

降2万还卖不动？马自达EZ-6打骨折，9月只卖972台的真相

来源：谢英杰 发布时间：2025-11-16 02:11:09

马自达EZ-6(图片|配置|询价)又降价了。

2026款刚上市，全系直接砍1.5万到2万，价格降到11.98万-16.28万元。听起来是不是挺香？但9月销量只有972台——这数字，说实话有点扎心。一个合资品牌的新能源轿车，降这么狠还卖不动，到底哪出了问题？

11款配置摆在那儿，增程版纯电版都有，续航最高能到1301公里，智能座舱给你上8155芯片，索尼14扬声器……配置表看着挺美好。可网友热评里直接开喷：“反绒皮内饰是吸灰神器啊”“连EZ-6和EZ-60都分不清”。降价能救马自达吗？还是说，这个品牌在新能源赛道上已经错过了最佳入场时机？

11款车型玩数字游戏，消费者却看懵了

2026款EZ-6最大的变化，不是配置升级，而是把所有车型命名改成了“数字+字母”的形式，跟EZ-60保持统一。听起来挺高级？但实际体验是——消费者根本分不清哪个是哪个。



你说一个年款车型，外观内饰配置全都没变，就改个名字降个价，这操作多少有点敷衍。增程版还是那个1.5L增程器配160千瓦电机，纯电版还是190千瓦电动机。电池容量也没变，增程版18.9/28.4千瓦时，纯电版56.1/68.8千瓦时。说白了就是库存换个马甲重新卖，消费者又不傻。

更让人无语的是11款配置。你搞这么多版本出来，到底想干嘛？看似给消费者更多选择，实

际上把人整得云里雾里。买车的人就想知道：我这个价位能买到什么配置，够不够用。结果你给我摆出11个选项，每个差几千块钱，配置差异又不明显，这不是在考验消费者的耐心吗？



反绒皮内饰+怀挡设计，是豪华还是负担？

说到内饰，EZ-6确实下了功夫。14.6英寸悬浮中控屏、无边框车门、前排一体式座椅、索尼14扬声器音响…… 硬件配置确实够豪华 。但网友直接戳中痛点：反绒皮内饰就是个吸灰神器。

我也试驾过不少用反绒皮的车，刚提车那几天确实高级感满满，摸起来软软的很有质感。可过了一个月再看？灰尘、毛发、污渍全粘在上面，清理起来贼费劲。尤其是家里有小孩或者宠物的，基本上一周就得深度清洁一次。 这种材质适合展厅拍照，不适合日常使用 。

怀挡设计也是个争议点。马自达想营造科技感，把换挡机构做成怀挡式，看起来确实简洁。但对于习惯了传统挡把的用户来说，需要一段时间适应。特别是老司机，手伸到中控台位置摸不到挡把，那种不踏实的感觉挺难受的。用习惯了也没啥问题，但 为什么要让消费者去适应你，而不是你去迎合消费者的习惯 呢？

长安马自达EZ-6

官方售价

车 型 VEHICLE TYPE	售 价 (万 元)
增程130 Air	11.98
增程200 Air	13.48
增程200 Pro	14.48
增程200 Pro运动版	14.68
增程200 Max	15.48
增程200 Max运动版	15.68
纯电480 Air+	13.98
纯电600 Pro	15.08
纯电600 Pro运动版	15.28
纯电600 Max	16.08

 东梦汽车网
DONGMENGQICHEWANG

性价比碾压？看看深蓝SL03和L07怎么说

咱们来算笔账。EZ-6现在售价11.98万-16.28万元，看似跟深蓝SL03(12.99万-14.69万元)、深蓝L07(15.19万-17.09万元)差不多。但仔细一比，问题就来了。

深蓝SL03同样是增程+纯电双动力，配置一点不比EZ-6差，价格还更亲民。深蓝L07虽然贵一点，但人家的智能驾驶辅助、续航能力都更强。更关键的是，深蓝背靠长安，整个供应链和售后体系都很成熟，消费者买着放心。

再看合资对手丰田bZ3，虽然售价16.98万-19.98万元比EZ-6贵，但人家是纯粹的丰田血统，品牌溢价摆在那儿。EZ-6尴尬就尴尬在——合资身份没带来品牌加分，反而成了价格劣势。国产新能源卷配置卷价格，你一个合资品牌既没有特别突出的技术优势，品牌认可度又在下滑，凭什么让消费者选你？

车型|价格区间| 动力类型| 核心优势

马自达EZ-6| 11.98万-16.28万元| 增程+纯电| 品牌情怀、索尼音响

深蓝SL03| 12.99万-14.69万元| 增程+纯电| 性价比高、配置丰富

深蓝L07| 15.19万-17.09万元| 增程+纯电| 智能化强、续航优秀

丰田bZ3| 16.98万-19.98万元| 纯电| 品牌力强、保值率高

数据来源：各品牌官方指导价

写在最后

马自达EZ-6降价2万，看似诚意满满，实则暴露了品牌在新能源市场的焦虑。972台的月销量，连零头都算不上。当一个合资品牌失去了技术优势和品牌溢价，仅靠降价促销是救不回市场的。

消费者要的不是情怀，要的是实打实的产品力和性价比。反绒皮内饰吸灰、11款配置眼花缭乱、命名方式让人糊涂……这些细节问题，恰恰反映出马自达对中国市场的理解还不够深。

说句公道话，EZ-6产品本身没有硬伤，续航够用、配置不差、设计也还行。但在这个卷到极致的新能源市场里，“还行”已经不够了。深蓝、比亚迪、特斯拉们每个月都在刷新消费者的期待值，你不拿出点真本事，光靠降价和情怀，真的很难。

最后问各位车友一句：11.98万起售的马自达EZ-6，降价之后你会考虑吗？还是说，你已经把目光投向那些国产新能源品牌？

HTML版本：[降2万还卖不动？马自达EZ-6打骨折，9月只卖972台的真相](#)