

凯迪拉克XT5种草3.0，解锁生意新机遇

- **品牌名称：**凯迪拉克
- **所属行业：**汽车及交通运输类
- **执行时间：**2024.10-12
- **参选类别：**种草营销类

凯迪拉克XT5以满配之姿焕新而至，通过车型改款带来品牌生意新增量



直面困境 焕新启程

如何找到第二增长曲线？

要
破局

全新凯迪拉克XT5
直面新势力崛起

要
转型

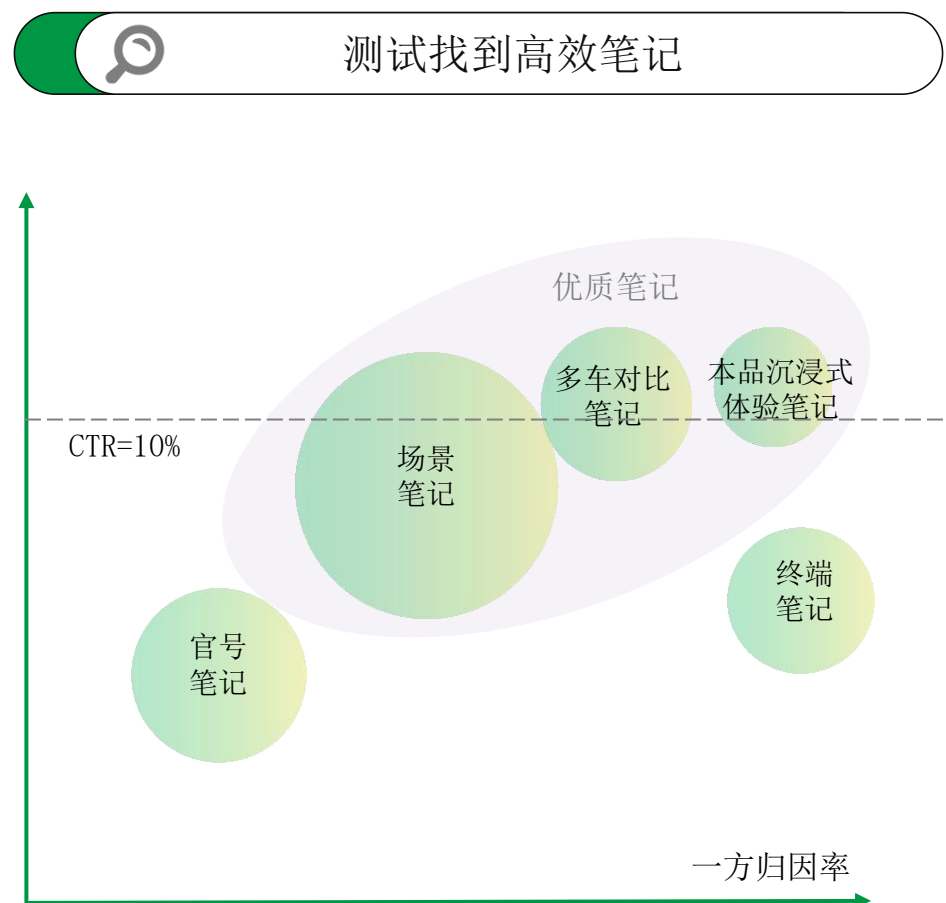
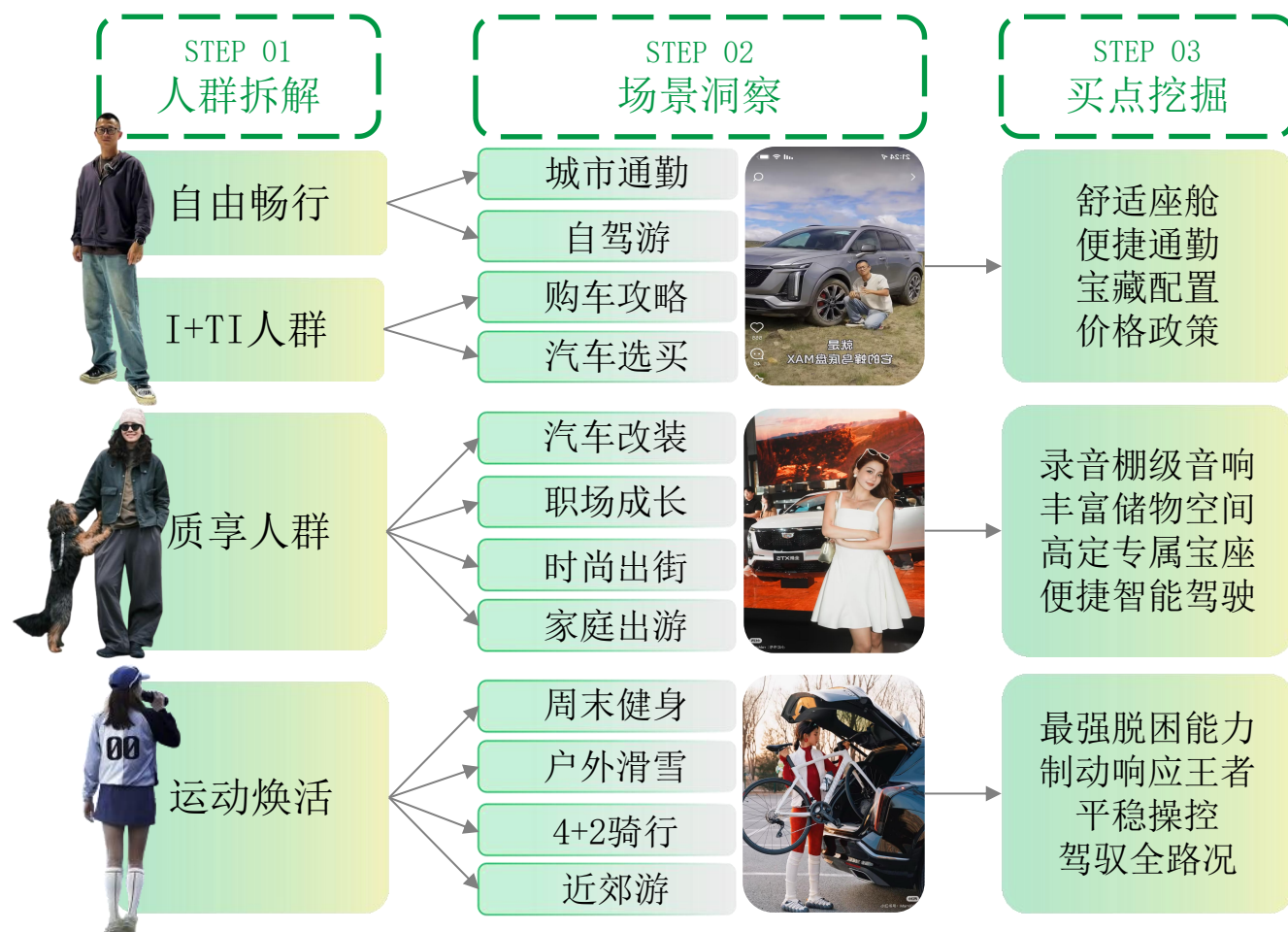
如何加速转型
拓展新的机会市场

要
新增

要扩大人群
找到生意增量

人群X场景X买点精细化布局，多象限测品跑品，找到最佳组合

【 根据选车不同阶段人群偏好匹配内容买点 】



不同人生阶段下户外人群的需求拆解 精准布局差异化场景种草

年龄 26/30 婚旅自驾游

备孕 TGI 512 相亲 TGI 322
备婚 TGI 420 婚姻 TGI 301
婚礼 TGI 352



XT5是TA的 浪漫座驾



蜜月旅行
搜索+27.91%

旅行结婚
搜索+37.13%

备婚
浏览110.6亿

旅拍
浏览18.8亿

年龄 31/35 育娃亲子游

遛娃 TGI 744 孕期 TGI 318
带娃 TGI 289 迪士尼 TGI 147
育儿经验 TGI 352



XT5是TA的 幸福座驾



亲子旅行
浏览+133%

暑假亲子游
浏览3.7亿

亲子出行
阅读+87%

亲子陪伴
搜索+27%

年龄 36/40 说走就走短途游

周边游 TGI 629
一日游 TGI 558
登山徒步 TGI 112



XT5是TA的 自由座驾



周边游
搜索+44.25%

徒步
搜索+61.4%

一日游
搜索+83.36%

短途游
搜索+449%

年龄 41岁+ 旷野人生慢游

退休 TGI 837 索尼 TGI 114
华为 TGI 178 旅行记录 TGI 114
旅游故事 TGI 121



XT5是TA的 松弛座驾



我的旷野时分
浏览51.7亿

不可错过的美景
浏览7.5亿

世界慢慢游
浏览7.1亿

最野户外照
浏览1.8亿



策略与创意

基于一方长线种草-挖掘用户特色需要，拓展破圈场景找到增量人群

【 核心用车场景背后用户的特色需求洞察 】

26岁以上内容关键词偏好
场景词TOP1

自驾游TGI 588.88

山22

湖5个

岛5个

自驾环线4

江西

广东

广西

福建

上海

新疆

湖南

安徽

浙江

四川

云冰山

广州

北京

四明山

杭州

峨眉山

深圳

浙江

318

庐山

南澳岛

老君山

长沙

武汉

西双版纳

桂林

南京

川西

莫干山

温州

环太湖

崇礼

舟山

韶关

清远

太行山

三峡大坝

韶山

湖南

赣州

潮汕

邵阳

昆明

台山

汕尾

广东第一峰

贺州

石家庄

丽水

芜湖

太湖

莽山五指峰景区

防城港

南昌

阳江

徐州

济南

烟台

威海

阳朔

青岛

惠州

大青山

九华山

英西峰林

雁荡山

大容山森林公园

八面山

金华

柳州

丹霞山

北海

东山岛

福州

临沧

曲靖

无锡

攀枝花

五台山

红河州

泉州

STEP 1
场景洞察

STEP 2
找到人群

STEP 3
买点挖掘

自驾之 上山

22座山共性：都有寺庙
是上山香求上进的青年人

1. 云冰山：塔下寺
2. 四明山：支山禅寺/雪窦寺
3. 峨眉山：万年寺/伏虎寺
4. 庐山：东林寺/西林寺
5. 老君山：老君庙
6. 莫干山：天池禅寺
7. 黄山：云谷寺/梓路寺
8. 太行山：仙岩寺
9. 南太行：万佛寺
10. 井冈山：万福仙寺
11. 台山：台山寺
12. 广东第一峰：石峡寺
13. 莽山五指峰：天台寺
14. 大青山：石屋寺
15. 九华山：化城寺/祇园寺等
16. 英西峰林：云石寺
17. 雁荡山：灵峰寺
18. 大容山：开元寺
19. 八面山：八庙寺/古佛寺等
20. 丹霞山：景石岩寺/别传寺
21. 五台山：47座对外开放寺庙
22. 安吉灵峰寺

玄学自驾

上进系质感男士

爬坡猛/山路过弯稳
泥地脱困快

爬山登山兴趣人群
对防晒及晒后保湿修复需求度高



保湿补水 阅读5664.7万
修护 阅读3863.9万
敏感 阅读3629.4万
防晒 阅读3556.1万
美白 阅读2774.9万

护肤自驾

精致系美力加成人

100%紫外线隔绝遮阳帘
照明化妆镜/护肤品储物

自驾之 湖/岛

湖/岛兴趣人群
长途自驾为收获起杆一瞬间的快乐



海南环岛：三亚海钓 搜索+73.83
路亚 搜索+67.54%
野钓 搜索+63.21%
户外钓鱼 搜索+65.13%

野钓自驾

享乐系野趣探险家

超能装的后备箱
坑洼地通过稳

自驾之 此生必

国内长途自驾线兴趣人群
不光要玩得尽兴，还要「睡得好」



床车 搜索+92.99%
我的移动大床 浏览1015万
车内躺平计划 浏览1689万
318川藏线 搜索+31.44%

环线自驾

硬核系野趣探险家

舒适环抱式游艇座舱
减负智能驾驶/安全车身

内容策略，构建复合型内容矩阵，深挖优质内容

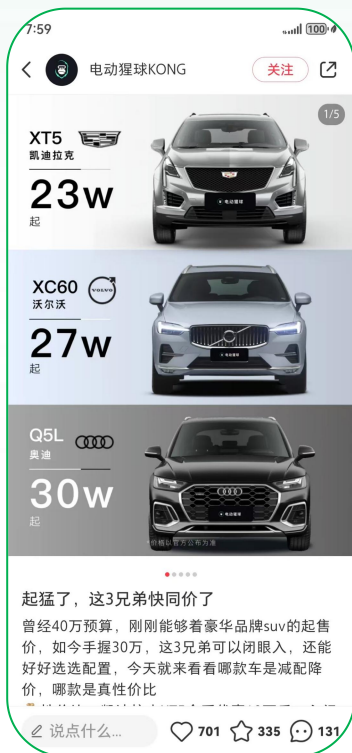
购买决策类内容30% 精准种草赋能成交

一方数据中高归因内容 集中在购买决策类笔记

专业对比
CTR 13%

深度体验
CTR 12.7%

产品详解
CTR 12.5%



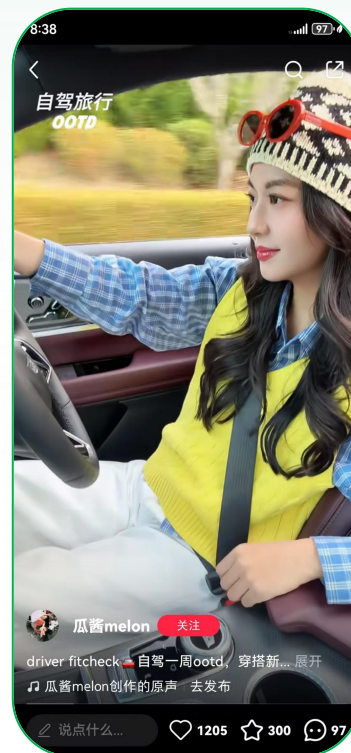
场景种草类内容70% 长线种草激发需求

场景种草内容中高点击率笔记占比20%，是迭代重点方向

钓鱼车
CTR 11%

自驾游穿搭
CTR 13%

户外挑战
CTR 13.6%



种草拓展新主场，人群销量双增长

73%

种草人群增长

114%

XT5 24年12月销量同比增长

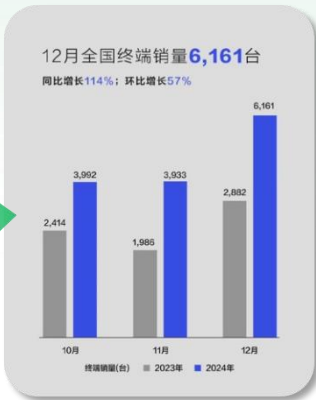
30+

长效ROI高达

70%+

30天内决策转化用户占比

XT5焕新上市后销量同/环比提升



帮助XT5改款完成竞品市场目标用户攻防，月均销量及竞品市场销量占比不断提升

车型	9月销量占比	10月销量占比	11月销量占比	12月销量占比
凯迪拉克XT5	5.06%	11.45% ↑	10.35% ↑	13.73% ↑
沃尔沃XC60	14.01%	17.58% ↑	13.86% ↓	14.07% ↓
奥迪Q5L	36.56%	43.52% ↑	38.93% ↓	36.16% ↓
奔驰GLC	44.37%	27.45% ↓	36.86% ↓	36.04% ↓

XT5上市项目合作

销量占比相比9月提升 ↑
销量占比相比9月下降 ↓