

欧拉5预售10.98万元起，欧拉打响重塑品牌第一枪

来源：吴欣民 发布时间：2025-11-20 04:06:46

编辑导语：欧拉5的推出，标志欧拉将拉开重塑品牌的序幕。

时隔两年再推新



11月12日下午，欧拉汽车旗下全新车型——欧拉5正式预售，新车共推出5个版本，预售价格为10.98万到14.28万元。

新车的推出，拉开了欧拉品牌重塑的序幕。新车延续家族风格设计语言，车内则采用全新设计。基于工信部申报信息，欧拉5搭载最大功率150千瓦驱动电机；续航方面，低续航版车型纯电续航里程为480km，百公里耗电量为11.1kWh；长续航版车型的纯电续航里程为580km，百公里耗电量为11.6kWh

在智能化方面，欧拉5搭载长城汽车Coffee Pilot Ultra辅助驾驶系统，配有激光雷达，支持无高精地图NOA，覆盖高速/城区/乡镇等场景，另外，还可实现智能泊车辅助以及100米循

迹倒车等功能。车机方面则是搭载了长城第三代Coffee OS车机系统，配备4nm车机芯片，以及24G+128G内存，支持车联网、OTA升级、手机APP远程控制、语音连续识别等功能。

综合其预售价、定位来看，其主要竞争对手即锁定在包括比亚迪元PLUS、吉利银河E5、埃安AION Y、零跑B10等在内的紧凑型纯电SUV。

欧拉5的推出具备几大重要意义，其一，这是欧拉现任总经理吕文斌上任以来，推出的第一款全新车型；其二，欧拉5是欧拉品牌的首款A级纯电SUV，甚至也还是长城汽车推出的首款纯电SUV产品；最后，这也是欧拉品牌时隔两年多以来，再次投入新能源市场的全新产品，标志欧拉将真正拉开品牌重塑的序幕。

在发布会上，欧拉汽车总经理吕文斌明确表示，当前欧拉品牌全新的定位为“时尚精品汽车品牌”。

长城汽车也还强调，“欧拉5”的诞生，标志着欧拉品牌在长城汽车全球化战略的指引下，正式开启了全新产品序列体系；欧拉5作为一款面向主流市场的纯电SUV，一方面极大丰富了欧拉品牌产品矩阵，更填补了关键的市场空白。显然，欧拉5将成为欧拉品牌发展的新起点。

月销量回归增长

过去的几年时间中，欧拉品牌作为长城汽车的新能源转型先锋，走过了一段既有高光、也有低谷的发展道路。而当前，欧拉已经进入品牌焕新的全新阶段，这也以今年6月份，吕文斌的上任为标志。今年6月20日，长城汽车官宣吕文斌接替赵永坡，出任欧拉新一任总经理，至今已近5个月。

事实上，在吕文斌接手欧拉品牌的几个月时间中，欧拉品牌已经初步焕发了活力，从直接的销量端来看，欧拉已经止住了此前销量连续同比下滑的状态，重新进入增长轨道。

长城汽车发布的最新产销快报显示，10月份，欧拉销量5648辆，同比增长了1.58%；9月份，欧拉品牌销量6255辆，同比增长14%。而再往的之前的8月份，是欧拉销量同比连续增长的开始，8月，欧拉品牌销量5233辆，同比增长1.4%。在吕文斌上任之前，欧拉品牌已呈现连续14个月出现同比下滑的趋势。

欧拉品牌销量恢复增长的关键，在于吕文斌上任后推出的新款欧拉好猫。25款欧拉好猫首先，在智能化、动力等方面进行强化。这帮助欧拉，在市场上率先稳住了阵脚。销量数据显示，今年5月到9月，欧拉好猫销量分别为1100辆、2319辆、3153辆、3873辆、4800辆。

当然，从整体的市场发展情况以及欧拉品牌的现状来看，一个改款产品的推出并不足以支撑欧拉实现品牌翻身的野心。更关键的新车，无疑是正在蓄势待发的欧拉5，相对于之前主要面向女性市场的欧拉好猫等系列产品，欧拉5已经在尝试通过“去标签化”打开更广阔的市场空间。

欧拉困境的解决需要长城汽车以及吕文斌为首的品牌管理层，为欧拉进行一场系统化的体系重构。目前，其已经在产品层面拉开了革新的序幕。在产品之外，此前，长城汽车已经对经销商放出将重建欧拉渠道的信号。除此之外，欧拉还正加大国际化的进程，上市发布会现场吕文斌宣布，2026年起，欧拉5将陆续登陆欧洲、澳洲、南美等海外市场。

HTML版本：[欧拉5预售1098万元起，欧拉打响重塑品牌第一枪](#)