

用一场摄影旅行,记录多彩的山川湖海

“敢行敢出色”帝豪GS行摄大赛圆满落幕,获奖结果将于近日公布

王静

“我们开着帝豪GS去张掖拍照,红沟丹霞那一片还是未被开发的处女地;在海拔4400米的夹金山垭口拍到了倾泻而下的云瀑布,特别壮观;去三亚没想到遇上了冷空气……”谈起近期在全国各地的拍摄经历,视觉中国的签约摄影师伊伦迪尔显得意犹未尽。

在吉利汽车携手视觉中国500px摄影社区联合开展的“敢行敢出色”帝豪GS行摄计划青年摄影大赛中,伊伦迪尔作为此次大赛的领队,与众多摄影爱好者以及帝豪GS车友一同踏上了穿越三千里的摄影旅行。为期两个月的旅途中,摄影团队先后前往甘肃张掖、云南东川、川西巴郎、海南三亚和徽州古城,用镜头定格大自然的缤纷色彩,也在色彩的变化中感受祖国的幅员辽阔和华夏文明。



职业or玩票 出手皆大片

截至上周,摄影大赛已经圆满结束,在视觉中国500px的官网上,不管是职业摄影师还是摄影发烧友,呈现出来的作品无不惊艳,有的景色壮美、气势恢宏,有的意境深远、匠心独运……然而,对于参与者来说,这趟旅行留给他们的不仅仅是好作品,还有无数动人的回忆。

伊伦迪尔说他印象最深的是在云南,那是他第一次踏上东川红土地,又碰上了难得一见的双子座流星雨。在那样冷的12月寒夜,伊伦迪尔拍出了自己极为满意的作品:照片里9颗流星拖着长长的尾巴,榕树下的帝豪GS仿佛穿越时空而来,堪称绝美。“那天晚上流星雨的峰值在半夜2~3点,可惜天气太冷,我们没等到。”伊伦迪尔略显遗憾

地说。

在其他随行摄影师的口中,笔者还听到了“在戈壁滩里找机位”、“在‘皖南318’上冒雨奔驰”甚至还有在“川西的高原上高反”的有趣故事。也许对他们来说,参与这次活动不仅仅是兴趣使然,更代表了对未知的探索和冒险精神。活出动静,不止于城市,在城市疆界外,去寻找更出色的自己。

城市or越野 帝豪GS表现出色

为配合主题,每走到一站,帝豪GS的车身颜色总是与当地的自然风貌相呼应,张掖的七彩丹霞与琉璃橙的帝豪GS相得益彰,川西巍峨的雪山与宝石蓝的帝豪GS交相辉映,云南东川的红土地配的是珊瑚红色的帝豪GS,在白墙灰瓦的水墨江南,帝豪GS的

颜色又换成了冰晶白和钛晶灰……不仅画风协调,也为美景增添动感。最终,成片效果相当不错,在摄影师镜头下,帝豪GS有时如猛兽,蓄势待发,有时又安静地停在椰林下,美得如油画一般。

“这次去拍摄的五站地方走的都是非常规路线,高原、泥泞,有崎岖的戈壁,也有松软的沙滩,帝豪GS表现非常完美。”行程结束,伊伦迪尔除了赞不绝口还有些依依不舍,他笑说,“帝豪GS真是越看越好看,两个月都相处出感情来了……”

担任此次大赛的终选评审的著名风光摄影师卡尔评价说,“这次活动,不仅产生了大量精美佳作,同时也展示了吉利帝豪GS的运动和探索精神,还给广大摄影爱好者提供了一个很好的技术交流与自我突破的平台,意义非凡。”据悉,摄影大赛结果将于近期公布,敬请关注。

斩获C-NCAP测试年度最高分后,又有好消息——BMW 5系全年销量突破12万辆

近日,中国汽车技术研究中心公布了最新一批车型C-NCAP碰撞测试的评价结果。全新BMW 5系Li取得了五星级评价,并凭借总分59.5分的成绩(满分61分),成为2017年接受评价实验车型中的最高得分。

BMW 5系Li用实力展现它的制造品质时,又收获了消费者的高度认可。据宝马官方数据统计,于2017年6月上市的全新BMW 5系Li,销量增势迅猛,单月销量已站稳万台。2017年,在面临车型换代,产量爬坡的情况下,5系销量依然轻松突破12万,是豪华商务轿车市场最受欢迎的车型之一。

C-NCAP年度最高分背后是5系看不见的硬实力

安全源自精益求精,C-NCAP碰撞测试的高分展现出宝马高水平的制造工艺。

全新BMW 5系Li在新大东工厂生产,作为宝马集团全球生产体系中最新的一座工厂,新大东工厂引入“工业4.0”体系,将大数据、物联网、数字模拟和3D打印等创新科技、生产设备综合应用于四大工艺车间,用先进的生产平台成就高品质汽车。新一代5系Li的全新车身材料构成令其连接点数量达到9500多个,工艺之复杂可以想见。大数据应用也被贯彻于整个生产过程,通过



先进技术手段收集和处理海量生产数据,并实时检测与分析,确保每道工序得到精确执行,对潜在问题防患于未然,成就了全新BMW 5系Li的高品质。

全年业绩创新高 宝马在华业务稳步增长

BMW 5系的成绩只是宝马在华业务的一个缩影。截止到2017年11月,宝马集团在华销量达542,362辆,同比增长14.7%,超过去年全年,创造了新的销售记录。不仅如此,宝马2017年销售及售后客户满意度蝉联榜首,在产品、品牌、经销商网络和本土化方面都取得高质量发展。

如此好成绩,也难怪宝马集团大中华区总裁兼首席执行官康思远在宝马2018迎新会上乐观表示,“我们很满意在2017年取得高质量的增长;2018年,我们将启动强劲的产品攻势,并进一步提升客户的品牌体验,同时推进数字化创新。”

900万辆销量达成 东风日产仅用了14年,实力傲视同行



2017年12月18日,东风日产第900万辆整车正式下线,成为国内继上汽大众、一汽大众、上汽通用、北京现代之后的第五家进入900万辆俱乐部的合资车企。值得一提的是,东风日产仅用了14年时间达成900万辆销量,比北京现代的15年更早,刷新行业达成速度,成为国内乘用车市场中最快突破此量级的汽车企业。

900万辆销量的背后,是东风日产始终坚持品质向上、科技向上的产品制造。与此同时,东风日产将年轻化深入渗透至产品、品牌、营销、服务等多层面,将年轻化上升至发展战略高度,由此成为最受85后、90后消费人群青睐的汽车品牌。

东风日产取得如此傲人的成绩,离不开消费者对于产品的信赖。从发布YOUNG NISSAN战略开始,东风日产便不断导入更多年轻化车型。2017年,

东风日产推出了2017款全新楼兰、全新奇骏以及全新劲客,从驱动、智能互联等多方面进行升级,满足年轻化消费需求。其中,全新劲客与逍客、奇骏、楼兰及途乐组成了东风日产强大的SUV阵营,覆盖SUV各个细分市场。

此外,以轩逸、天籁领衔的舒适阵营以及包括新生代骐达、西玛、新蓝鸟在内的动感阵营均拥有出色的市场表现。

特别值得一提的是2017年7月18日上市以来的“酷i科技SUV”全新KICKS劲客,凭借炫酷时尚的拼色造型、自信驾驭的智行科技、宽敞舒适的座舱空间、高效省油的动力总成四大独特卖点,连续两月批发过万,成功迈进合资小型SUV第一阵营。

东风日产在2017年用强势的表现,向市场和近900万车主交出了一份满意的答卷,全体东风日产人一条心,确保了111.1万辆目标的达成。 高元元