



จดหมายข่าวนักลงทุน

**AWC มุ่งมั่นเดินหน้าสร้างการเติบโต ด้วยผลประกอบการไตรมาส 2/2568
กำไรสุทธิที่ 1,404 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.7% (YoY) พร้อมเปิดประสบการณ์พิเศษ
“Jurassic World: The Experience” สนับสนุนท่องเที่ยวยั่งยืนให้ประเทศไทย**

- ผลประกอบการไตรมาส 2 ปี 2568 เติบโตต่อเนื่อง รายได้รวมแตะ 5,211 ล้านบาท เติบโต 7.7% (YoY) มีกำไรจากดำเนินงาน 2,723 ล้านบาท เติบโต 9.3% (YoY) และกำไรสุทธิ 1,404 ล้านบาท เติบโต 12.7% (YoY) ด้วย Growth-Led Strategy รับรู้รายได้ของทรัพย์สินใหม่ และการกระจายความเสี่ยงของพอร์ตโฟลิโอ ทั้งยังรักษาโครงสร้างการเงินที่แข็งแกร่ง โดย มีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ในระดับดีกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรม
- กลุ่มโรงแรมสร้างรายได้รวมที่ 2,612 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน จากการรับรู้รายได้จาก ทรัพย์สินใหม่ รวมทั้งการเติบโตของโรงแรมในกลุ่มรีสอร์ทระดับลักซ์วรี และรายได้ที่เติบโตโดดเด่นของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมเปิดตัวโรงแรม พัทยา แมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา เสริมพอร์ตโฟลิโอที่เติบโตก้าวกระโดดมากกว่า 2 เท่านับตั้งแต่ IPO รวมมูลค่าทรัพย์สินสิ้นไตรมาส 2/2568 ที่ 212,616 ล้านบาท
- กลุ่มธุรกิจคอมเมอร์เชียลสร้างกระแสเงินสดอย่างมั่นคง จากการเสริมกลยุทธ์พัฒนาศูนย์การค้าและอาคารสำนักงานตามแนวคิด AWC’s Lifestyle Destination พร้อมเปิดตัว Jurassic World: The Experience และหลากหลายประสบการณ์พิเศษใน Hatch Dome ที่เอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ เดสติเนชั่น สร้างปรากฏการณ์ระดับโลกสนับสนุนกลยุทธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยวตลอดทั้งวัน เพิ่มการเติบโตของรายได้และผู้เช่า พร้อมสนับสนุนกรุงเทพฯ และประเทศไทยเป็นศูนย์กลางความบันเทิงและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลก

กรุงเทพฯ 13 สิงหาคม 2568 – นางวัลลภา ไตรโสรัส ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ แอสเสท เวิร์ด คอร์ปอเรชั่น หรือ AWC เผยผลประกอบการไตรมาส 2 ปี 2568 สร้างการเติบโตอย่างแข็งแกร่ง โดยมีรายได้รวมอยู่ที่ 5,211 ล้านบาท เติบโตขึ้นร้อยละ 7.7 (YoY) และมีกำไรจากการดำเนินงาน (EBITDA) อยู่ที่ 2,723 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.3 (YoY) ส่งผลให้บริษัทมีกำไรสุทธิ 1,404 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.7 (YoY) พร้อมเดินหน้าขยายพอร์ตโฟลิโอคุณภาพเพื่อเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวยั่งยืนของประเทศ อาทิ โรงแรม มีเลีย พัทยา โฮเต็ล ประเทศไทย โรงแรม พัทยา แมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา โรงแรม สวิสโฮเทล กรุงเทพฯ รัชดา (เตรียมรีแบรนด์เป็นโรงแรม เจดับบลิว แมริออท แบงก์ค็อก รัชดาภิเษก)



และล่าสุดได้เปิดตัว “Jurassic World: The Experience” และ “Hatch Dome” แลนด์มาร์กระดับโลกแห่งใหม่ที่โครงการเอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ เดสติเนชั่น สร้างปรากฏการณ์ความสนุกสนานยิ่งใหญ่ต้อนรับทุกคนในครอบครัว สนับสนุนกลยุทธ์การดึงดูดนักท่องเที่ยวตลอดทั้งวัน เพื่อเพิ่มการเติบโตของรายได้และจำนวนผู้เข้าพักทั่วประเทศ รวมถึงการเติบโตของรายได้จากโรงแรมในกลุ่มรีสอร์ต ระดับลักซ์วรี ซึ่งยังคงดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงได้ต่อเนื่อง โดยเฉพาะโรงแรมในเกาะสมุย และรายได้จากธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่เติบโตสูงขึ้น รวมถึงการสร้างกระแสเงินสดที่แข็งแกร่งและมั่นคงของกลุ่มธุรกิจคอมเมอร์เชียล ซึ่งสามารถเพิ่มอัตราการเข้าพักที่และรายได้ค่าเช่าที่เพิ่มขึ้น จากการเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้าง AWC's Lifestyle Destination ที่โดดเด่น

สะท้อนถึงความสำเร็จของกลยุทธ์ Growth-Led Strategy ที่ให้ความสำคัญกับการขยายทรัพย์สินดำเนินงานคุณภาพทั้งจาก Organic Growth และ Inorganic Growth และการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้โครงสร้างการเงินที่แข็งแกร่ง โดยมีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 0.92 เท่า ซึ่งอยู่ในระดับดีกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรม รวมถึงกลยุทธ์การกระจายความเสี่ยงของพอร์ตโฟลิโอที่ช่วยสร้างกระแสเงินสดให้กับบริษัทได้อย่างมั่นคง ท่ามกลางความท้าทายของสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ พร้อมเดินหน้าสร้างการเติบโตด้วยการเพิ่มพอร์ตโฟลิโอคุณภาพเพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนระดับโลก ตามพันธกิจ “Building Better Future For All” เพื่อสร้างสรรค์อนาคตที่ดีกว่าให้ทุกคน

กลุ่มธุรกิจโรงแรมเติบโตแข็งแกร่ง แม้อยู่นอกฤดูกาลท่องเที่ยว

ในไตรมาส 2 ปี 2568 กลุ่มธุรกิจโรงแรมและการบริการมีรายได้รวมอยู่ที่ 2,612 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก ปีก่อน ชับเคลื่อนด้วยการรับรู้รายได้ของทรัพย์สินใหม่ เช่น โรงแรม มีเดีย พัทยา โฮเต็ล ประเทศไทย โรงแรม พัทยา แมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา และโรงแรม สวิสโฮเทล กรุงเทพ รัชดา รวมทั้งรายได้ที่เติบโตจากโรงแรมในกลุ่ม รีสอร์ต ระดับลักซ์วรี ซึ่งยังคงดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงได้ต่อเนื่อง ส่งผลให้รายได้ของโรงแรมกลุ่มนี้เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.9 (YoY) จากอัตราการเข้าพักและรายได้เฉลี่ยต่อวัน (ADR) ที่เพิ่มขึ้น และมีรายได้เฉลี่ยต่อห้องพัก (RevPAR) เติบโตร้อยละ 7.1 (YoY) โดยเฉพาะในจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวอย่างเกาะสมุย ที่มีผลประกอบการที่โดดเด่น เช่นเดียวกับโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ที่ยังสร้างการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยรายได้เฉลี่ยต่อห้องพัก (RevPAR) เติบโตร้อยละ 8.4 (YoY) โดยพอร์ตโฟลิโอโรงแรมของ AWC ยังคงแข็งแกร่งด้วยดัชนีการสร้างรายได้ (Revenue Generation Index หรือ RGI) เฉลี่ยอยู่ที่ 102 โดยเฉพาะโรงแรมในกลุ่มรีสอร์ต ระดับลักซ์วรี และโรงแรมในกรุงเทพฯ ที่มี RGI สูงถึง 118 และ 109 ตามลำดับ นอกจากนี้ รายได้จากพอร์ตโฟลิโออาหารและเครื่องดื่มยังขยายตัวร้อยละ 8.7 (YoY) โดยเฉพาะจากโครงการ “เอ-ญา” ภูเก็ต แอท ดี เอ็มโพร นอกจากนี้ ด้วยศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพผ่านกลยุทธ์การร่วมมือกับพันธมิตร ทั้งระดับประเทศและระดับโลก และการบริหารจัดการอย่าง



มีประสิทธิภาพ ทำให้โรงแรมของบริษัทสามารถสร้างอัตราส่วนกำไรขั้นต้นในระดับที่สูง เช่น บันยันทรี สมุย มีอัตราส่วนกำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 46 และโรงแรม แบงค็อก แมริออท มาร์คีส์ ควีนส์ปาร์ค มีอัตราส่วนกำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 45 รวมทั้งบริษัทยังได้รับประโยชน์จากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศของรัฐบาล ซึ่งโรงแรมสำคัญๆ ของบริษัทหลายแห่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โดยเฉพาะ โรงแรม หัวหิน แมริออท รีสอร์ท และ สปา และโรงแรม พัทยา แมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา ที่ได้รับยอดจองห้องพักในระดับสูง

นอกจากนี้ AWC ยังนำ อินเตอร์คอนติเนนตัล เชียงใหม่ แมปิง โฮเทล ได้รับรางวัล LEED Gold ตามมาตรฐานเวอร์ชัน 4BD+C : Hospitality เป็นโรงแรมแห่งแรกของประเทศไทย พร้อมเดินทางสร้างความสำเร็จในการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ด้วยการเพิ่มพอร์ตโฟลิโอคุณภาพเพื่อสร้างกระแสเงินสดต่อเนื่องผ่านการเปิดโรงแรม พัทยา แมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา ในไตรมาสที่ผ่านมา และสามารถรับรู้รายได้จากโรงแรม มีเลียว พัทยา โฮเต็ล ประเทศไทย และโรงแรม สวิสโฮเทล กรุงเทพ รัชดา ในโครงการ จูบิลี เพรสทีจ ทาวเวอร์ ส่งผลให้ ณ สิ้นไตรมาส 2 บริษัทมีจำนวนโรงแรมทั้งสิ้น 24 แห่ง รวม 6,834 ห้องพัก ซึ่งสูงที่สุดในตลาดนับตั้งแต่ IPO โดยเป็นการเติบโตเพิ่มขึ้นถึง 3 โรงแรม รวม 930 ห้องพัก

กลุ่มธุรกิจคอมเมอร์เชียลสร้างกระแสเงินสดแข็งแกร่ง เสริมความหลากหลายให้พอร์ตโฟลิโอคุณภาพเปิดประสบการณ์ระดับโลก Jurassic World: The Experience และ Hatch Dome สู่การเป็นจุดหมายปลายทางแห่งไลฟ์สไตล์สำหรับอนาคต

กลุ่มธุรกิจคอมเมอร์เชียล ยังคงสร้างกระแสเงินสดที่มั่นคงและแข็งแกร่งต่อเนื่อง ในไตรมาส 2/2568 ซึ่งเป็นผลสำเร็จจากการเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดตามแนวคิด AWC's Lifestyle Destination โดยศูนย์การค้า มีการเติบโตของรายได้ค่าเช่าร้อยละ 11.6 (YoY) ซึ่งเป็นผลมาจากอัตราการใช้พื้นที่ที่สูงขึ้นร้อยละ 8.4 (YoY) โดยเฉพาะศูนย์การค้าที่ได้รับการปรับตำแหน่งทางการตลาด อาทิ พันธุ์ทิพย์ แอท งามวงศ์วาน พันธุ์ทิพย์ ไลฟ์สไตล์ ฮับ เชียงใหม่ และโครงการ เอเซียทีก เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ เดสติเนชั่น ขณะที่กลุ่มธุรกิจอาคารสำนักงานยังมีการเติบโตของรายได้ค่าเช่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.8 (YoY) จากการรับรู้ผลการดำเนินงานของอาคารสำนักงานใหม่ “จูบิลี เพรสทีจ ทาวเวอร์” ซึ่งเป็นโครงการอาคารสำนักงานคุณภาพใจกลางย่านรัชดา พร้อมเดินทางพัฒนาอาคารสำนักงานในเครือภายใต้แนวคิด Lifestyle Workplace ด้วยการเปิดตัว The Empire Food Lounge ณ อาคาร “เอ็มไพร์” ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนเมืองยุคใหม่ ที่ช่วยสนับสนุนให้ อาคาร “เอ็มไพร์” สามารถรักษาอัตราการเช่าพื้นที่ได้อย่างโดดเด่น โดยมีอัตราการรักษาค่าเช่า (Retention Rate) สูงถึงร้อยละ 99 แสดงถึงความเชื่อมั่น ในศักยภาพของอาคารสำนักงานคุณภาพระดับโลก ด้วยกลยุทธ์ของกลุ่มธุรกิจคอมเมอร์เชียลที่มุ่งเน้นการสร้างการเติบโตรายได้อย่างต่อเนื่องผ่านการพัฒนาและปรับตำแหน่งทางการตลาด ส่งผลให้บริษัทมีอัตราส่วน กำไรจากการดำเนินงานต่อรายได้ยู่ที่ร้อยละ 85 สูงกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรม



นอกจากนี้ ในส่วนของอาคารบริษัทยังมุ่งพัฒนาอาคารสำนักงานให้ได้รับการรับรองตามมาตรฐานอาคารสีเขียว และการมีสุขภาพที่ดีของผู้ที่มาใช้บริการ โดยล่าสุดได้รับการรับรองมาตรฐาน FITWEL ระดับ 2 ดาว สำหรับอาคารสำนักงาน 4 แห่ง ได้แก่ อาคาร "เอ็มไพร์" อาคาร แอทินี ทาวเวอร์ อาคาร 208 แบงค็อก และอาคาร อินเทอร์เน็ต ทาวเวอร์ บางนาพร้อมตั้งเป้านำอาคารทั้ง 4 แห่งผ่านการรับรองมาตรฐาน LEED สำหรับอาคารสีเขียวภายในปี

ด้านศูนย์การค้า AWC เดินหน้าเสริมความแข็งแกร่งให้กับทุกโครงการ โดยมีการเปิด “Food Lounge” แห่งใหม่ที่ศูนย์การค้าเกตเวย์ เอกมัย ในขณะที่ศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์ โลฟิสต์ไฮล์ ฮับ เชียงใหม่ และพันธุ์ทิพย์ แอท จามวงศ์วาน มีผลการดำเนินงานดีเยี่ยม ทั้งในด้านอัตราการเช่าและค่าเช่าพื้นที่ที่เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับโครงการ เอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ เดสติเนชั่น ได้สร้างปรากฏการณ์ระดับโลกด้วยการเปิดตัว “Jurassic World: The Experience” สุดยอดประสบการณ์เสมือนจริงแบบอิมเมอร์ซีฟที่ยิ่งใหญ่ใหม่ล่าสุดของโลกครั้งแรก ในประเทศไทย ร่วมด้วย “Jurassic World: The Experience Fossil & Flame Restaurant” ห้องอาหารธีม Jurassic World แห่งแรกของโลกที่อยู่นอกสวนสนุก และโซน “Hatch Dome” ซึ่งรวบรวมประสบการณ์ด้านการเรียนรู้และความบันเทิงไว้ในที่เดียวในรูปแบบ Edutainment อาทิ “Better World Better Future”, “Fossil Park” และ “Snake Garden” ที่สนับสนุนกลยุทธ์การเติบโตโดยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่โครงการได้ตลอดทั้งวันตั้งแต่เช้าจรดค่ำ เพิ่มการเติบโตของรายได้และผู้เช่า พร้อมสนับสนุนกรุงเทพฯ และประเทศไทยเป็นศูนย์กลางความบันเทิงและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลก นอกจากนี้ ทางโครงการฯ ยังได้รับรางวัล “Mall of the Year – Thailand” จากเวที Retail Asia Awards 2025 ตอกย้ำศักยภาพของเอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ เดสติเนชั่น ในการเป็นต้นแบบศูนย์การค้าระดับโลก ที่ผสานการท่องเที่ยว การเรียนรู้ และความบันเทิงเข้าไว้ด้วยกันอย่างลงตัว สะท้อนวิสัยทัศน์ของ AWC ในการสร้างจุดหมายปลายทางด้านไลฟ์สไตล์และการท่องเที่ยวเชิงยั่งยืนให้กับประเทศไทย

มุ่งหน้าสู่ครึ่งปีหลังอย่างมั่นคง ด้วยกลยุทธ์ที่ยืดหยุ่นและแข็งแกร่ง

AWC เดินหน้าขยายพอร์ตโฟลิโอคุณภาพสร้างโดดเด่นให้การท่องเที่ยวของไทยอย่างต่อเนื่อง ด้วยการเตรียมเปิดตัวโครงการคุณภาพในช่วงครึ่งปีหลัง ได้แก่ Lannatique Kalare จุดหมายปลายทางแห่งศิลปวัฒนธรรมล้านนารูปแบบใหม่ใจกลางเชียงใหม่ ควบคู่กับการบริหารโครงสร้างทางการเงินอย่างแข็งแกร่ง และการควบคุมต้นทุนทางการเงินอย่างมีวินัย โดยคงความเป็นผู้นำด้านโครงสร้างทางการเงินที่มั่นคงที่สุดในกลุ่มอุตสาหกรรม พร้อมรักษาวินัยทางการเงินในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยลดความเสี่ยง เสริมความยืดหยุ่น ในการลงทุน และรองรับการเติบโตระยะยาวอย่างมั่นคง



ทั้งนี้ บริษัทยังได้รับแรงสนับสนุนเชิงบวกจากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐ “เที่ยวไทย คนละครึ่ง” ซึ่งช่วยกระตุ้นดีมานด์ของนักท่องเที่ยวในประเทศ โดยเฉพาะโรงแรมในหัวหินและพัทยาที่ได้รับความนิยมสูงสุด ขณะเดียวกัน ความร่วมมือกับพันธมิตรระดับโลกที่มีเครือข่ายนักท่องเที่ยวคุณภาพกว่า 710 ล้านคนทั่วโลก ยังช่วยเพิ่มสัดส่วนการจองตรง (Direct Booking) สูงถึงร้อยละ 70 ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการสร้างการเติบโตให้กับยอดจองของโรงแรมในเครือ โดยเฉพาะในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ เชียงใหม่ สมุย กระบี่ และพัทยา ที่มียอดจองล่วงหน้าเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ

Building Better Future For All ขับเคลื่อนอนาคตอย่างยั่งยืนเพื่อทุกภาคส่วน

AWC ยังคงมุ่งมั่นในพันธกิจ “Building Better Future For All” ผ่านการพัฒนาโครงการที่สร้างคุณค่าอย่างรอบด้านให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยบริษัทได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในลิสต์ Fortune Southeast Asia 500 เป็นครั้งแรก สะท้อนถึงความแข็งแกร่งของธุรกิจในระดับภูมิภาค พร้อมทั้งได้รับคะแนนความยั่งยืนสูงสุดเป็นอันดับ 1 ของโลกในกลุ่มอุตสาหกรรมโรงแรม รีสอร์ท และเรือสำราญ จากการจัดอันดับของ S&P Global และได้รับการคัดเลือกให้เป็นสมาชิกของ Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) กลุ่มตลาดเกิดใหม่ FTSE4Good Index Series และ SET ESG Ratings ระดับ AA ประจำปี 2567 โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในด้านธรรมาภิบาล AWC ได้รับการรับรองมาตรฐานธรรมาภิบาลระดับอาเซียนต่อเนื่องเป็นปีที่สอง ด้วยรางวัล ASEAN Asset Class และได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในกลุ่ม Top 50 ASEAN Public Listed Companies in 2024 จากการประเมิน ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) ภายใต้โครงการ ASEAN Capital Markets Forum (ACMF) นอกจากนี้ยังได้รับคะแนนเต็ม 100% จากการประเมิน AGM Checklist ประจำปี 2568 โดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย ต่อเนื่องเป็นปีที่สี่ ย้ำบทบาทผู้นำด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับโลก และความมุ่งมั่นของ AWC ในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาลเพื่อสร้างคุณค่าระยะยาวอย่างยั่งยืนให้กับทุกภาคส่วน

#####

เกี่ยวกับแอสเสท เวิร์ด คอร์ปอเรชั่น

แอสเสท เวิร์ด คอร์ปอเรชั่น หรือ AWC ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของไทยที่มุ่งเน้นตอบสนองไลฟ์สไตล์แบบครบวงจร และเป็นบริษัทภายใต้กลุ่มทีซีซี (TCC Group) มุ่งกำหนดมาตรฐานใหม่ให้กับอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ ผ่านการพัฒนาและบริหารอสังหาริมทรัพย์ ทั้งในด้านธุรกิจโรงแรมและการบริการ พื้นที่เพื่อการพาณิชย์และสำนักงาน และสถานที่ท่องเที่ยวไลฟ์สไตล์ ด้วยพอร์ตโฟลิโอคุณภาพที่หลากหลาย ตั้งอยู่ในพื้นที่ยุทธศาสตร์ทั่วทั้งประเทศไทย AWC มุ่งมั่นพัฒนาโครงการแลนด์มาร์กระดับโลกที่ไม่เพียงแต่เป็นการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม แต่ยังช่วยสนับสนุนประเทศไทยสู่



การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลก ด้วยการร่วมมือกับพันธมิตรชั้นนำระดับโลก เช่น แมริออท อินเตอร์เนชั่นแนล, ไอเอชจี, โนบู โฮสพิทาลิตี้, โอกูระ, บันยันทรี, มีเลีย ไฮเทิลส์ อินเตอร์เนชั่นแนล, ฮิลตัน ไฮเทิล แอนด์ รีสอร์ท, แอคคอร์ และไฮแอท เพื่อมอบประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์และน่าจดจำ พอร์ตโฟลิโอคุณภาพของ AWC ประกอบไปด้วย โครงการพาณิชย์ชั้นนำอย่างอาคาร 'เอ็มไพร์', แอทินี ทาวเวอร์, เอเชียทีก เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ เดสติเนชั่น และ ฟินิกซ์ รวมถึงจุดหมายปลายทางด้านอาหารและเครื่องดื่ม เช่น เอ-ญา รุฟทอป แอท ดี เอ็มไพร์ นำเสนอประสบการณ์การรับประทานอาหารระดับโลก และโครงการอื่นๆ อีกมากมาย นอกจากนี้ AWC มุ่งขับเคลื่อนความยั่งยืนในทุกกระบวนการดำเนินงานเพื่อสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนในระยะยาวให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนผ่านกรอบการดำเนินงาน 3 เสาหลัก ได้แก่ 1) โลกที่มีสภาพแวดล้อมดีขึ้น (BETTER PLANET) 2) ผู้คนที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (BETTER PEOPLE) และ 3) ความมั่งคั่งด้วยเศรษฐกิจที่ดีขึ้น (BETTER PROSPERITY) พร้อมขับเคลื่อนนวัตกรรมและความรับผิดชอบต่อสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้คนหลายล้านคน และส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสหวิสาหกิจของประเทศไทยให้เติบโตไปอีกระดับเพื่อร่วม "สร้างสรรค่อนาคตที่ดีกว่าให้ทุกคน" ติดตามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.assetworldcorp-th.com/th/home