

欧拉5预售开启：携手侯明昊共赴热爱，A级纯电SUV新标杆

来源：吴佩珊 发布时间：2025-11-14 09:22:02

2025年11月12日，长城汽车旗下欧拉品牌以一场别开生面的发布会，正式宣布全新A级纯电SUV——欧拉5开启预售。新车共推出五款配置车型，预售价格区间为10.98万元至14.28万元。欧拉5以“极美设计、极智科技、全球品质”三大核心优势，精准切入Z世代年轻消费市场，致力于成为“年轻人的严选车”。

发布会以“活出光芒 共赴热爱”为主题，欧拉品牌代言人、青年演员侯明昊惊喜亮相，与欧拉品牌总经理吕文斌先生展开互动，共同诠释了品牌与用户之间“光芒搭子”的情感联结。发布会上，欧拉还特别展示了与侯明昊粉丝“猕猴桃”共同打造的专属应援车，并预告将共创一款专属车色，进一步增强用户参与感和归属感。



颜值与智慧并存，欧拉5定义“自然美学”新高度

欧拉5自9月亮相以来，凭借其独特的“自然美学”设计语言，持续引发市场关注。外观上，新车采用了50万元级别唯一的量产“极光绿”液态金属漆，色彩流动富有质感，展现出高端视觉冲击力。内饰则借鉴东方“留白”艺术，营造出简约而不失格调的驾乘氛围，真正实现“外化于色，内化于境”的设计哲学。

在智能化方面，欧拉5搭载长城汽车全栈自研的Coffee Pilot Ultra辅助驾驶系统，配备包括激光雷达在内的27个感知硬件，实现了不依赖高精地图的全场景NOA（导航辅助驾驶），并支持跨楼层记忆泊车等超过200种泊车场景，智能驾驶体验达到行业领先水平。

全球品质背书，打造安全高效的纯电出行体验

在用户尤为关注的品质与安全层面，欧拉5同样表现出色。其搭载的“二代短刀电池”远超新国标安全要求，实现了“不起火、不爆炸”的高安全标准。底盘由长城与宝马合作原班人马调校，赋予车辆出色的操控性与舒适性。此外，欧拉5在CLTC工况下的百公里能耗低至11.6kWh，位居同级最低，有效缓解用户的续航焦虑。

欧拉5严格遵循全球车标准研发制造，从造型风格、智能体验到品质管控，全面回应了Z世代对“严选车”的期待，以硬核产品力重新定义A级纯电SUV的价值标杆。

品牌焕新升级，欧拉携手侯明昊与Z世代同频共振

欧拉品牌此次与侯文昊的合作，不仅是明星代言，更是一次品牌精神的深度共鸣。侯明昊年轻、阳光、敢于尝试的公众形象，与欧拉品牌希望传递的“活出光芒”价值主张高度契合。通过引入Z世代熟悉的“搭子文化”，欧拉5与侯明昊组成“光芒搭子”CP，推动品牌角色从产品“定义者”向用户“见证者”与“同行者”转变，构建更深层次的情感链接。

从官宣代言人到创新发布会形式，欧拉正以实际行动推进其向“时尚精品汽车品牌”的全面焕新。这不仅是营销层面的升级，更是品牌内涵的延伸——欧拉致力于陪伴每一位用户探索自我，活出独特光芒。

多重预售权益，助力年轻用户轻松拥车

为降低年轻用户的购车门槛，欧拉5在预售期间特别推出“光芒热爱”多重购车权益。在2025年11月12日预售开启至正式上市订购前，下订并支付成功，且在12月31日24:00前完成购车及开票的用户，可享受包括订金礼、升级礼在内的五重限时好礼。这一诚意举措，将进一步激发潜在用户的购车热情。

立足全球视野，欧拉5唱响“中国全球车”强音

依托长城汽车的全球化研发体系与深厚技术底蕴，欧拉品牌已成功进入全球50多个国家和地区，累计赢得近60万用户的信赖。作为欧拉品牌首款纯电SUV，欧拉5的预售发布，不仅是品牌焕新征程的关键一步，更清晰地展现了其全球产品战略的雄心。欧拉5将以自有风格的产品力与全球品质，成为“中国全球车”的典范，助力中国汽车品牌在世界舞台持续扩大影响力。

总结而言，欧拉5的预售开启，标志着欧拉品牌在产品定位、用户沟通和全球战略上进入了全新阶段。它以极具竞争力的价格、领先的设计与智能科技、可靠的全球品质，以及与Z世代深度共鸣的品牌营销，有望在激烈的A级纯电SUV市场中脱颖而出，成为年轻消费者“共赴热爱”的理想座驾。

