

别克GL8以经典为基，焕新开辟增长新纪元

- **品牌名称：**别克
- **所属行业：**汽车及交通运输类
- **执行时间：**2024.09.11
- **参选类别：**效果营销类

不是所有的MPV都叫GL8

异军突起

一款车定义了一个汽车品类

20世纪90年代末，在中国满大街还是黄色“面的”——既能拉人，又能拉货。



1999年，上海通用正式在国内量产了**中国本土的第一款MPV——别克GL8**。



兼具“面包车多人乘坐”和“轿车舒适性”

国人也逐渐了解到汽车世界中的一个新品类：MPV（multi-Purpose Vehicles，多用途交通工具）。

后来，市场上出现了很多新的MPV产品，如腾势D9、传祺M8、岚图梦想家、魏牌高山、极氪009等。



不老王者

统治国内MPV市场20余年

从1999年第一辆下线到2023年，别克GL8在国内销量超180万辆，堪称MPV领域毫无争议的王者，垄断该细分领域20多年。



领头羊也有冬天

销量寒冬 一度跌落神坛

2024年，上汽集团面临了前所未有的挑战，销量全面下滑。受到新能源MPV（主要腾势D9、岚图梦想家）的冲击，GL8销量被竞品迅速反超。

2024年上汽各品牌
销量进入寒冬期



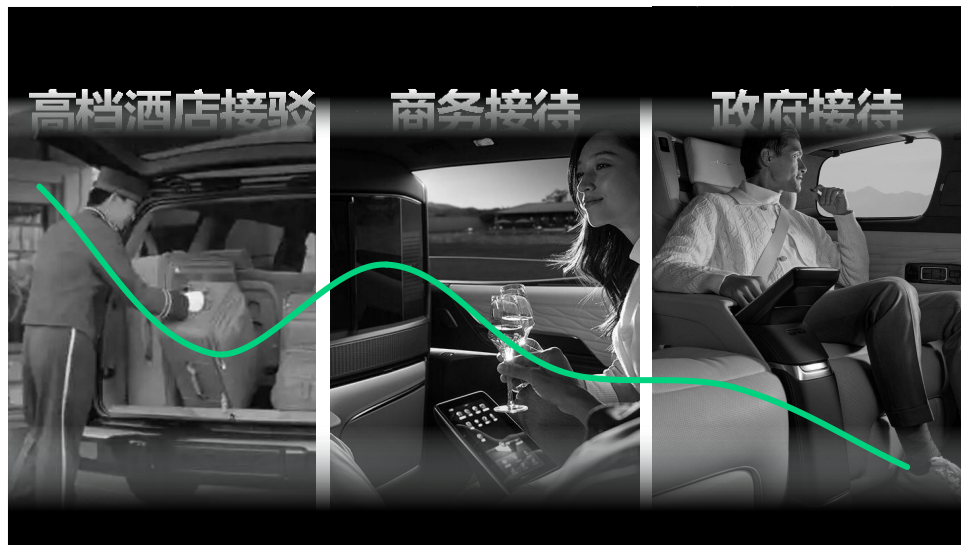
别克GL8车型
2023年底销量开始大幅下滑



商用红海饱和 竞争日渐下滑

GL8长期以来以商务车的形象深入人心，但其产品的更新迭代未能很好地适应市场的变化需求。

GL8依然坚守中端商务MPV市场，但这一领域如今已成为MPV竞争最为激烈的战场之一。



直面困境 再次启程

王者如何归来？

长青25年 如何找到第二增长曲线？

要
破局

别克GL8推出了全新一代GL8 PHEV车型，以满足消费者对新能源MPV的需求

要
转型

如何加速转型，重回MPV赛道
领导地位成为品牌的核心课题

要
新增

要开疆拓土
找到生意增量

1 找到
TA

要求新增量?
先找新人群!

2 对话
TA

新人群
必有新场景、新需求!

3 渗透
TA

KFS、搜索、口碑
逐步渗透

乐观：这很小红书！

在小红书，MPV有不同的打开方式

MPV-情感化-“移动的家”

#移动的家 同比搜索 +372%



确定：夯实商用领域统治地位，进军家用领域



别克GL8 燃油版

商务
菁英

二胎
多娃
家庭



别克GL8 PHEV版

母婴
人群

潮流
时尚
人群

养宠
人群

强化家庭属性
结合用户需求，种草场景内容

家庭人群¹

全家自驾游

二胎家庭出行

户外露营

老钱新奢党²

运动养生

精致社交

高端旅游

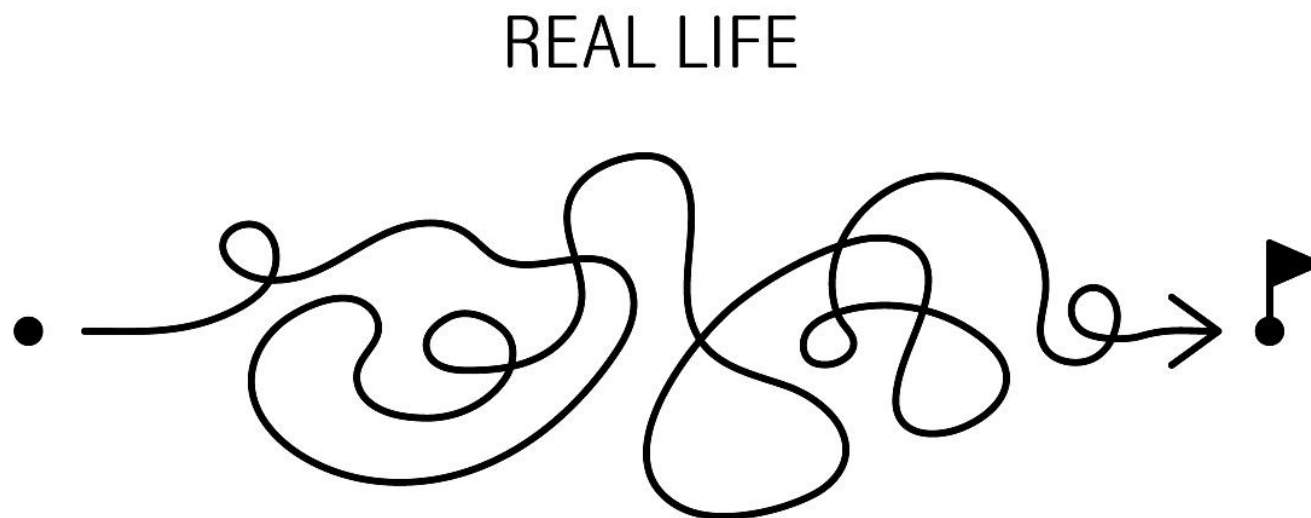
商务出行家³

商务出行

商务社交

家商两用

计划是**清晰的**
道路是**曲折的**



顾虑：家用商用，重心何在？

预算有限，无法一碗水端平
重点打家用还是商用
成了反复拉扯的难题



灵动：要不试一试？

车展期间 说服客户 家庭+商用两场景赛马

定位相似人群

构建人群反漏斗库

内容策略：车展探馆、探店

赛马

灵犀
大致定位相似人群

采取竞品跟随策略

手搓 50多个精细化核心人群包

单包量级500-1000w



相信：家庭深化迭代

迭代下阶段合作方向——高端家庭育儿

人群+场景

二胎多娃家庭
X
自驾游户外场景

品质生活人群
X
城市用车场景

家庭人群
X
全场景用车

买点-八大金标准的产品点转译

全家用车更有安全感

初坐柔软，久伴也
舒适

畅行无阻，从容大
空间

豪华不是堆料更要
得体

好开不晕不颠

真性能/超平顺/高
安全

智能科技更要安全
冗余

大厂品质保障

耐久又保值

日常用车更有幸福感

初坐柔软，久伴也
舒适

畅行无阻，从容大
空间

豪华不是堆料更要
得体

好开不晕不颠

真性能/超平顺/高
安全

智能科技更要安全
冗余

大厂品质保障

耐久又保值

出行生活更有获得感

初坐柔软，久伴也
舒适

畅行无阻，从容大
空间

豪华不是堆料更要
得体

好开不晕不颠

真性能/超平顺/高
安全

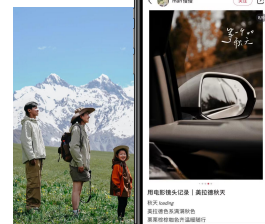
智能科技更要安全
冗余

大厂品质保障

耐久又保值

内容策略

孩子的秋日美育



高雅相伴 Golf Family



城市新贵秋日浪漫



迭代
施策

阶段性种草成功

人群+搜索增量

人群

人群资产排名 **37**  **7**

家庭机会人群渗透率高效提升

目标人群

人群量级

投后提升

家庭人群16,808,659**+25.19pp**

老钱新奢党16,111,005**+25.53pp**

商务出行家19,822,811**+24.74pp**

MPV价格带人群.....21,278,355**+22.97pp**

搜索

车型搜索数量增长**14pp** 

搜索涨幅相对核心竞品高出 **14.6pp**

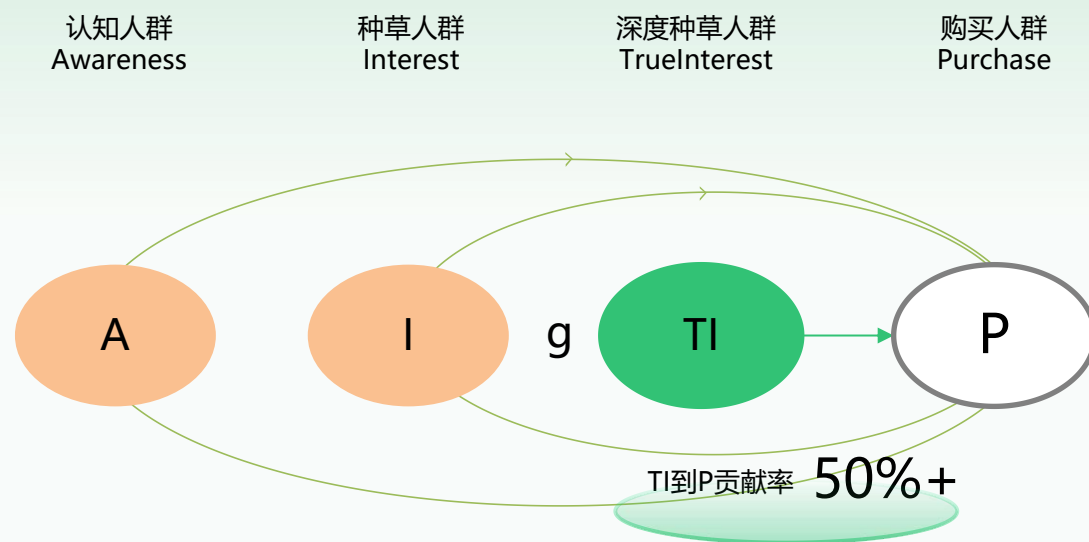
车型搜索增幅超越竞品

车型	搜索环比增长率	搜索同比增长率
别克GL8 PHEV	+14.18%	+259636.36%
核心竞品	-0.50%	+26.49%

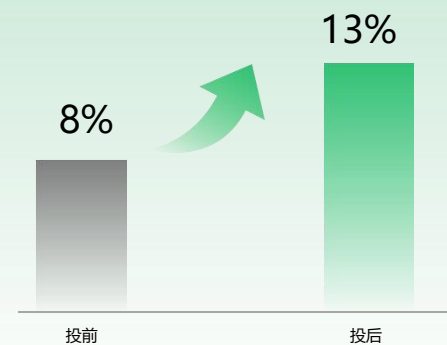
2024-08-01~2024-10-13

战略性验证种草价值

TI人群生意转化率最高



内容点击率



阅读成交归因

