

【案例 10-1】李宁：线下店铺的改造

2015 年，李宁着手开发购物中心渠道，意图与新零售接轨。2016 年 2 月，第一家承载李宁新时尚的品牌体验店在上海大宁国际商业广场隆重开幕，这是李宁第一次尝试以消费者互动体验为主题的品牌体验店。在随后的三年时间里，李宁加快了线下渠道的开发，为保证线下渠道的多元化和差异化，已经与二十家知名购物中心品牌成为战略合作伙伴关系。

李宁的首家品牌体验店全面从店面模式上一改往日的传统模式，致力于打造消费者极致的消费体验。“体验”是李宁品牌体验店最与众不同的亮点。位于二层的李宁壹季 iRun 跑步俱乐部，设有专业的跑姿测试设备、人体成分测试仪、做力量训练的彩色壶铃，以及色彩鲜明的功能性地胶；一层跑步产品区也设有专业的跑姿测试设备等。李宁品牌体验店搭建了一个多重服务为一体的全方位交互平台，消费者在店内不仅能够进行体能训练、跑步课程培训，还能和志同道合的朋友一起沟通交流，甚至可以在运动完后一起喝一杯咖啡来打发时光。李宁的新式体验店集购物、健身和社交于一体，全面升级了李宁的产品体验和服务。

资料来源：《中国李宁：“国潮”品牌的强势归来》，中国管理案例共享中心，2020 年，内容有改动。