

# 4岁记下仇,25岁挥刀夺人命

## 只因父母遭邻居“欺负”,省高院“刀下留人”改判死缓

星报讯(高一新 实习生 刘僚 记者 雷强) 大人之间产生矛盾,小小的孩子心里留下阴影,以至于产生要杀死对方的念头。在一个深夜,何和平持刀进入对方家中,连捅了被害人胸腹部十多刀,造成被害人死亡。18年后,亡命天涯的他在重庆被警方抓获。

时间倒推至19年前,1992年5月9日,天气微凉。

何和平在好友家喝了点小酒,回到自家屋边已是凌晨时分。寂静的夜,微醉的他,一些场景再次浮现在何和平的脑海中。

凌晨一时许,邻居何某被一声惨叫惊醒,把灯拉开后,他发现母亲汪某躺在地上,肚子上有一个刀口子,已说不

出话来。

经过警方侦查调查取证,目标锁定何和平。那么,是什么原因导致何和平对邻居痛下杀手?

原来,何和平出生在一个比较特殊的家庭,父亲是哑巴,母亲也老实巴交。据何和平回忆,打记事起,自己的父母就一直在受这家邻居的欺凌。两家发生争执最早的一次发生在1971年,那时候的何和平年仅4岁。也就是从那个时候开始,仇恨便在何和平幼小的心灵上滋长。

作案后,何和平连夜潜逃。2010年2月底,重庆市警方在重庆开县将他抓获归案。

法院一审判决:何和平犯故意杀人

罪,判处死刑。一审判决后,何和平表示不服,上诉安徽省高级人民法院。其上诉称导致血案发生的原因是家里长期遭受被害人一家欺凌,被害人对本案的发生具有重大过错。

省高院审理后认为,根据有关调查显示,被害人确实与何和平的父母发生过邻里纠纷。但没有充分的证据证实被害人对于这些纠纷的发生负有明显过错或负有主要责任。也没有充分的证据证实何和平一家长期遭受被害人一家的欺凌。鉴于本案系邻里矛盾引发的犯罪,何和平归案后认罪态度良好,对其判处死刑,可不立即执行。

日前,省高院改判何和平死刑,缓期两年执行。

### 中央媒体看安徽

## 铜陵探索“区直管社区”

据新华社电 2010年7月,铜陵市铜官山区撤销原有的6个街道办事处,将办事处和原有的49个社区整合为18个新社区,实行“区直管社区”。新社区建立社区公共服务中心,承担公共管理和服务职能。调整区直部门和社区职能,将街道办事处的发展、城管执法等职能收归区相关职能部门,将计划生育、民政、社保等服务职能下放到社区。

中国社会科学院政治学所研究员史卫民说:“我国探索‘区直管社区’的地方不少,但在城市主城区全面撤销街道办事处的,铜陵开了先河。这种城市管理体制改革可以加强公共服务和民意反馈,真正实现社区下沉,是一种可贵的、大胆的尝试。”

### 三同伴游泳,一人溺亡

星报讯(秦立朋 记者 陈明) 昨日下午1时许,黄山市屯溪区某中学三名在校学生,利用中午休息时间结伴到率水桥拦水坝处游泳,其中一名14岁学生溺亡。

接到报警后,屯溪消防大队8名官兵迅速赶到事发地,此时河面上已经没有任何动静。两名熟悉水性的战士穿上救生衣,在现场目击者的指引下游到少年溺水的区域进行搜索。

14时30分左右,该学生被成功打捞上来。120急救医生迅速对溺水学生进行了胸外按压,吸氧等急救措施,不幸的是,由于溺水时间过长,该学生已停止呼吸。

## 贵金属投资论坛今日安大等你

时间:14:30,教师请记得凭票进场



星报讯(记者 桑红青 李婉婷) 连日来,本报连续发布了本报联手兴

业银行合肥分行、华茂黄金举办贵金属投资论坛的消息,引起投资者极大关注。据悉,兴业银行贵金属投资论坛将于今天举行,举办方特别提醒,领取邀请函的教师一定要凭票进场,时间为今日14:30。

据介绍,此次论坛地点设在安徽大学(合肥市黄山路老校区)逸夫图书馆三楼第一会议室,参会的投资者可乘

118、119、121等路公交车就近下车,从安大南门进入校园,左手边就可以看到逸夫图书馆。

需要提醒的是,举办方特地为参会者准备了U盘、月饼礼盒等价值200元礼品,所有参会的投资者要凭入场券才能领取礼品。对贵金属有投资意愿的广大教师可以携带身份证到现场直接办理。

# 8月,变形金刚走了

# 9月,黄金搭档火了

近日,一张“黄金搭档中秋热销奇观”的图片在网络流传开来。画面中,一位老太怀抱2盒黄金搭档时的表情很自豪,被网友戏称为“我最牛老太”。

记者从各大超市、药店获悉:今年中秋,黄金搭档的确销售火爆。有市民爆料形容其场景“就像在买《变形金刚3》的电影票。”热销背后是有什么商业力量在推动吗?

记者带着疑问走访了市中心某大型超市。

### 购礼现场人气旺

周末的超市人头攒动。

销售人员告诉记者:“最近,月饼礼盒、高档烟酒和保健品礼盒卖得最好。”超市经理透露:“这两周,脑白金、黄金搭档的销量一路攀升。往年,因为节日期间商家大打广告,脑白金一直热销,但没想到今年黄金搭档也卖的那么好。”

据记者观察,40分钟内,就有6名消费者选购了脑白金礼盒,7名消费者选购了黄金搭档礼盒,其中5成多消费者同时选购了月饼礼盒。

### 消费者心声透天机

“为什么在中秋选购黄金搭档?”记者采访了一些消费者,挖掘出黄金搭档“得人心”的4大潜在因素。

#### 1、品牌知名度响

“我是看了广告来的,今年中秋,头一次拜访岳父母,想送黄金搭档,牌子蛮大的,应该不会错。”

—— 张先生 28岁

2011年1月,国家统计局在人民大会堂公布了各行业排名,其中,黄金搭档占据维生素品类鳌头。资料显示,黄金搭档2002年上市以来,已连续7年获得同类产品全国销量第一。

从市场反应看,中秋旺销的品牌一般都是行业老大。一家网络公司调查发现:近七成消费者将品牌知名度作为送礼的首要考虑因素。

#### 2、权威机构,品质保障

“以前担心保健品有副作用,前一阵看到新闻里说黄金搭档,国家运动员也在吃,就放心了。”

—— 王女士 37岁

王女士口中的新闻是指:今年年初,黄金搭档被国家体育总局指定为国家运动员专用营养品一事。

时下,食品安全问题层出不穷,老百姓最关心吃进去的东西有没有添加剂,副作用。需要权威部门的监管和认证,才放心购买。

据悉,黄金搭档通过国家体育总局8个类别181项检测——无激素、无兴奋剂。正值运动健儿积极备战伦敦奥运之际,黄

金搭档成为新一批奥运冠军的日常营养补充品,无形中给消费者一颗定心丸。

#### 3、忠实粉丝铸口碑

“我爸以前上下楼很吃力,吃了几盒效果蛮好的。平时自己又舍不得买,我趁中秋带点回去。”

—— 任先生 48岁

产品效果越好,消费者忠诚度越高。经口碑相传,越卖越好。就像口碑好的餐馆,永远门庭若市。

#### 4、价格未动,抢购先行

“黄金搭档我一直买的,听说过了中秋要涨价啊,就先多买两盒吧,总归要吃的。”

—— 郑阿姨 52岁

目前,涨价传言未经厂家证实。但从消费者的抢购热情足见品牌的魅力。

消费者抢购热潮透露的并非什么天机,而是商机。在口碑为王的时代,用心做产品、真正满足消费者需求的商家才能在激烈竞争中分到足够大的蛋糕。

(夏雨)

**中秋送礼 黄金搭档**

VD 和钙搭档,有利强壮骨骼  
VC 和铁搭档,能提高抵抗力  
VE 和硒搭档,帮助体力充沛

黄金搭档  
中老年型  
【钙+铁+锌+硒+维生素】

运动员专用营养品