



18年正青春，融创更懂无锡

“城市就像一本打开的书,从中看到它的抱负”。——著名城市规划学家沙里宁

读懂城市的伟大抱负，这是融创在进驻无锡第18年的经验与感悟。只有真正了解这座城市的理想，走进人们的向往，才能以更好的产品与服务精耕细作，并坚持长期主义，对冲未来的不确定性。

读懂无锡

从城市的热土理想开始

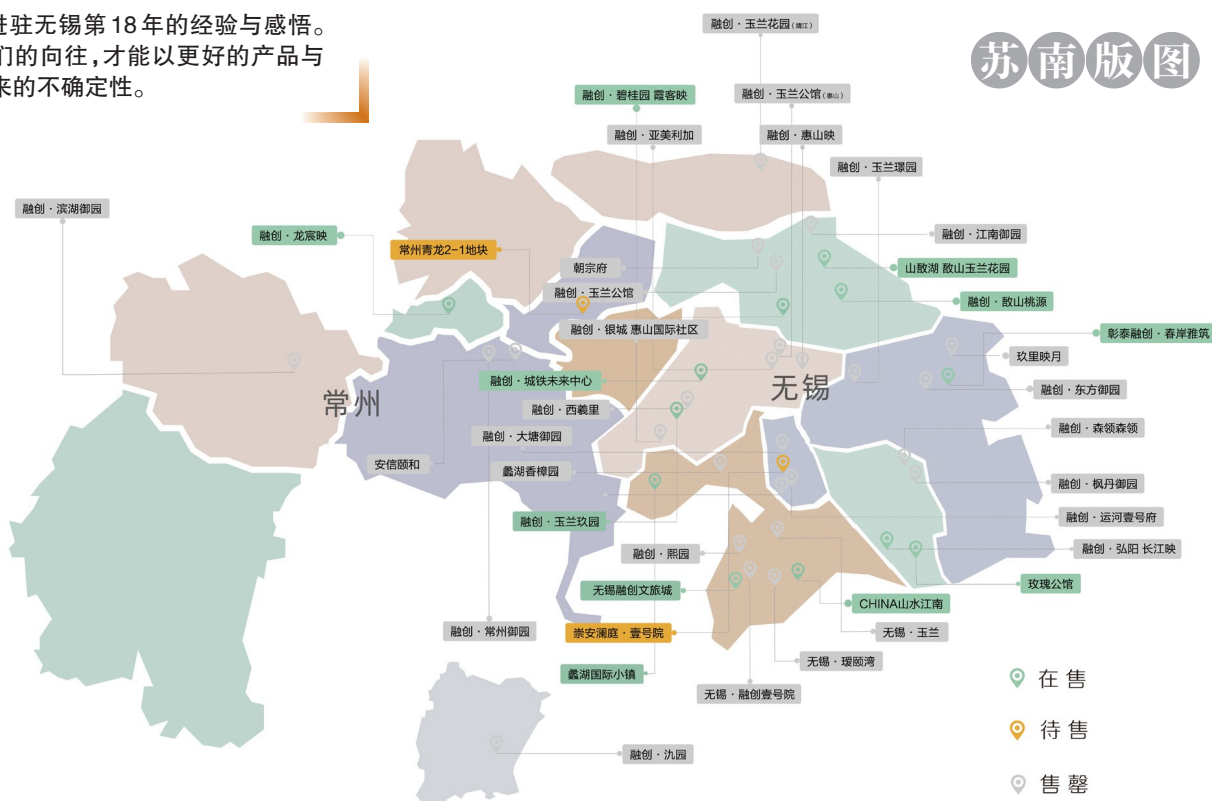
2004年，是融创初到无锡的时间，同时融创也是首批进驻这座城市的外来房企。如今，历经18年的深耕，融创置于无锡的角色已不仅仅是美好城市共建者，更是陪伴这座城市一起扩土开疆、兴盛美好的伙伴。

从落子太湖新城开始，融创对无锡精耕细作之旅也随之开启，紧跟城市范围不断扩张，持续投入惠山区、经开区、滨湖区、新吴区等众多板块。同时，立足长三角世界城市群、长江经济带等一系列重大国家战略，以无锡为起点，全面赋能苏南地区重要城市发展，“大苏南”战略版图格局已经形成。

2019年,融创文旅推出的旗舰型文旅综合体——无锡融创文旅城正式开放,开启了无锡文旅产业新纪元,2年累计1500万人次。从“万亿城市”到入选中国“夜经济”20强城市,无锡的每一次发展成就,都能看到融创的身影,在原有领先与优势的基础上,与无锡一起开辟新的赛道。

2022年，融创迎来与无锡同城共生的第18年。如今的融创收获了26w+业主，双城40子的项目布局，打造壹号院、山水系、映系、法式、中心系5大产品系，洞察客户需求、市场趋势，持续迭代出品质人居范本。

18年的品牌深耕,让融创苏南能够解读懂无锡城市化的理想,坚守品质服务、聚焦客户需求……从而持续提供更优的品质生活方案,成为引领无锡美好新生活的典范。



读懂趋势

品质主义对话城市与人

2021年11月26日,融创中国凭借行业领先的产品品质和卓越的综合产品能力再斩殊荣,又一次登上“2021年中国房企产品力排行榜TOP100”榜首,并连续三年分别获得克而瑞、亿翰、中国指数研究院产品力第一。

连年“霸榜”TOP1的背后,源点在于品质服务为先,这已经成为融创中国在新时代趋势之下的长远发展战略之一。不但要读懂城市,更要读懂未来的趋势。

对于融创苏南而言,一座城市的深耕,更多的是客户认知基础上

的产品与服务,而抓取客户认知的关键则是品质为王!在2021年,相继推出崇安澜庭·壹号院、CHINA 山水江南、城铁未来中心等年度标杆级作品,蕴含着对无锡品质新生活的解读与再创新。

在服务端,融创苏南同样在不断刷新,用完整专属的融创式生活美学,提出一种生活方式的服务方案——臻爱家服务体系,从“收纳提升”到提升品牌的“品质升级”,



全面覆盖了美好家庭生活所需,触发客户选装率,打造融创品牌生活方式服务。

融创在无锡的深耕与发展,皆伴随着对品质服务的解读。懂城市、懂趋势,更懂城市与人细致入微的品质新生活需求。

读懂生活

用社群服务对话新生活



用情怀和温度重塑邻里关系，融创苏南以社群为纽带，为各年龄段构建美好生活平台，融创自2014年社群运营起步，率先围绕运营展开持续地深耕、探索。以无锡城市肌理实践“i+美好生活体系”，通过6个模块升级赋能，融创苏南“趣玩吧”2.0社群体系应运而生，打造出趣玩、趣学、趣乐、趣嗨四大板块，让社群更可持续生长。

同时,依托融创苏南18年来26万+业主的沉淀,衍生出活跃多姿的“社群生态圈”,更细分15个兴趣分群,联袂融创

地产、文旅、文化等资源,并成立了首个城市级儿童社群【小新星儿童社群】。

用多元的IP活动建立连接,让一群志同道合的人在社区找到归属,升华人与人、人与城之间的温度。融创苏南

的社群活动已连续举办了7年,累计有37480名业主陆续参加,让社群充分激发出活跃度与内生性,将品牌温度及社会责任感也化为情感执念,不断升级社群文化浓度,践行城市文化共建。

2022年稳健发展是趋势,面对与无锡共生共进的
第18载,坚持品质服务为先,集规模大成的综合实力,
是融创苏南无可比拟的优势。18年,融创苏南正值青
春当打之年,作为无锡发展的重要亲历者,更懂无锡伟
大抱负,在步履不停的时代浪潮中与城市共荣共生。