน Mugendai ผลตอบรับของลูกค้าส่วนมากที่ได้ยินคือ อาหารอร่อยมากและแพงมาก แต่ลูกค้าก็ยัง happy ที่จะมา ซึ่งผมมองนั่นว่าตลกดีถึงหมดที่ได้มาราคาไม่ถูกอยู่แล้ว และเราต้องการให้ลูกค้าได้ลิ้มรสของเกรด A+ จริงๆ ลูกค้าระดับที่ทานอาหารที่ร้านคือนักชิมที่จะรู้จักคุณภาพอาหารคืออยู่แล้ว เราจึงไม่กล้านำของคุณภาพไม่ได้มาขาย เราคงมาตรฐานไว้ให้ดีที่สุด ไม่มีการยอมแถมว่าอาหารเกรดไม่ได้มาขาย และเสียงตอบรับของลูกค้าก็ยังคงดีอยู่”

“ตอนนี้เริ่มมองว่าเราอาจจะเปิดสาขาใหม่ๆ ที่อาจจะอยู่ในเมืองมากขึ้นเพราะกองหล่อเป็น Japan Town อยู่แล้วมีอาหารญี่ปุ่นเป็นร้อยเป็นพัน เราก็อยากจะทำลูกค้าในโซนเมือง เช่น เพชรเกษม รัชดา ซึ่งคอนเซ็ปต์อาจจะเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งต้องรอการสรุปอีกครั้ง เป็นอาหารญี่ปุ่นเหมือนเดิมเพราะเป็นอาหารที่ผมชื่นชอบที่สุด ชอบที่จะกิน ชอบที่จะค้นคว้าและทดลอง ซึ่งมีอะไรอีกหลายอย่างที่เมืองไทยยังไม่มีและน่าสนใจที่จะนำมาทำ”

“ไลฟ์สไตล์นอกเหนือจากงานสองอย่างนี้แล้วคือดูหนัง ฟังเพลง เล่นกีฬา เมื่อก่อนจะชอบเล่นแบดมินตันมากแต่หลังจากที่เคยเอ็นร้อยหวายขาดทำให้ความอยากเล่นมันน้อยลงต้องเล่นเบาลงไม่หนักหักโหมเท่าเดิมหรือเปลี่ยนไปเล่นอะไรที่เบาลงเช่น ปิงปอง โบว์ลิ่ง ส่วนการพักผ่อนที่ชอบคือการไปเที่ยวต่างจังหวัด เช่น ไปเที่ยวทะเล กระบี่ ภูเก็ต”

“ที่ชอบไปทะเลเพราะทะเลเป็นที่ๆ ผมไปแล้วรู้สึกสบายใจมากที่สุดเรียกได้ว่าเป็นเพชรขาดความเครียดเลยก็ว่าได้ ได้ไปนั่งเฉยๆ ให้ลมทะเลตีหน้า มองความกว้างไม่ต้องคิดอะไรมากแล้วจะรู้สึกดีขึ้นได้ทุกครั้ง”

“ณ วันที่ดำเนินชีวิตมาถึงอายุ 35 เราได้มีชีวิตที่เราผ่านการมีความสุขมาหลายรูปแบบ เช่น ความสุขจากความสำเร็จในวัยเรียนที่ไฮเทคเอนัน แต่ตอนนี้รู้สึกผ่านอะไรแบบนั้นมาพอสมควรและรู้สึกว่ามันไม่จริง ก็เริ่มคิดว่าเป็นเวลาที่เราจะสร้างครอบครัวและทำงานหนักเพื่อครอบครัว เพราะสุดท้ายแล้วผมคิดว่า Peace of mind ความสุขที่แท้จริงคือความสุขที่อยู่ใจ การได้อยู่กับครอบครัวซึ่งเป็นสถาบันหลักของชีวิตของคนทุกคน เราทำงานกลับมาเจอครอบครัว เจอคนที่เรารักก็น่าจะเป็นความสุขที่สุดและยั่งยืน ที่สุด”



THE HAPPINESS ANNOUNCER

SAWITRI ROCHANAPRUK
สาวิตรี โรจนพฤกษ์

พิธีกรสาวมากความสามารถที่รับงานอีเว้นท์มากที่สุดคนหนึ่งของเมืองไทย
แกมยังควบตำแหน่งเจ้าของกิจการแบรนด์เสื้อผ้าสุดเก๋ HaHaHa The Happy Girls
ร่วมกับลูกเกด จิรดา โยธธรา ที่เพียงแค่อ่านแบรนด์ก็บ่งบอกความเป็นตัวเธอเองได้มากที่สุด
คือเป็นผู้หญิงที่มีความสุขกับทุกวินาทีของการใช้ชีวิต

“ตอนนี้ทำพิธีกร กับเสื้อผ้าที่ทำมาได้ประมาณปีครึ่ง ซึ่งได้
รับการตอบรับดีกว่าที่คาดคิดไว้ จากแรกๆ ที่คนอุดหนุนจะเป็น
เพื่อนๆ กันแต่ในตอนนี้คนที่ซื้อเสื้อผ้าแบรนด์นี้คือคนธรรมดา
ที่มาซื้อเพราะชอบจริงๆ

“ที่เริ่มมาทำเสื้อผ้าเพราะงานพิธีกรอยู่ในจุดที่ลงตัวแล้วและก็
เริ่มที่จะมองว่าเราจะทำอะไรได้อีกไหม เสื้อผ้าก็เป็นสิ่งที่เราชอบ
อยู่แล้วและตอนที่เริ่มทำก็เป็นช่วงที่ Facebook เข้ามาจับกับมาก
กับชีวิตคนมากขึ้นซึ่งมันตอบโจทย์ในแง่ที่ว่าเราไม่ต้องมีหน้าร้าน
แต่ลูกค้าสามารถเข้าถึงเราได้จากทุกที่ทุกเวลา และเราสามารถ
พิธีกรเต็มความเป็นเราเองได้อย่างที่เราต้องการ

“นิยามของแบรนด์คือ HaHaHa The Happy Girls คือเป็น
สไตล์ที่เราชอบไม่ได้เน้นว่าเป็นแนวไหน แต่เป็นแนวที่เราคิดว่า
เราใส่แล้วเรา happy มีความสุข หัวใจหลักของเราคืออยากให้
ผู้หญิงแต่งตัวทุกวัน เพราะมีความรู้สึกว่าคุณผู้หญิงส่วนมากอาจ
จะให้ความพิเศษกับการแต่งตัวต่อเมื่อไปงาน แต่จริงๆ แล้วการ
ออกจากบ้านทุกวันเราสามารถสนุกกับการแต่งตัวได้ เสื้อผ้า
ของเราจึงเป็น Everyday Wear ใส่ได้ทุกวันและมีความสุขกับมัน

“ไลฟ์สไตล์นอกเหนือจากเวลาทำงาน จะใช้เวลาในการทำ
สิ่งที่เรารัก เช่น การอ่านหนังสือ นัดกินข้าว ดูหนังกับเพื่อน และ
ออกกำลังกายบ้างคือฟลาทิส ซึ่งเป็นกีฬาที่เหมาะสมกับตัวเธอมากๆ

ส่วนหนังสือที่ชอบอ่านมากที่สุดคือวรรณกรรมเยาวชน รองลง
มาคือนิยาย บทความ ชอบอ่านอะไรที่ให้ความรู้ผ่อนคลายจริงๆ
ไม่ค่อยชอบอ่านหนังสือหรือดูภาพยนตร์ที่โหด เศร้า คราม่า หรือ
อะไรที่เข้าใจยากเกินไป จะชอบเสพความสุข ในเมื่อเป็นเวลารว่าง
ของเราก็จะอยากใช้กับสิ่งที่ผ่อนคลายจริงๆ ไม่อยากหดหู ซึ่ง
อาจจะผิดพลาดตรงที่ทำให้เป็นคนไม่ค่อยมีภูมิต้านทานในการรับ
ความทุกข์ใจ

“ถ้าหากมีปัญหาหรืออะไรแย่ๆ เข้ามาในชีวิต ในสมัยก่อนจะ
ผ่านมันไปได้ยากมาก แต่ในระยะหลังจะพยายามคิดว่าทุกอย่าง
ไม่มีอะไรที่ยั่งยืนไม่ว่าจะความสุขหรือความทุกข์ ครึ่งนี้ก็จะผ่านไป
เช่นกัน เมื่อพบเรื่องร้ายๆ บางครั้งในเวลาต่อมาทำให้เกิดความ
คิดว่าเรื่องแย่ๆ นี้เราก็ก้าวผ่านมาได้แล้ว ดังนั้นเรื่องนี้เราก็ก้าวผ่าน
ไปได้เช่นกัน

“ส่วนแล้วคิดว่าสิ่งสำคัญในชีวิตของคนเราสุดท้ายแล้วก็คือ
ความสุข ตอนเราเป็นเด็กเราก็อาจจะมองว่าสิ่งสำคัญในชีวิตคือ
การเข้ามหาวิทยาลัยได้ การทำงานดีๆ คือความสำเร็จในชีวิต แต่
ในตอนนี้เมื่อได้ผ่านชีวิตมาช่วงหนึ่งแล้วและทำงานแล้ว สุดท้ายก็
ค้นพบว่าสิ่งสำคัญจริงๆ คือความสุขไม่ว่าความสุขของเราคือ
อะไรก็ตาม จะเป็นการทำงานที่เรารัก การอยู่กับเพื่อนกับคนที่
เรารัก เพราะด้วยนี่ความสุขไม่ได้หาอย่างยากที่ทุกคนคิด เพียง
แค่นั่งอ่านหนังสือก็มีความสุขแล้วและอย่าให้มีอะไรกระทบเพราะ
ความสุขไม่ใช่สิ่งที่หาได้ง่ายๆ จริงๆ”



MADE FROM *OUTER SPACE*

AMATA LUPHAIBOON
อมตะ หลุโพบูลย์

สถาปนิกแนวหน้าของวงการที่คงจะไม่มีใครไม่รู้จัก ด้วยตำแหน่ง Principal แห่งบริษัท Department of ARCHITECTURE ที่มีชื่อเสียงและผลงานเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ

“ในตอนนี้ ผลงานหลักๆ ล่าสุดก็จะมี Hilton ที่พิกษา บ้านพักอาศัยและ ร้านอาหาร ZENSE ที่อยู่ด้านบนของ Zen Tower ซึ่ง look และ feel จะเปลี่ยนไปจากเดิมที่เคยเป็น ส่วนงานต่างประเทศ ตอนนี้เรามีงานใหญ่อยู่ 2 งานคือตกแต่งภายในให้กับอาคารที่ออกแบบโดยบริษัท Foster+Partners ซึ่งเป็นของ Lord Norman Foster ซึ่งเราภูมิใจที่ได้ทำงานตกแต่งภายในให้กับสถาปนิกที่มีชื่อเสียงคนหนึ่งของคุณี อีกงานคือออกแบบทั้งงานสถาปัตยกรรม ตกแต่งภายในและภูมิสถาปัตย์รีสอร์ทที่ก๊วยหลิน ประเทศจีนซึ่งก็วกกลับสวยงามมากทั้งภูเขาหินและทะเลสาบเหมือนอยู่ในหนังจีนและเป็นงานที่ทำกายและสนุกมาก

“ในด้านไลฟ์สไตล์จะค่อนข้างซ้ำๆ กันในทุกวัน วันธรรมดาจะไปยิมก่อนมาทำงานซึ่งบ้านและออฟฟิศใกล้กันมาก ส่วนในวันว่างกิจกรรมที่โปรดปรานที่สุดก็คือการดูหนัง และเป็นคนชอบดูหนังรอบเช้าซึ่งไม่ค่อยจะมีที่ไหน มีแค่ที่ลิโด้ สกาล่า ทำให้ผมดูหนังที่นั่นแทบทุกสัปดาห์ติดต่อกันมา 20 กว่าปีแล้ว เป็นโรงหนังที่คลาสสิกและมีราคาที่เหมาะสม ผมชอบดูหนังหลายๆ แนว โดยไม่จำกัดว่าเป็นหนังนอกกระแสในกระแสหรืออะไรก็ตามและผมรู้สึกว่าการดูหนังเป็นการหาความสุขที่ง่ายที่สุด

“อีกอย่างที่ชอบคือการไปท่องเที่ยวทั้งระยะใกล้ และระยะไกล แต่เนื่องจากการทำงานทำให้หาเวลาได้ยากมากและได้เที่ยวบ่อยกว่าที่ตั้งใจ ในสมัยก่อนจะชอบเน้นการไปเที่ยวเมืองใหญ่ เพราะรู้สึกว่าการไปดูเมืองคือได้เห็นสถาปัตยกรรมได้เห็นร้านรวง ได้ดูพิพิธภัณฑ์ ทำให้รู้สึกที่เราอาจจะชอบเที่ยวแต่เมือง แต่เพิ่งจะมี 2-3 ปีที่ผ่านมา ได้ขับรถผ่านระหว่างเมือง เราก็ผ่านธรรมชาติสวยๆ และรู้สึกดีใจว่านี่ก็เป็นอีกอย่างที่เติมเต็มความสุขเช่นกัน เลยเริ่มจะเบนเข็มมาท่องเที่ยวแนวธรรมชาติดูบ้าง

“ซึ่งสองกิจกรรมที่ชอบที่สุดก็การท่องเที่ยวและการดูหนังนี่ เป็นสิ่งที่สร้างแรงบันดาลใจให้เสมอ บางครั้งเราเข้าไปดูหนังโดยที่เราไม่จอยอยู่ในหัวว่าต้องออกแบบอะไร และเราไม่ได้ตั้งใจว่าจะไปหาคำตอบจากหนัง แต่เมื่อเราเข้าไปแล้วกลับได้ข้อโรออกมา เช่น ดูโกโนสึโตะโตชิมาแล้วรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่อยู่ร่วมกันแล้วสวย โทนิสึนี่ก็ตีตหัวเรออกมากและกลายมาอยู่ในงานออกแบบของเรา

“ในตอนนี้ผมรู้สึกว่าความสุขในชีวิตคือการใช้ชีวิตกับการทำงาน ผมไม่ได้รู้สึกว่าผมมีอาชีพเป็นสถาปนิกแต่ผมมีชีวิตที่เป็นสถาปนิก มีความสุขที่ได้ทำงานดีๆ ผลงานออกมามีผู้คนรอบข้างเห็นหรือสื่อเห็นแล้วชื่นชอบ เป็นความสุขจริงๆ และยังคงมีความสุขกับการทำงานต่อไปเรื่อยๆ จนอายุเยอะๆ หวังว่าคนอื่นเห็นเราเป็นผู้ออกแบบที่ดีและยังทำอะไรให้กับวงการนี้ได้อยู่ และในระหว่างทางก็ไม่ลืมที่จะเก็บเกี่ยวความสุขเล็กๆ น้อยๆ ในชีวิตเอาไว้ด้วยเช่นกัน”

PRIDE
OF
PLENITUDE





AN IMAGINATIVE
LIVING





ROOFTOP GARDEN AND FINEST SWIMMING POOL





HEARING
THE NATURE TONE

SELECTISM COLLECTISM

WRITER : TITIMA C.



CLASSIC CAR

NAPUTT ASSAKUL
นักธุรกิจ



นอกจากตำแหน่ง Deputy Managing Director แห่ง Bandara Group ซึ่งบริหารโรงแรมในเครือทั้งที่สี่ลม สมุย รวมถึงอีกสองโครงการที่กำลังใกล้เปิดตัวที่ภูเก็ตและระยองแล้ว ความชอบส่วนตัวของชายหนุ่มคนนี้ซึ่งคือการสะสมรถยนต์คลาสสิก ยังเป็นที่มาให้เขาพ่วงอีกตำแหน่งคือการรวมการสมาคมรถคลาสสิกประเทศไทย

“ผมเริ่มสะสมรถประมาณ 10 กว่าปีที่แล้วตั้งแต่สมัยรับราชการ คือเป็นคนหนุ่มทั่วไปที่ชอบรถสปอร์ต แต่ด้วยฐานะเงินเดือนตอนนั้นทำให้ไม่สามารถเล่นรถใหญ่ๆ ได้ ก็เลยหันไปมองรถมือสอง แล้วพอชอบรถมือสอง ก็ทำให้รู้สึกว่ารถคลาสสิกก็สวยทำให้เริ่มชอบ เริ่มศึกษาความสนุกของการเล่นรถคลาสสิกคือการซื้อมาแล้วได้ซ่อม ปรับปรุงรูปโฉม ทำให้ได้เรียนรู้เรื่องต่างๆ ซึ่งจริงๆ ก็เหมือนกับนิสิตเด็กผู้ชายทั่วไปที่ชอบเรือชอบซ่อมเครื่องยนต์กลไกต่างๆ ซึ่งภาษาคนเล่นรถคลาสสิกคือเก็บก็เกออง คือเก็บให้งานเรียบร้อยด้วยตัวเองในส่วนของรายละเอียด ส่วนงานใหญ่ๆ ก็จะส่งซ่อม”

“เสน่ห์ของรถคลาสสิกคือความมีที่มากที่ไปของมัน ในสมัยก่อนรถถือเป็นงานอาร์ตอย่างหนึ่ง ไม่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ดีไซน์แบบยุคปัจจุบัน การออกแบบรถใช้ว่าตมมือขึ้นโมเดลด้วยมือ คนออกแบบคิดแค่ว่าอยากให้รถมีหน้าตาแบบนี้ๆ เมื่อนั้นโมเดลด้วยดินเหนียวแล้วก็ไปบอกวิศวกรให้ใส่เครื่องยนต์เข้าไป ไม่ได้คิดมากขนาดสมัยนี้ที่จะต้องดูเรื่องความปลอดภัย ดูว่าความสูงแค่ไหน

จะจับได้ ความเร็วสูงสุดแค่ไหน มีค่า pollution เท่าไร เมื่อการออกแบบรถมีขีดจำกัดทำให้จินตนาการของคนออกแบบไปไม่ได้ที่สุดๆ แบบสมัยก่อนที่ไร้ขอบเขต ทำให้รถสมัยนี้ธรรมดาเกินไปไม่พิเศษเท่ากับรถสมัยก่อนที่มีคาแรคเตอร์และความโดดเด่นในตัวของตัวเองมากกว่า

“ก่อนอื่นเลยต้องทำความเข้าใจว่ารถที่ซื้อรถเก่า ส่วนรถคลาสสิกก็ซื้อรถเก่าที่มีคุณค่า ไม่ได้แปลว่าต้องเป็นรุ่นที่แพงหรือเป็นรุ่นหายาก แต่แปลว่าเป็นรถที่มีอายุและมีความหมายต่อใครสักคนและยังคงสวยงามอยู่ไม่ใช่สมัยปุบปุ๊ะทั้งคันจึงแทบไม่ได้การที่จะเป็นรถที่ซื้อต้องยังคงไว้ได้ ใช้งานได้ อย่างน้อยต้องมีบรรยากาศเก่าๆ สำหรับผมเองแล้วรถคันที่รักมากที่สุดคืออัลฟ่าโรเมโอ 1750 ซึ่งมีความทรงจำพิเศษๆ อยู่คือเป็นรถที่รับกรรยากลับบ้านในวันแต่งงาน

“สมัยที่ผมเริ่มเล่นใหม่ๆ นั้น อินเตอร์เน็ตยังไม่ดีเป็นสื่อกลางที่แพร่หลายเท่าในทุกวันนี้ ข้อดีก็คือตอนนั้นอินเตอร์เน็ตช่วยทำให้ทุกอย่างง่ายขึ้น การที่คนชอบรถคลาสสิกในวงกว้างขึ้นทำให้การหาข้อมูล การแชร์ข้อมูลหรือความรู้ต่างๆ เป็นไปอย่างง่ายดาย เว้นที่ผมเป็นสมาชิกหลัก ซึ่งเล่นมาตั้งแต่ในยุคแรกๆ คือเว็บ bangkokclassicar หรือที่เรียกเล่นๆ ว่าบ้านบางกอก ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่สมาชิกจัดทำกันขึ้นมาเองโดยไม่มีสปอนเซอร์เพื่อให้เป็นสื่อกลางที่เป็นกลางจริงๆ และการแชร์ความคิดเห็นจะเป็นไปอย่างอิสระที่สุด

“โดยส่วนตัวแล้วคิดว่าจะไม่มัววันที่จะเป็นการเล่นรถคลาสสิกได้ง่ายๆ ใครที่ตกหลุมรักการเล่นรถคลาสสิกจริงๆ แล้วบอกว่ามีแค่คันเดียวแล้วพอนั่นคือสิ่งที่เป็นไปไม่ได้ เพราะมันจะกลายเป็น passion อย่างหนึ่งในชีวิต ทุกวันนี้ก็ยังมั่งรถในฝันอีกมากมายหลายคันที่ยังไม่ได้ครอบครองซึ่งทำให้การสะสม การที่จะได้มายังคงเป็นเรื่องน่าสนุกอยู่

“ในปัจจุบันคนหันมาให้ความสนใจรถคลาสสิกมากขึ้นรวมทั้งสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ง่ายขึ้น ทำให้มีคนเล่นรถคลาสสิกมากขึ้นกว่าสมัยก่อนเยอะแต่คนที่เล่นรถ ริกตรจริงๆ จะไม่ได้ทำเพื่อแข่งกันว่าใครมีเยอะกว่า รถใครสวยกว่ากัน แต่จะทำเพื่อสนองความต้องการของตัวเองเมื่อเห็นรถคันอื่นสวยๆ ก็เกิดแรงบันดาลใจว่าอยากทำรถตัวเองให้เนียนที่สุดสวยที่สุดบ้าง

“ผมคิดว่ารถคลาสสิกเป็นสมบัติของชาติ เป็นประวัติอย่างหนึ่งของประเทศไทยที่เป็นข้อพิสูจน์ได้ว่าเราไม่ได้เป็นบ้านป่าเมืองเถื่อน เราไปได้อยู่ในถ้ำ รถตุ๊กๆ ทุกวันนี้ทั่วโลกบอกว่าหายาก มีไม่กี่คัน ผมกล้าพูดได้เต็มปากว่าเมืองไทยมีทุกรุ่น บางรุ่นมีหลายคัน และเป็นรถที่มีตั้งแต่ในยุคนี้ไปไม่ถึงสิ่งเข้ามาใหม่ ซึ่งรถยนต์พวกนี้ต้องมีคนรักชาติต่อใช้เขา ซ่อมเขาเป็น รักษาและเห็นคุณค่าของเขา ไม่เพียงแค่นั้นเอาไว้เฉยๆ เท่านั้นและนั่นก็คือสิ่งที่ผมและคนรักรถคลาสสิกทุกคนกำลังทำอยู่เพื่อสืบทอดเรื่องราวเหล่านี้ต่อไป”



HIGH HEELS LOVER

CHAYATHIP RUNGPUTONG
ชญาณทิพย์ รวงผึ้งทอง



สาวเปรี้ยวจัดแห่งแบรนด์ Happy berry ซึ่งแม้จะเป็นแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่นช้อปปิ้งที่มีอายุ 12 ปีแล้วก็ยังคงเป็นแบรนด์ที่คงคอนเซ็ปต์สนุกสนานสดใสและเป็นที่น่าสนใจว่าแบรนด์นี้ยังคงเป็นที่ครองใจสาว ๆ ได้อย่างมากมายมาตลอดในขณะที่ยังคงมีแบรนด์อื่น ๆ ที่เริ่มต้นมาในเวลาไล่เรี่ยกันได้ทยอยกันหายหน้าหายตาไปจากวงการ

“ในตอนนี้สาขาใหญ่ที่สุดของเราคือที่สยามพารากอนชั้น 3 และมีแบรนด์ใหม่คือ Cupcake ด้วยรวมทั้งที่สยามสแควร์และเดอะมอลล์สาขาอื่นๆ สไลด์ส่งร้านก็จะคล้ายๆ ความเป็นตัวเราคือในสมัยแรกเราชอบอะไรก็จะทำสินค้าสไตล์นั้นออกมาขาย แต่มีความแตกต่างจากสมัยแรกๆ ที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีแค่เด็กวัยรุ่นเด็กมหาวิทยาลัยอย่างเดียว ในตอนนี้ก็มีสินค้าสไตล์ที่เหมาะกับผู้หญิงวัยทำงานด้วยเช่นกัน แต่ก็ยังคงเป็นสไตล์ที่เด็กวัยรุ่นชื่นชอบได้เพราะเด็กสมัยนี้ก็แต่งตัวยาวกว่าแต่ก่อน

“ส่วนสไตล์ของตัวเองในตอนนี้จะเรียกว่า ลงไม่ประโคมอะไรฟูฟ่าทำเหมือนสมัยยังเป็นวัยรุ่น แต่ก็ยังคงชอบอะไรที่ดูลูกเล่นๆ ไม่เบสิกนัก ที่เริ่มมาสะสมรองเท้า ไม่ได้เป็นความตั้งใจแต่ด้วยความชอบส่วนตัวก็ทำให้ซื้อหาครอบครองมากขึ้นๆ เป็นเครื่องแต่งกายชิ้นสำคัญที่ช่วยเติมเต็มลุคในทุกๆ วันและคิดว่าผู้หญิงแทบทุกคนก็เหมือนกันคือชอบซื้อรองเท้าหลายๆ สไตล์เพื่อให้เข้ากับการแต่งตัวในทุกๆ โอกาส เลยกลายมาเป็นคนที่สะสมรองเท้าในที่สุด

“ยี่ห้อโปรดคือ Christian Louboutin เพราะพอดีกับเท้าเรา ใส่สบายและรู้สึกว่าจะเหมาะกับตัวเอง รองเท้าที่ซื้อมาทุกคู่ใส่ทุกคู่อย่างคุ้มค่าจนกว่าจะพังไป ไม่เคยซื้อรองเท้ามาที่ไว้อย่าง รวบรวมตั้งใจเก็บรักษาทำให้ใช้ได้นานหลายปี เลยรู้สึกว่าการลงทุนกับรองเท้าดีๆ เป็นสิ่งที่คุ้มกับเงินที่เสียไป และรองเท้าเป็นส่วนสำคัญมากๆ เกี่ยวกับสุขภาพของเรา นอกจากช่วยเสริมบุคลิกแล้ว สิ่งสำคัญที่สุดคือต้องใส่สบายไม่ทำร้ายเท้าหรือเท้าของเรา รongเท้าบางคู่อาจจะแค่สวยแต่ใส่แล้วทำร้ายสุขภาพผู้สวมใส่ได้ รวมทั้งคุณภาพของวัสดุที่ใช้ก็เป็นส่วนสำคัญที่จะยึดอายุการใช้งานรองเท้าแต่ละคู่

“เป็นคนชอบสีส้มเพราะชอบแต่งตัวให้สนุกสนานนิดนึงไม่ธรรมดา รองเท้าที่มีน้มนครอครองเลยจะมีหลากหลายสี แต่จริงๆ แล้วสีที่ชอบที่สุดคือสี nude ซึ่งใส่ได้กับเสื้อผ้าทุกชุดและทำให้ดูสูง เพรียวขึ้น อีกสไตล์ที่ชอบคือรองเท้าที่มี glitter ชอบอะไรแวววาว ซึ่งรองเท้าที่ร้านก็จะเน้นอะไรแบบนี้เช่นกัน เพราะเป็นความชอบส่วนตัวของเราเองจริงๆ

“ทรงรองเท้าอาจจะไม่ได้เปลี่ยนแปลรวดเร็วเท่ากับเสื้อผ้า รองเท้าหนึ่งคู่ซื้อเข้ามาในปีหนึ่งเมื่อหยิบมาใส่ในหน้าก็จะยังไม่ out เพียงแต่อาจจะไม่มีสีใหม่ๆ ที่ออกมาล่อตาล่อใจให้ไปซื้อ และสไตล์รองเท้าที่สวมใส่บ่อยๆ ก็จะออกมาเรื่อยๆ และรสนิยมของผู้สวมใส่ได้เช่นเดียวกันกับที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้กับเราแต่งตัวออกมาในวันๆ หนึ่ง”



GLASSES OBSESSION

PANYA JITRMANASAKD
ปัญญา จิตรมานะศักดิ์

แฟชั่นบล็อกเกอร์ผู้มีชื่อเสียงโด่งดังจากเว็บ <http://mepanya.blogspot.com> ที่อัปเดตเรื่องราวและเทรนด์แฟชั่นต่างๆ ที่เปี่ยมล้ำนำเทรนด์อยู่เสมอ และยังมีตำแหน่ง Marketing Communication ให้กับแบรนด์ Tippy Tippy ผู้ที่มีความชื่นชอบส่วนตัวอยู่ที่วัตถุประจำกายที่ขาดไม่ได้เป็นอันขาดซึ่งคือ แว่นตา

“แว่นตาเป็นสิ่งที่ใส่ตั้งแต่ ป. 1 และแทบจะไม่เคยเปลี่ยนสไตล์ที่ตัวเองชอบคือชอบกรอบสีดำ สีเข้มและเป็นพลาสติก ทำให้บางครั้งโดนมองว่าทำไม่ซื้อแว่นที่หน้าตาคล้ายๆ เดิม ซ้ำๆ กัน แต่ส่วนตัวคิดว่าแต่ละอันก็มีรายละเอียดมีเสน่ห์ที่แตกต่างกันออกไปไม่ว่าจะเป็นไอเดียที่บางกรอบออกแนวหรือวัสดุที่มันไม่ได้เหมือนกันเป๊ะๆ และเราชอบจริงๆ ถึงได้ซื้อมา จนเมื่อเวลาผ่านไปแว่นตาก็กลายเป็นของสะสมในที่สุด

“แว่นที่เก็บอยู่มีแว่นตาที่เก็บตั้งแต่สมัยเด็ก ๆ ที่ไม่ได้ใส่แล้ว ไม่มีการทิ้ง ไปจนแว่นบางอันที่ซื้อมาก็ไม่ได้คิดว่าจะใส่เพราะด้วยวัสดุที่ทำอาจจะไม่เหมาะกับการใส่ในชีวิตจริง แต่ก็เก็บแว่นที่เก็บไว้ก็มีความสุข แต่อันที่เราใช้งานจริงๆ เราก็ใช้อย่างคุ้มค่า

“ต้องยอมรับว่าแว่นตาเป็นแฟชั่นช้อปปิ้งอย่างหนึ่งที่มีเทรนด์ของสีแว่นตาและเทรนด์ของส่วนประกอบต่างๆ ก็จะ follow กันไปแต่ทุกวันนี้นักให้มีความสำคัญกับแว่นตามากกว่าแต่ก่อนที่เป็นแค่เครื่องช่วยใหมองเห็น ได้ชัดขึ้นแต่ว่านแว่นตาก็กลายมาเป็นอย่างหนึ่งที่ประกาศตัวตนให้กับผู้สวมใส่และมีแฟชั่นเป็นของตัวเองส่วนตัวไม่ใช้คนที่มากอยใส่ตามว่าตอนนี้แว่นแบบไหนยี่ห้อไหนกำลัง in กำลังฮิตต้องมีหรือเป็น rare item ที่จะต้องมีให้ได้ เพียงแค่ชอบอันไหนแบบไหนก็จะอยากได้อยากมีแว่นตาอันนั้นๆ มาเป็นเจ้าของ หรือบางทีแค่เปิดเว็บเปิดนิตยสารดูแล้วก็อาจจะตกหลุมรักแว่นตาแบบใหม่ๆ ที่ได้เห็นก็จะทำให้เกิดการอยากหาหาซื้อไม่ได้จำกัดว่าจะต้องเป็นยี่ห้อไหนแนวไหนนอกจากแบบที่คิดว่าจะเหมาะกับตัวเอง

“รู้สึกที่แว่นตาเป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของหน้าเราไปแล้วเลยไม่คิดที่จะใส่คอนแทคเลนส์หรือแว่นตา เพราะรู้สึกว่าใส่แว่นก็ช่วยเติมเต็มหน้าเราแบบที่ขาดไม่ได้ถ้าไม่ได้ใส่ก็เหมือนขาดอวัยวะอะไรไปอย่างหนึ่ง เมื่อตอนเด็กๆ เราเคยเห็นคนสะสมแสตมป์ รบมิตร หรืออะไรต่างๆ เราก็ยังคิดคิดว่าเอ๊ะแล้วเราเองสะสมอะไร ซึ่งแว่นตาไม่ได้เกิดจากความตั้งใจว่า เราจะต้องมีของสะสม หรือแสวงหาที่จะสะสมแต่มันก็กลายมาเป็นสิ่งที่เราชอบจริงๆ และเราก็ใช้จริงในชีวิตประจำวัน เราจึงกลายมาเป็นคนที่สะสมแว่นตาในที่สุดและเมื่อคนรอบข้างรู้ว่าเราชอบแว่นตาหลายๆ คนก็มักจะแนะนำให้ทำให้แว่นหลายๆ อันมีเรื่องราวที่นำประกับใจแอมแปงอยู่คือคนที่เรารักให้เรามา แม้ว่าบางอันเราอาจจะไม่ได้เอามาใส่ในชีวิตประจำวันจริงๆ ก็ตามแต่คนที่ให้ก็รู้ว่าเราจะเก็บรักษาไว้อย่างดีและเห็นคุณค่าของมัน ทำให้จะไม่วันเนื้อที่จจะซื้อและสะสมแว่นตาต่อไปอีกเรื่อยๆ”



LIVING
ASHTON





ก้าวข้ามจากไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ของ MORPH 38 ผู้
ไลฟ์สไตล์อันสง่างามด้วยคอนโดมิเนียมระดับไฮเอนด์
ดีไซน์ในสไตล์แบบ Modern mix and match โดดเด่น
เหนือระดับด้วยทำเลคุณภาพใจกลางเมืองที่มอบความ
สงบ รื่นรมย์ เป็นส่วนตัว ท่ามกลางเมืองใหญ่ ผสมผสาน
การตกแต่งอย่างปราณีต ซึ่งละเอียดอ่อนด้วยแนวคิดที่
เชื่อมโยงกับชีวิตอันรื่นรมย์ มีสไตล์ ภายใต้โครงการของ
ASHTON Condominium ติวอาคารเด่นตระหง่านด้วย
ความสูง 32 ชั้น 199 ยูนิต เสิร์มด้วยคาแรคเตอร์อันโดดเด่น
ทั้งโครงสร้างและรูปแบบของติวอาคารที่ได้รับการ
ออกแบบจากบริษัทมีชื่อเสียงระดับโลกอย่าง WOHA
ARCHITECT ประเทศสิงคโปร์ มีรางวัลอย่าง WOHA
ได้ถ่ายทอดสไตล์ของ ASHTON ผ่านติวอาคารที่สะท้อน
ความสะอาดตาที่สุดในย่านนั้น โดยใน Area ซึ่งแชร์พื้นที่กัน
ระหว่าง MORPH38 และ ASHTON ต่างถูกออกแบบให้
เป็นการใช้พื้นที่ตั้งร่วมกัน แต่แยกกันชัดเจน โดยคำนึงถึง
ความเป็นส่วนตัวที่ผู้พักอาศัยจะได้รับมากที่สุด



“ THE LAST URBAN OASIS ON SUKHUMVIT 38 ”

WHALE BELLY

SUKHUMVIT 39



ร้านอาหารสไตล์ fine dining กับเมนูอาหารฝรั่งเศส และอิตาเลียน
ร้านอาหารเก๋ไก๋ร้านใหม่ในเชิง Boulevard 39 ที่มีบรรยากาศตรงตัว
กับชื่อของร้าน เพราะเมื่อเดินเข้ามาจะพบพาดมที่ตกแต่งด้วยไม้ระแนง
โค้งเว้าเหมือนซี่โครงปลาฉลาม ตกแต่งด้วยโคมไฟน้ำเงินขาว ให้ความ
รู้สึกเหมือนอยู่ในท้องปลาฉลามตัวใหญ่ในห้องทะเล และท้องปลาฉลามนี้
ก็ยิ่งแทนความหมายถึงแหล่งอาหารที่อุดมสมบูรณ์ ซึ่งมีเซฟมีมือดีที่
คอยจัดเตรียมวัตถุดิบคุณภาพสูงไว้ปรุงอาหารรสเลิศ รอบริการให้
กับลูกค้า เพื่อให้เข้ากับชื่อร้านและบรรยากาศจึงเป็นที่แน่นอนที่ไฮไลต์
ของอาหารจะอยู่ที่เมนูอาหารทะเลสดใหม่คุณภาพดีตามสูตรเฉพาะ
ของร้าน ที่จะทำให้คุณเพลิดเพลินกับรสชาติอาหารตั้งแต่ Starter จน
ไปถึงเมนูของหวานเลยทีเดียว ที่นี้มีเมนูที่หลากหลายหากทานได้ยากใน
เมืองไทย ที่ชวนให้น่าลิ้มลองและคิดว่าเราไปต้องไม่ผิดหวังอย่างแน่นอน
Boulevard Tower A สุขุมวิท 39
เปิดบริการทุกวัน เวลา 11.30 - 14.30 , 18.30 - 22.30 น.



THE BAR & THE RESTAURANT

SUKHUMVIT 24



ร้านอาหารและบาร์แห่งนี้เพิ่งจะมีอายุครบ 1 ปีพอดีและยังคงฮอตฮิต
ติดลมบนอยู่แบบไม่เสื่อมคลาย โดยเจ้าของคือคุณฟลุค เกียรติพล
มีชัยวานิช นั่นมีความต้องการที่จะสร้างแบรนด์ของประสบการณ์
ใหม่ในการดื่มเชมเปญควบคู่กันไปกับบริการรับประทานอาหารแทนที่จะ
เพียงแค่ดื่มเชมเปญในวาระพิเศษแบบที่คนทั่วไปเข้าใจ โดยที่ร้านเสิร์ฟ
เชมเปญ Moët & Chandon ในระดับราคาที่เราเรียกว่าเป็นมิตรเมื่อเทียบกับ
คุณภาพระดับโลก

โทนการตกแต่งของร้านเป็นสีขาวดำและสีทองในสไตล์หรูเรียบ
แบ่งออกเป็นหลายโซนด้วยกันได้แก่ The Bar สำหรับนั่งสังสรรค์ดื่ม
เชมเปญและรับประทานอาหารจำพวก tapas โซน The Restaurant
สไตล์ Bistro สำหรับการรับประทานอาหารที่เป็นทางการขึ้นกว่าโซน
แรกและ Chef's Table ที่มีเพียง 1 โต๊ะเท่านั้นสำหรับผู้ที่ต้องการลิ้มรส
การรับประทานอาหารแบบ Fine Dining โดยอาหารที่ร้านนี้นำเสนอ
นั้นแน่นอนว่าเป็นที่นำผัดห้วงด้วยสารพัดเมนูอาหารสไตล์ French
Bistro ที่ถูกสร้างสรรคโดยเชฟระดับเกรด A+ ทั้งจากต่างประเทศและ
ในประเทศ

88/1 ซอยสุขุมวิท 24 อาคาร ออเนียว 24 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย
กรุงเทพฯ โทร 02-261-6677, 082-222-7474
เปิดทุกวัน เวลา 11.00 - 01.00 น.





SMITH

SUKHUMVIT 49



เมื่อเอ่ยถึง Chef เอียน พงศ์รัช เวลิมกิตติชัย เชื่อว่าในวันนี้แทบจะไม่มีใครไม่เคยได้ยินชื่อเสียงของเขาอีกต่อไป และในเมื่อเป็นร้านใหม่ฝีมือเชฟเอียนและทีมงานที่เคยฝากชื่อกันแล้วด้วยร้าน Hyde & Seek Gastro Bar แล้ว Smith จึงเป็นอีกหนึ่งร้านอาหารที่ไม่ว่าใครก็ไม่ควรมองข้ามการไปสัมผัสด้วยตนเอง ด้วยคอนเซ็ปต์ Nose to tail Eating แนวอาหารแบบ Butchery Style ซึ่งไม่ค่อยจะพบเห็นนักในประเทศไทย

คอนเซ็ปต์การตกแต่งร้านเป็นไปในอารมณ์ที่สอดคล้องกัน ด้วยการใช้อาคาร Smith ที่หมายถึงช่างฝีมือ เฟอร์นิเจอร์และการตกแต่งให้โทนดิบๆ สีสันโรงงานตั้งแต่พื้นจรดเพดาน และด้วยแนวคิดเดียวกันนี้ว่าคนทำอาหารก็เปรียบได้กับเป็น Food Smith คือช่างฝีมือในการทำอาหารเมนูอาหารของที่นี่จึงเปรียบได้กับสวรรค์ของบรรดา meat lovers ทั้งหลายที่มีให้เลือกตั้งแต่สเต็ก raw & almost raw, Charcuterie, Main & Carry on Bigger, Poultry, Beef, Bison, Veal, Lamb ไปจนถึงเครื่องดื่มที่มีลูกเล่นแบบใหม่คืออาหารสามารถฝาก trunk เบียร์ได้แทนการฝากขวดอีกด้วย

1/8 ซ. สุขุมวิท 49 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทร 02-261-0515

เปิดทำการ ทุกวัน เวลา 17.00 - 00.00 น.



LET THEM EAT CAKE

MILLE MALLE • SUKHUMVIT 20



Let them eat cake วลีดังลี้ภัยเป็นที่เชื่อกันว่าเป็นคำพูดของพระนางมารี อังตวณิศจิต ที่อยู่ประชดในยามข้าวยากหมากแพง แต่ก็มีข้อพิพาทในภายหลังว่าพระนางไม่เคยตรัสประโยคนี้ออกมาจริงๆ หากก็ยังคงเป็นวลีที่คนจดจำกันตลอดมา และในวันนี้ การเปิดตัวของร้านเบเกอรี่ร้านใหม่ภายใต้ชื่อนี้ก็ได้สร้างความโดดเด่นอย่างน่าทึ่งท่ามกลางร้านเบเกอรี่นับร้อยพันที่ผุดกันขึ้นมาอย่างมากมาย

ตัวร้านมีกลิ่นอายของคาเฟ่ปารีสแบบคลาสสิกตั้งแต่ถูกปรับให้มีสไตล์ที่โมเดิร์นขึ้นด้วยการใช้โคมไฟสีเทาอ่อน ขาวและดำ มีทั้งโซนนั่งสบายๆ ในร้านและโซนระเบียบสำหรับคนที่อยากนั่งชิวๆ ในเวลาที่อากาศเป็นใจ และจุดเด่นที่สุดของร้านนี้จะเป็นอะไรไปไม่ได้นอกจากบรรดามอบและขนมเค้กหน้าตาสวยน่ารักและแสนอร่อยสารพัดชนิดที่วางอวดประชันโฉมกันอยู่ในตู้กระจกด้านหน้าให้เลือกรับประทานคู่กับชาหรือกาแฟหลากชนิด

สไตล์ของขนมของร้านนี้เป็นแนว French patisserie แบบขนานแท้ที่ถูกนำมาประยุกต์และปรับสูตรส่วนผสมให้ลงตัว ด้วยฝีมือของ คุณนุ้ จิตรกร อุบลสุตวรรษ ที่ใครหลายคนคงเคยได้ยินชื่อเสียงจาก 'W by หวานละมุน' ร้านขนมชื่อดังแห่งจังหวัดเชียงใหม่มาแล้ว ขนมที่จัดได้ว่าเป็นนางเอกของร้านคือ St.Honore Ceremonie ขนมพัฟฟ์ที่เคลือบเกลสกลิ่นมะลิหอม รสครีมนุ่มเนียนและมี Strawberry compote อยู่ด้วยให้ทั้ง texture และรสชาติที่หลากหลาย ขนม St. Honore นี้ยังมีแบบ Chocolate และ Rose-Raspberry อีกด้วย ขนมอีกชิ้นที่จะไม่เอ่ยถึงไม่ได้ได้แก่ La Passion ซึ่งเป็น Dacquoise อัลมอนต์และมูสเสาวรสที่ให้รสชาติเปรี้ยวเจือหวานแบบสดชื่น สดใสและโรยหน้าด้วย Raspberry Crispy เปรี้ยวแหลมเบาๆ น่าจะเป็นที่ถูกใจของสาวๆ ส่วนขนมอื่นๆ ที่ไม่น่าพลาดการลิ้มลองก็ยังมีอีกหลากหลายชนิดไม่ว่าจะเป็น Lemon tarte, Paris-Brest สหราชอาณาจักร, La Rose ซึ่งเป็นกุสลิ้นกุหลาบหอมหวานไปจนถึงเอแคลร์ไส้ต่างๆ และ All-Chocolate Tart Mille Malle

ชั้น G ซอยสุขุมวิท 20 ถนนสุขุมวิท กรุงเทพฯ 10110 โทร 02-663-4667 เวลาเปิดบริการ วันจันทร์/อังคาร/พุธ/พฤหัสบดี/อาทิตย์ 10.00 - 23.00 น. วันศุกร์/เสาร์ 10.00 - 00.00 น.



WE*DO GALLERY

SUKHUMVIT 55

หากเห็นแค่รูปภาพแล้วอาจคิดว่านี่เป็นแค่ร้านเสื้อผ้าธรรมดาที่ตั้งอยู่ต่างประเทศด้วยซ้ำที่แห่งนี้ที่บอกแบบที่ไม่มีใครได้พบเห็นนักในประเทศไทย จึงไม่น่าแปลกใจที่เหล่าเหล่าแฟชั่นนิสต้าและเหล่าคนรักแฟชั่นทั้งหลายต่างประหลาดใจมากมายจนต้องรีบวิ่งโซลิตีหลายแห่งพากันขนานนามว่าเป็น สถานที่ a must go แห่งหนึ่งในประเทศไทย

ด้วยฝีมือการก่อตั้งของคุณ Francisco Polo ดีไซน์เนอร์ชาวสเปน และคุณ Markus Herchet สถาปนิกชาวเยอรมัน สองผู้คร่ำหวอดในวงการดีไซน์มาเป็นเวลานานและได้มาหลงเสน่ห์เมืองไทย จึงตั้งใจที่จะให้เหล่าเหล่าแฟชั่นนิสต้าได้มาชมผลงานศิลปะที่ดูดีแตกต่างจากทั่วทุกมุมโลก เพื่อให้ผู้ที่มาเยี่ยมชมได้รับแรงบันดาลใจติดตัวกลับไปภายใต้คอนเซ็ปต์ Design Inspiring Experience โดยจัดแสดงทั้งเฟอร์นิเจอร์ แฟชั่นคอลเลกชันไปจนถึงงานสถาปัตยกรรมและการตกแต่งภายในและงานศิลปะประเภทต่างๆ ทั้งให้เลือกรับและสามารถจับจองเป็นเจ้าของได้โดยที่สามารงบั้นใจว่าแต่ละชิ้นงานนั้นถูกเลือกมาแล้วว่าเป็น one of a kind จริงๆ

79 ซอยทองหล่อ 8 สุขุมวิท 55 คลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทร 02-391-4866 เวลาเปิดให้บริการ อังคาร-เสาร์ 11.00 - 20.00 น. และสามารถนัดส่งหน้าสำหรัรับวันอาทิตย์



HIM & HER

RAIN HILL • SUKHUMVIT 47

ร้านเสื้อผ้าและแอกเซซอรี่ที่ไม่ว่าใครก็ต้องรู้จักร้านนี้เป็นของคุณพลอย ฮอร์วัง และคุณอิน ดิลลาลาก จันทโชติบุตร ซึ่งเพียงแค่คุณของเจ้าของร้านทั้งสองคนก็คงจะเป็นเครื่องการันตีได้เป็นอย่างดีว่าสไตล์ของร้านจะทั้ง chic และ cool แน่ๆ

สไตล์การตกแต่งร้านเป็นแนว loft แบบดิบๆ เจือปนด้วยการใช้เฟอร์นิเจอร์โบราณและของวินเทจจากหลายยุคมาเป็นส่วนประกอบ ทำให้มีคาแรคเตอร์แบบชอร์รี่ ที่ยังคงดูหรูและมีคาบเป็น conceptual อยู่อย่างโดดเด่นไม่ซ้ำแบบใคร

ส่วนสินค้าของร้านนั้นจะมีทั้ง import เข้ามาและเจ้าของร้านก็ส่งออกแบบเอง และมีหลากหลายสารพัดตั้งแต่เสื้อผ้า แอคเซซอรี่ เครื่องประดับ เว้นตา เว้นกับแคคคิงแวววินเทจและของใหม่ ทั้งของผู้ชายและผู้หญิง โดยที่สไตล์ของเสื้อผ้าและเครื่องประดับผู้หญิงนั้นเรียกได้ว่าเปรี้ยวอีกกว่าร้านอื่นๆ แต่ก็ยังคงความ feminine เอาไว้ ส่วนแนวของผู้ชายจะเรียบง่าย มากกว่าด้วยสไตล์แบบ everyday wear ที่มักสืบอายุวินเทจผสมผสานกับแนว preppy บิดๆ และในตอนนี้ถ้าหากว่าร้านนี้ยังไม่เคยอยู่ในแผนที่ must visit ของสาวกแฟชั่นคนไหนแล้วก็ คงจะต้องพิจารณาตัวเองใหม่และรีบไปแวะเยี่ยมเยียนให้เห็นกับตาสักครั้งหรือหลายครั้ง

Rain Hill ชั้น 2 ซอยสุขุมวิท 47 โทร 02-261-7233 เปิดให้บริการทุกวัน

MR.JONES' ORPHANAGE MILK BAR

SEENSPACE • SUKHUMVIT 55



เชื่อว่าทุกคนที่ได้ยินชื่อร้านนี้เป็นครั้งแรกจะต้องประหลาดใจว่าร้านขนมมาเที่ยวของอะไรกับโรงเรียนเด็กกำพร้า แต่เมื่อเข้ามาที่ร้านจริงๆ แล้วทุกคนก็ต้องประหลาดใจอีกครั้งกับการตกแต่งร้านในแนวน่ารักๆ แฟนตาซีที่มีน้ำหนักพร้อมผู้โดยสารเป็นตุ๊กตาหมีที่คิดดีหลากหลายรูปแบบเป็นจุดเด่น รวมไปถึงนาฬิกาขนาดยักษ์บนเพดานที่ให้ความรู้สึกราวกับหลุดเข้าไปอยู่ใน Bed Time Story สักเรื่องร้านนี้เป็นอีกผลงานสร้างสรรค์ของคุณ Ashley Sutton ผู้เป็นเจ้าของร้าน Iron Fairies ร้าน Clouds และร้าน Fat Gut'z หากแต่ร้านขนมร้านนี้คนชอบที่แตกต่างอย่างแปลกประหลาด ทั้งด้วย Theme ของร้านและเมนูขนมที่นำตำรับมาจากคุณยายของคุณ Ashley จึงประกอบไปด้วยขนมสไตล์โฮมเมดแสนอร่อยหลากหลายเมนูตั้งแต่ Custard Cow Poo ที่ชื่ออาจจะฟังดูไม่น่ากินเท่าไรนัก แต่เป็นคัสตาร์ดหอมกลิ่นนมที่ลิ้นฟิวพร้อมกับผลสตรอเบอรี่ Choky Mud Pie ที่สาวกช็อกโกแลตจะต้องติดใจ ไปจนถึงสไตล์โฮมเมดและ Orange Cake เค้กลิ้นรสชาติเปรี้ยวสดชื่น และค่าเฉลี่ยอันเป็นที่มาของชื่อร้านก็คือเหล่าบรรดาตุ๊กตาหมีที่คิดดีที่เรียงรายอยู่ในร้านนี่เองที่เป็นเด็กกำพร้า รอคอยมารับอุปถัมภ์ โดยสามารถร่วมประมูลตุ๊กตาหมีเหล่านี้ได้ทุกวันและรายได้ครึ่งหนึ่งจะถูกนำไปบริจาคให้กับบ้านพักคนพิการ Camillion Home

Mr.Jones' Orphanage Milk Bar Seenspace ซ.ทองหล่อ 13 โทร 02-185-2378 เปิดบริการทุกวัน เวลา 11.00 - 23.00 น

TWG

THE EMPORIUM • SUKHUMVIT 24

คงจะเป็นที่ทึ่งใจบรรดาสาวกนักดื่มชาจีนเป็นแน่ เมื่อร้าน TWG Tea Salon & Boutique ร้านชาชื่อดังจากสิงคโปร์มาเปิดสาขาแรกในเมืองไทยที่เอ็มโพเรียม ซอยปิ่น คอมเพล็กซ์ เมื่อไม่นานมานี้ ภายในร้านตกแต่งด้วยอุปกรณ์สุดคลาสสิกอย่าง กาชาโลหะสุดหรู และตาชั่งน้ำหนักทองเหลือง ที่ทำให้ลูกค้าเพลิดเพลินไปกับบรรยากาศชงชาในบรรยากาศอบอุ่นสบาย พร้อมเพลิดเพลินไปกับกำแพงศิลปะที่หมุนได้ซึ่งมีกระป๋องชาสีเหลืองอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของ TWG Tea ถูกจัดวางเรียงรายอยู่กว่า 450 ชนิด ซึ่งมีชาชั้นดีระดับโลกประเภทต่างๆ รอให้นักชิมชาเลือกได้มากมาย นอกจากชาหลากหลายประเภทแล้ว ยังไม่ควรพลาดที่จะชิมอาหารและขนมเลิศรสที่มีส่วนผสมของชาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสุดพิเศษของ TWG Tea ซึ่งรับรองว่าต้องถูกปากของนักชิมทั้งหลายอย่างแน่นอนและหากอยากได้กระป๋องชาที่ดูเก๋ๆ ที่ทำจากวัสดุหลายชนิดก็สามารถเลือกคอลเล็กชั่นที่ถูกใจกลับไปบ้านกันได้เช่นกัน

TWG Tea Salon & Boutique ตีเอ็มโพเรียม ซอยปิ่น คอมเพล็กซ์ โทร 02-259-9510 จันทร์ - อาทิตย์ 10.00 - 22.00 น.



COUTURE FASHION WEEK

อนันดาฯ สนับสนุนแฟชั่นโชว์เฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ



นายชานนท์ เรืองกฤตยา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) (ที่ 2 จากซ้าย) ผู้นำโครงการคอนโดมิเนียม ตัดรอกไฟฟ้าแบรนด์ IDEO พร้อมด้วยคุณ-ผู้จัดการ "Siamparagon International Couture Fashion Week 2012" นายเกรียงศักดิ์ ดันตพิทพ ผู้บริหารอาวุโสสายงานการตลาด บริษัท สยามพารากอน ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (ที่ 3 จากซ้าย) และ ดร.แฟรงค์ ชินทามาณี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ฟีด มีสตีมีเดีย จำกัด ผู้สร้างสรรคงานแฟชั่นระดับโลกจากประเทศสิงคโปร์ ร่วมงานแถลงข่าวการจัดแฟชั่นโชว์ระดับโลกครั้งแรกของเอเชีย ซึ่งบง.อนันดาฯ ร่วมให้การสนับสนุนการจัดงานครั้งนี้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เนื่องในเป็มหามงคลทรงเจริญพระชนมพรรษา 80 พรรษา พร้อมร่วมส่งเสริมและยกระดับวงการแฟชั่นไทยให้เป็นหนึ่งเอเชีย ณ โรงแรมสยามเคมปินสตี เมื่อเร็ว ๆ นี้



AMC THANK YOU PARTY

The Chamber, S31 Sukhumvit Hotel

อนันดาฯ ได้จัดงาน AMC Thank You Party เพื่อเป็นการขอบคุณลูกบ้านครอบครัวอนันดาฯ ที่มีการแนะนำคนสนิทมาซื้อโครงการ พร้อมทั้งเปิดตัว AMC Triple Pleasure Bonus X3 ยิ่งแนะนำมากจะได้รับสิทธิ์ลุ้นรางวัลใหญ่ห้องชุดพิเศษ ยิ่งบอกต่อ ยิ่งลุ้นรับ IDEO Mix sukhumvit 103 มูลค่า 2 ล้านบาทกว่าบาท เริ่มวันที่ 15 มิถุนายน ถึง 31 สิงหาคม 2555



Wan dee dee @ IDEO Verve Sukhumvit

วันดี ดี @ IDEO Verve sukhumvit

เมื่อวันเสาร์ที่ 21 กรกฎาคม 2555 เวลา 10.00-14.00 น. อนันดาฯ ได้จัดกิจกรรมวันดี ดี ที่โครงการ ไอดีโอ เวิร์ฟ สุขุมวิท ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่อบอุ่นจาก Ananda Member Club หรือ AMC เพื่อให้ลูกบ้านได้ร่วมทำบุญถวายสังฆทาน เลี้ยงพระเพล เพื่อเสริมความเป็นสิริมงคลให้ตนเอง และครอบครัว นิมนต์พระสงฆ์จากวัดใต้ อ่อนนุช จำนวน 9 รูป มาประกอบพิธีทางศาสนา ในงานมีกิจกรรมตรวจสุขภาพแก่ลูกบ้านฟรี โดยคณะแพทย์จาก โรงพยาบาลไทยนครินทร์ นอกจากนี้ยังมีมีการออกรูปแสดงสินค้าให้เลือกชม และโปรโมชันชุดพิเศษ จากร้านสิน, True vision, TOT, Kc หน้าบ้าน พร้อมกิจกรรมลุ้นจับฉลากให้ ลูกบ้านที่เข้าร่วมงาน



F&Q

เตรียมพบกับสิ่งดี ๆ และสิทธิประโยชน์มากมายที่มอบให้กับคุณพิเศษเช่นคุณ

Ananda Family ได้เปิดตัวโครงการ AMC (Ananda Member Club) เมื่อ 3 ปีที่ผ่านมา เพื่อเป็นการตอบแทนและขอบพระคุณลูกค้าทุกท่าน พร้อมทั้งมอบสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าของเราทุกคน

AMC (Ananda Member club) คืออะไร?

AMC ใช้เพื่อสะสมแต้มที่ลูกค้าสามารถสะสม แล้วนำมาแลกรับของรางวัลต่างๆ จากทางอนันดาฯ ได้ เพียงแค่ลูกค้าตัดสินใจซื้อบ้านหรือคอนโดกับทางอนันดาฯ จะได้รับสิทธิในการสมัครเข้าร่วมโครงการ AMC (Ananda Member Club) พร้อมทั้งได้รับคะแนนสะสมอีก 10 คะแนน (10 คะแนน เทียบเท่า 5,000 บาท) โดยทางอนันดาฯ ขอมอบให้ค้พิเศษเช่นคุณเพื่อเป็นการขอบพระคุณลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกเรา แต่จะสามารถนำมาแลกรับของรางวัลได้ ต่อเมื่อลูกค้าได้แนะนำเพื่อนหรือคนที่คุณรักเข้าร่วมเป็นครอบครัวเดียวกันกับทางอนันดาฯ

การสะสมแต้ม AMC (Ananda Member Club) ต้องทำอย่างไร?

ลูกค้าสามารถสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกรับของรางวัลต่างๆ ได้ เพียงพาเพื่อนหรือคนที่คุณรักมาจอง และทำสัญญาในโครงการของเครืออนันดาฯ โดยเป็นการแนะนำมาจากลูกค้าของอนันดาฯ สำหรับสิ่งที่คุณจะได้รับ คือ คะแนนสะสมจากราคาจริงของราคาบ้านหรือราคาคอนโด แต่เพียงเพื่อนหรือคนที่คุณรักได้ทำการจองและทำสัญญากับทางอนันดาฯ เรียบร้อยแล้ว

" ทุก 100,000 บาท เทียบเท่า 1 คะแนน "

สำหรับลูกค้าคอนโด IDEO ต้องทำการเซ็นสัญญาพร้อมทั้งเพื่อนตัวนั้ครบ 5 วงศ

สำหรับ ลูกค้บ้านเดี่ยวอนันดาฯ ต้องทำการเซ็นสัญญาพร้อมทั้งเพื่อนตัวนั้ครบ 5 วงศ ในกรณึบ้านสี่ห้อง

สำหรับ ลูกค้บ้านเดี่ยวอนันดาฯ ต้องทำการโอน ในกรณึบ้านพร้อมโอน

--ลูกค้าจึงมีสิทธิในการแลกรับของรางวัลได้ --

สมัครสมาชิก AMC (Ananda Member Club) ได้อย่างไร ?

เพียงแค่ลูกค้าซื้อบ้านหรือคอนโดในโครงการของอนันดาฯ จะสามารถสมัครเข้าร่วมโครงการ AMC (Ananda Member Club) ผ่านทางผู้จัดการฝ่ายขายหรือเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายประจำโครงการของท่าน เพื่อกรอกใบสมัคร AMC และรับ AMC Rewards Booklet

AMC (Ananda Member Club) สามารถใช้สิทธิได้ที่สโมสรหรือไม่ ?

โครงการ AMC (Ananda Member Club) สามารถใช้ได้ทันทีหลังจากที่ได้ทำการลงทะเบียนในระบบ AMC เรียบร้อยแล้ว โดยลูกค้าต้องมีกรอกแบบฟอร์มสมัครหลังจากที่ได้จองซื้อบ้านเดี่ยว หรือ คอนโด IDEO

โดยสามารถเช็คคะแนนสะสม และสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับ AMC (Ananda Member Club) ได้ที่ 02-316-2222 เวลา 8.00-20.00 น. บริษัทฯ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าท่านจะได้รับความสะดวกพึงพอใจกับโครงการที่เราได้สร้างสรรค์ขึ้นในครั้งนี้ และโอกาสต่อไป





9 THE NEW CBD

R A M A 9

เพียง 80 เมตร จาก MRT พระราม 9 (ตรงข้าม Central Plaza Grand Rama 9)

ให้ชีวิตเมืองเคลื่อนตามชีวิตคุณ อิสระในการใช้ชีวิต ไม่ยึดติดกับการอยู่อาศัย
ให้ทุกการเดินทางเป็นเรื่องง่ายๆ กับคอนโด ที่ให้มากกว่าคอนโด ตอบโจทย์
ทุกความต้องการของคนรุ่นใหม่ เติบโตไปด้วย แหล่ง Community ชั้นนำมากมาย

02 316 2222
www.ideomobi.com

5 NEW URBAN HUB

S U K H U M V I T

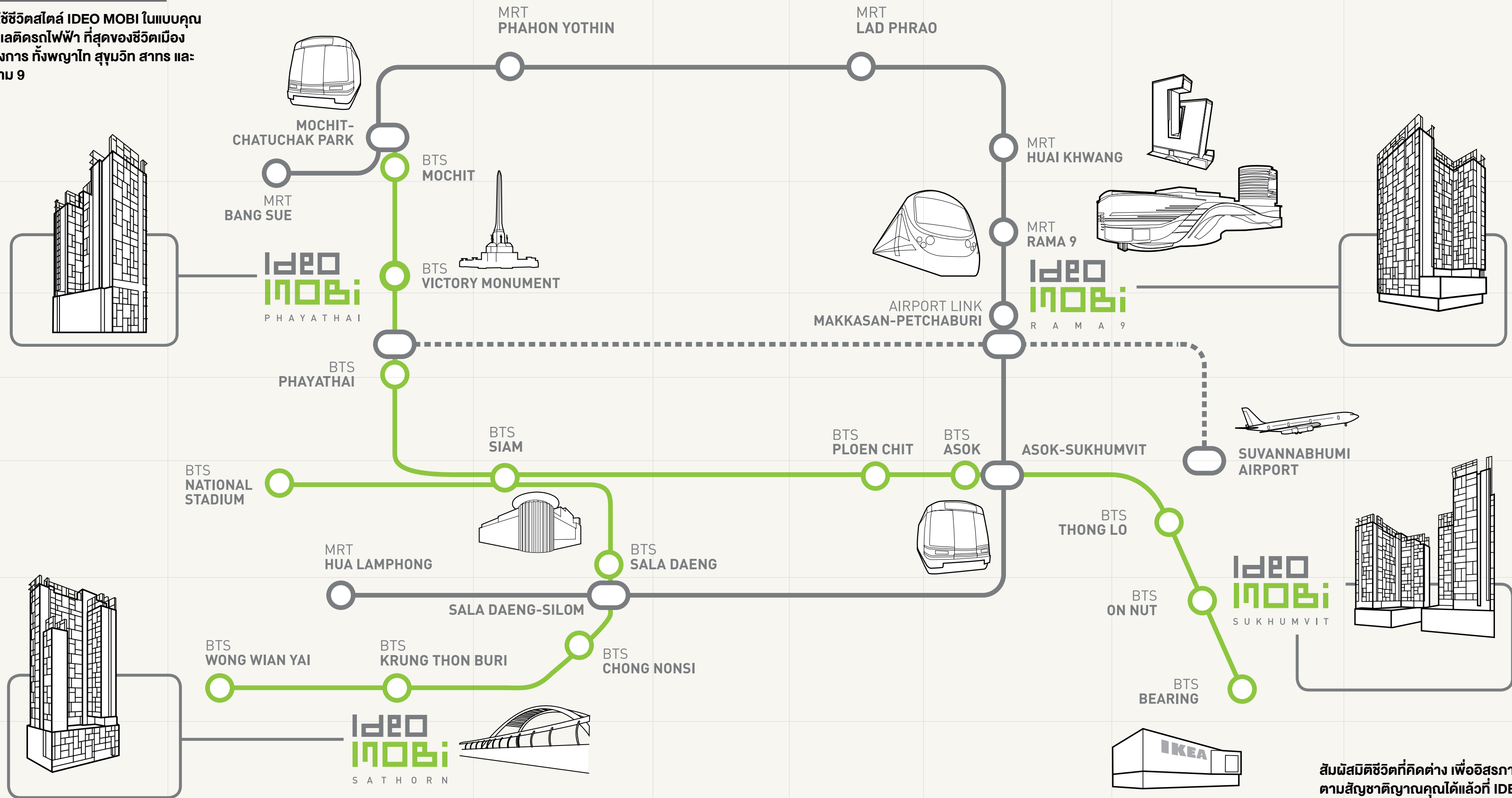
เพียง 32 เมตร จาก BTS สถานีอ่อนนุช

กับศูนย์รวมชีวิตเมืองแห่งใหม่ ที่ตอบสนองทุกมิติได้เต็มที่ ด้วยจุดเชื่อมต่อการเดินทางทั้งทางด่วน
และรถไฟฟ้า พร้อมแหล่งช้อปปิ้ง, โรงพยาบาล, สถานศึกษา และความบันเทิงมากมาย ให้คุณเข้าถึง
ได้เพียงไม่กี่นาที

02 316 2222
www.ideomobi.com

TRULY URBAN LOCATIONS

เลือกใช้ชีวิตสไตล์ IDEO MOBI ในแบบคุณ บนทำเลติดรถไฟฟ้า ที่สุดของชีวิตเมือง 4 โครงการ ทั้งพญาไท สุขุมวิท สาทร และ พระราม 9



สัมผัสชีวิตที่คิดต่าง เพื่ออรรถภาพ ตามสัญชาตญาณคุณได้แล้วที่ IDEO MOBI Sales Gallery 4 โครงการ
 โทร. 02-316-2222 WWW.IDEOMOBI.COM



ไอทีโอ เวอร์ฟ สุขุมวิท



ไอทีโอ คิว พาร์ค



ไอทีโอ รัชดา-ฮ่องกง



ไอทีโอ มิทซ์ พหลโยธิน



ไอทีโอ ลาดพร้าว 5



ไอทีโอ มิทซ์ สุขุมวิท 103



ไอทีโอ สาทร-ตากสิน



ไอทีโอ นูไลฟ์ สาทร



ไอทีโอ ลาดพร้าว 17



ไอทีโอ นูไลฟ์ สุขุมวิท



ไอทีโอ เวอร์ฟ ราชปรารภ



ไอทีโอ นอร์ฟ 38

บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

มุ่งมั่นพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมในย่านท่าเลธุรกิจ โดยเน้นการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมที่ตอบสนองความต้องการในการอยู่อาศัย ที่สามารถใช้พื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และมีดีไซน์ที่ลงตัว รวมมูลค่าโครงการกว่า 20,000 ล้านบาท



ผู้เชี่ยวชาญในการบริหารจัดการด้านอสังหาริมทรัพย์กว่า 10 ปี เราใส่ใจกับทุกความต้องการของลูกค้า ดูแลทุกรายละเอียดในการอยู่อาศัย และพร้อมให้บริการด้วยประสิทธิภาพสูงสุด



ตอบสนองทุกความต้องการด้านอสังหาริมทรัพย์ ชื้อ ขาย เช่า คอนโดมิเนียมเพื่อการอยู่อาศัยและการลงทุน คอนโดทำเลดี ติดแนว BTS, MRT และ Airport Link ระยะไม่เกิน 500 เมตร

ASHTON

www.ashtoncondo.com