

怀疑妻子出轨,男子杀妻后跳楼

本报5月16日讯 今天上午,株洲市河西盛世鑫城商住楼发生一起悲剧,一名男子在杀妻后从12楼跳下。初步调查显示,男子杀妻是因怀疑对方与前房东有染,目前事发商住楼一男性业主正在接受警方调查。

“有人要跳楼了。”今天上午9点左右,在盛世鑫城楼下开超市的张老板听到顾客说,一名男子坐在12楼的空调机上。他还没跑出来,就听见“砰”地一声闷响传来……

没多久,又有消息说,12楼有一名女子被杀。

死者家属介绍,两人均为株洲县人,丈夫今年28岁,妻子才21岁,两人已有一个一岁多的孩子。

被杀女子的一名亲属说,2年前,

女子与跳楼男子结婚。婚后,男子整天待在家里无所事事,女子不满,多次提出分手,均遭拒绝。

“他讲自己老婆有外遇,被抓了现场。”一名曾对女子进行抢救的医护人员回忆,他们赶到进行抢救,女子已死亡,男子站在窗台上不停地拨打电话,等女子的家人来到楼下后,他才跳了下去。

记者从警方获悉,目前一名居住在12楼的男子已被带走接受调查。“死者二人曾租住过该男子的房子,后来搬走了。丈夫因怀疑妻子有外遇,今天早上就找了过来,然后夫妻二人发生了争执,丈夫错手之下就把妻子杀了。”一名办案民警说。

■三湘华声全媒体记者 李永亮

图片新闻



街头“快闪”倡导环保

5月15日,志愿者在芙蓉广场跳舞,上演真人版植物大战僵尸。近日,来自湖南各大高校的40名志愿者频繁出现在长沙市五一广场、芙蓉广场、溁湾镇等繁华商圈及景区景点、地铁站及公交站台,用“快闪”行为艺术倡导绿色环保。
记者 赵持 摄影报道

连线

怀化市检察院坠亡男子系“自行坠落”

14日,网络有消息称怀化市检察院一男子坠楼,引发社会关注。16日,怀化市公安局鹤城分局通报:经过综合现场勘查、调查走访、调取视频资料及对尸体尸表检验获取的证据材料证明,14日11时许,从怀化市人民检察院坠亡的男子姚天生,系自行坠落导致死亡,未发现死者生前与他人发生正面冲突。

据了解,死者姚天生1951年2月15日出生,家住湖南省湘西土家族苗族自治州泸溪县。2002年8月被辰溪县人民法院以绑架罪判处有期徒刑11年,并处罚金3万元。2010年5月20日姚天生刑满释放后,认为法院量刑过重,先后向辰溪县人民法院、怀化市中级人民法院提出申诉被驳回。2013年5月15日,姚天生同样以量刑过重为

由,向怀化市人民检察院寄送申诉材料,后经怀化市人民检察院检察委员会研究决定不予抗诉。

5月14日9时18分,姚天生到达怀化市人民检察院上访。干警舒某对其上访事项进行了答复和解释,告诉姚天生可按程序向省人民检察院提出申诉。10时37分,怀化市110指挥中心接到群众报警称:“市检察院有一男子坐在楼顶上”。民警赶往现场发现,姚天生面朝马路坐在楼顶防护墙上双脚悬空,加之天气情况阴天小雨,防护墙较湿滑,有坠落危险。民警与赶来的怀化市人民检察院相关负责人等进行劝导,遭遇姚天生拒绝。11时4分许,姚天生从楼顶防护墙上坠落,后经抢救无效死亡。另据了解,姚天生患有直肠癌。
■据新华社

影楼暗装“伪基站”,5个月发了10万条信息

一台笔记本、一个鞋盒般大小的发射器,简单的二手设备暗藏在婚纱影楼内,短短5个月的时间非法发送宣传广告、招聘信息近10万条。近日,常德市无管处在公安部门的配合下,成功查获一起非法设置使用“伪基站”案件。

4月底,常德市无管处接到不少市民投诉,近期垃圾短信有反弹态势,市民颇受困扰。为此,常德市无管处在常德市中心城区

重要地段增强了监测力量,加强对市中心区域的监测力度。

5月8日,技术人员发现在常德市城区人流较大的步行街地段,有可疑信号出现。经专业“伪基站”侦测设备测试,很快发现附近存在有“伪基站”。随后,技术人员迅速在锁定区域展开进一步的信号追踪侦测,最终将信号锁定在步行街中段一家婚纱摄影店的三楼房间内。随后,公安人员对

该处房间进行了搜查,当场查获了一部正在工作的“伪基站”设备。

据了解,此次涉案的3人都是二十多岁的男性影楼工作人员,非法发送的信息为涉及影楼的宣传广告和招聘信息。执法人员保守估计,自今年1月以来,此“伪基站”发送的信息近10万条。

■三湘华声全媒体记者 聂诗荷 通讯员 骆波 陈云鹏

4月销量91,802辆,东风日产淡季逆袭

继3月展现强劲销售势头后,东风日产4月销量持续走高。据最新出炉的销量数据显示,东风日产双品牌单月销量达到91,802辆,同比增长近24%,其中NISSAN品牌81,910辆,启辰品牌9,892辆。

在汽车销售的传统淡季,东风日产却打破常态,连续两个月表现出旺盛的销售势头,在4月更是取得销量“破九”的成绩,其产品对消费者的吸引力可见一斑。

新奇骏领衔,东风日产淡季逆袭

从销量数据来看,4月,NISSAN品牌旗下各细分市场全线爆发,火力十足。

中高级市场上,天籁品牌的霸主地位依然牢不可破,4月售出11,168辆。作为东风日产的旗舰车型,天籁自进入中国以来,一直坚持应中国而生,应消费者需求而变,旨在为消费者带来最高价值的产品及体验。而4月底于北京车展上推出的新世代天籁科技版和新世代天籁·公爵荣耀版,更是让消费者有了更多差异化的购车选择。新世代天籁科技版极大地满足了“80后”消费群体对车辆高科技电子配备的需求,使“ITS预警式整体安全系统”成为天籁主力级别的标配,而新世代天籁·公爵荣耀版更是顺应“L”化风潮,让消费者首次在23万元级别内就能越级享受到“L”车型的



加长礼遇。

在“高烧不退”的SUV市场上,NISSAN品牌家族新成员新世代奇骏凭借极具诱惑力的产品性能,以“终结者”姿态成功打破途观和CR-V轮流坐庄中国城市SUV的两强格局局面,在4月大放异彩,单月斩获19,143张订单,累计销售12,471辆,成为东风日产4月销售数据上的最大亮点。作为东风日产在主流城市SUV市场的战略旗舰车型,新世代奇骏围绕看、坐、驾三大感官体验,打造出“蓄势待发的‘流体光绘’设计”、“唤醒驾控的零压力舒适座舱&人性化科技配置”、“释放潜能的X-Touch全感科技”三大核心竞争力,以“高性能”、“高智能”为消费者带来了前所未有的

驾乘感受,让驾驶者释放本性,尽显真我本色。

中级车市场上,新轩逸以单月28,672辆的成绩,紧随朗逸,牢牢占据销量榜上第二名的位置,让“史上最强中级车”的美誉更加实至名归。而专门针对中国消费者打造的新TIIDA,凭借动感的外观设计、舒适的车内空间,在4月售出10,832辆,继续演绎着“两厢车王”的魅力。

另一方面,启辰品牌凭借着过硬的产品质量和良好的用户口碑,以9,892辆的成绩领跑合资自主品牌,继续为消费者带来触手可及的精彩生活。

把握当下,立足未来

紧贴当下潮流,切切实实以

市场的变化、消费者的需求为基石,不断调整自己前进的步伐,竭尽所能在每个细分市场上为消费者带来最好的产品,让东风日产能够一路过关斩将,销量持续飘红。

然而,作为拥有超过500万车主的领军车企,东风日产也深知企业的长远发展更要立足未来。

北京车展上,首发亮相的“蓝鸟·印象”概念车正是东风日产这一思想的最好体现。作为日产汽车的中国研发设计团队打造的第一款面向全球的概念车,“蓝鸟·印象”概念车完全按照以“80后”为代表的新世代消费群体需求打造,代表着未来的设计理念和消费趋势。

以中国元素和中国文化为依托设计的“蓝鸟·印象”概念车,应用了日产“V-Motion”家族设计理念,充满肌肉感的线条勾勒出更加饱满、更具“反叛”的轮廓,回旋镖式LED大灯营造出炫目的未来设计元素,则展现出与众不同的未来科技感和时尚激情。

值得关注的是,就在“蓝鸟·印象”概念车亮相的同时,东风日产还发布了“新世代宣言”。“新世代宣言”立足汽车消费趋势、产业链整合能力提升及企业发展思考,以“新势界、新势线、新势力”三位一体的思考维度,展示了东风日产对中国消费者消费趋势的洞察,体现出东风日产对中国汽车产业未来发展趋势的把握。其中,以“人本、和谐、无界、向前”为核心价值的“新势界”企业发展思想,更是获得业内人士的交口称誉。

得消费者心者得天下,立行业前端者方能久长远,正如东风日产市场销售总部副部长陈昊所说:“我们始终以用户需求为原点,不断创新、持续向前,成绩只是市场对于我们当下努力的肯定,而我们要看向前的是汽车生活更长远、更精彩未来。”

