

北京越野发布未来原型车，BJ40探险家广州车展开启预订

来源：车洁辛 发布时间：2025-11-23 02:47:16

在广州车展北京越野展台上，BJ40探险家和ELMT Max原型车并排而立，一个务实，一个前瞻，共同传递出一个清晰信号：硬派越野正在从“极限工具”转向“日常伙伴”。

过去提到BJ40，人们想到的是防滚架、分时四驱、可拆车顶和环塔拉力赛的战绩。这些标签塑造了它的专业形象，但也让普通用户望而却步——太颠、太吵、太难开。但BJ40探险家的调整方向很明确：保留硬派底色，但把日常体验做扎实。



比如，新车在NVH（噪声、振动与声振粗糙度）上做了针对性优化，虽然没有公布具体数据，但从现场静态体验看，车门密封条更厚，内饰接缝处理更细腻；座椅填充物明显比老款柔软，支持长时间乘坐；车机系统升级后，语音识别和导航流畅度接近主流城市SUV水平。这些改动看似微小，却直接影响家庭用户是否愿意把它作为主力车。

这种转变并非偶然。数据显示，今年1-10月北京越野销量达11.3万台，“方盒子”车型同比增长110%，连续7个月月销破万。支撑这一增长的，早已不只是越野发烧友，而是大量将BJ40用于近郊露营、长途自驾甚至城市通勤的普通消费者。他们要的不是能翻山越岭的极限性能，而是一台既能走烂路、又能舒服回家的车。

ELMT Max原型车则代表了另一种可能：极致开放与模块化。无门设计、可折叠座椅、外露骨架，看似激进，实则回应了户外深度玩家对“车即营地”的需求。它不追求豪华，而是强调功能的可拓展性——今天装观景椅，明天变装备舱，后天加床板睡觉。这种思路跳出了

传统汽车“固定形态”的框架，更像是一个移动的户外平台。

值得注意的是，北京越野同步推出了“中国大环线”用户共创计划，邀请车主参与G331、G219等国道路线的设计。这不仅是营销活动，更是一种产品反馈机制——让用户告诉品牌，他们真正想去哪里、需要什么功能。

BJ40探险家明年1月上市，预订已开启。99元抵1000元的政策不算激进，但胜在直接。比起喊口号，北京越野这次更愿意用细节说话：硬派不必等于简陋，越野也可以很从容。

当越来越多家庭把“方盒子”停在小区地库而非越野基地，车企的应对方式决定了它能否持续增长。北京越野的选择是：守住越野的魂，但穿上更合身的衣。这条路未必最快，但走得稳。

HTML版本：[北京越野发布未来原型车，BJ40探险家广州车展开启预订](#)