

# 欧拉5开启预售：一款面向Z世代的A级纯电SUV

来源：戴怡忠 发布时间：2025-11-13 09:03:05

2025年11月12日，长城汽车旗下欧拉品牌在保定正式开启全新A级纯电SUV——欧拉5的预售。新车共推出五款车型，预售价区间为10.98万至14.28万元。作为欧拉品牌面向年轻用户群体打造的产品，欧拉5在设计、智能化配置与整车品质方面均体现出对主流市场需求的回应。

发布会现场，品牌代言人侯明昊出席并与欧拉品牌总经理吕文斌进行了互动。活动期间还展示了由粉丝“猕猴桃”为其定制的专属应援车。据透露，后续双方将共同开发一款专属车身颜色，进一步强化品牌与用户之间的互动属性。



自9月下旬首次亮相以来，欧拉5凭借其“自然美学”设计语言、辅助驾驶系统以及底盘调校表现，获得了一定市场关注。外观方面，新车采用液态金属漆工艺打造的“极光绿”配色，并在内饰中融入东方留白理念，整体风格强调简洁与质感。这种设计取向更贴近当下年轻消费者对视觉审美的偏好。

在智能化层面，欧拉5搭载了长城汽车自研的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，支持不依赖高精地图的全场景NOA功能，并覆盖200余种泊车场景，如跨楼层记忆泊车等。这些配置在同级别车型中具备一定技术优势。

安全与能耗方面，欧拉5采用第二代短刀电池技术，宣称满足“不起火、不爆炸”的安全标准；CLTC工况下百公里电耗为11.6kWh，处于同级较低水平。底盘由长城与宝马合作团队参与调校，在操控稳定性与舒适性之间寻求平衡。

为促进预售期订单转化，欧拉推出了“光芒热爱”购车权益计划。凡在2025年11月12日至上市开启订购前支付订金，并于12月31日24:00前完成开票的用户，可享订金膨胀、配置升级等五项限时权益。

此次欧拉5的发布，也标志着品牌在营销策略上的调整。通过与具有年轻化标签的艺人合作，并引入“搭子”概念，欧拉试图构建一种更贴近Z世代沟通语境的品牌形象。这种从“产品输出”向“情感陪伴”转变的尝试，反映出当前新能源汽车市场竞争中，品牌差异化表达的重要性。

截至目前，欧拉已进入全球50多个国家和地区，累计用户接近60万。作为长城汽车首款纯电SUV，欧拉5不仅承担着丰富产品矩阵的任务，也被视为品牌全球化战略中的关键一环。其能否在竞争激烈的A级纯电SUV市场中建立稳固地位，仍有待市场实际反馈验证。

HTML版本： [欧拉5开启预售：一款面向Z世代的A级纯电SUV](#)