

# 村头炮声隆隆,原来有人在盗墓

## 村民报案,荥阳警方抓获8名嫌疑人

一伙盗墓贼在放炮挖掘一古墓时,被当地村民发现,昨日,荥阳警方将这伙盗墓贼抓获归案。



文物钻探队员正在盗墓贼挖的洞里察看

□晚报记者 姚辉常 文/图

### 村民报案:有人放炮炸古墓

23日,荥阳警方接到贾峪镇贾峪村村民的报案:有一伙人用炸药企图炸开一所古墓,盗窃文物。

记者和警方在当地村民的带领下到现场——“冢子地”。墓冢位于一处高台耕地中,只见墓冢西侧有一个直径约1.2米的洞,深约2米,大洞东侧伸到墓冢下约30厘米。大洞底部又挖了一个小洞,直径约1米,深约1米。高台耕地高约7米,在高台底部,也有一个宽约80厘米的洞,进深4.5米直挖到墓冢下面。几个洞都没有挖到墓穴。

荥阳文物管理所文物钻探队随后也赶到现场,他们是给盗墓贼定罪提供依据来的。这个墓冢周长约35米,高约3.5米。考古工作人员陈国乾和马柏林根据墓地发现的夯土,初步断定这是一个古代的墓冢,时间应当在战国至汉代之间。

### 再次炸墓,被公安现场抓获

22日22时许,荥阳贾峪镇贾峪村西沟村民赵恩突然听到村西边传来一声巨响,玻璃都震得晃动,不知发生了什么事。第二天,他的邻居辛全民到冢子地里拔草,只见墓冢边挖出一个大洞,自家的油菜都被埋了,他把这情况告诉赵

恩。他们想22日晚的爆炸声,一定是盗墓贼在放炮炸墓。于是,就报了警。

荥阳公安局贾峪派出所民警接到报警后,就赶到冢子地,看到墓穴还未被打开,推断盗墓贼会再次铤而走险,便做了严密的部署。

24日22时50分左右,村民郑朝宽再次听到一声巨响,他跑到高台附近,看到墓冢周围有手电光,断定盗墓贼还没有离开,就报了警。

民警接到报案,立即兵分两路,一路去“冢子地”,另一路赶到盗墓贼的停车处。当民警和村民赶到冢子地,盗墓贼已经跑了。7名盗墓贼气喘吁吁地跑到停车地,被民警守株待兔擒捕。

### 幕后指使派出所打探情况被认出

当晚,警方审讯7名嫌疑人,他们说他们来自贵州,不知幕后指使者是谁,只知道是贾峪镇人,并说出了此人的面貌特征。

昨日9时许,听到风声的幕后指使人蒋某在家中坐立不安,来到派出所装作替别人打听事儿,问民警前日晚是不是抓了几个盗古墓的人,被民警一眼认出,遂将其控制。

据蒋某交代,他听说盗古墓挣钱快,便找来几名外来工以每天100元钱的工钱,雇他们盗墓。目前,此案正在进一步审理中。 线索提供 孙艳艳

## 巩义又添一3A景区:石窟寺

□晚报记者 周炜卿

本报讯 近日,巩义石窟寺顺利通过国家3A级景区验收,成为该市继浮戏山雪花洞之后的第二个3A级景区。

在距巩义市城区东北约10里的伊洛河北岸,邙岭的大力山下,坐落着著名的北魏石窟寺。该寺始建于北魏孝文帝迁都洛阳

之后的太和年间,距今已有1400多年的历史。石窟背山面水,环境幽雅,风光秀丽,曾被称为“溪雾岩云”的圣地。据碑文记载,石窟寺原名希玄寺,唐宋时期称净土寺,后来改名石窟寺。

据史料记载,巩义石窟寺的“帝后礼佛图”是我国现存的唯一的石刻浮雕,具有极高的研究价值。

## 新密举报校车交通违法行为有奖

□晚报记者 熊堰秋 通讯员 方亚娟

本报讯 昨天,新密市的刘先生因举报幼儿园校车严重超员,该市交警大队奖励其200元现金。举报校车交通违法行为,这是该市严格治理校车交通违法行为的又一新举措。

为遏制校车交通违法行为,新密市交警大队召开了学校、幼儿园负责人、驾驶员会

议,签订交通安全无违法责任书,制定校车管理规定,但是,还有一些校车与交警打游击战,在监管不到的情况下,依然有超员、超速等交通违法行为。为此,该大队出台《举报校车交通违法行为规定》,并印发宣传单页张贴在校车上,凡举报校车交通违法行为,经查证属实的,最高可获得奖金200元,举报电话:69809000。

## 司机当乘客,体验超员超速滋味儿

□晚报记者 熊堰秋 通讯员 申建中

本报讯 昨日上午,在新密市一处场院里,该市的长途汽车站的司机们坐上超员超速车,体验了乘客被甩得前仰后合的滋味。驾驶员们当即表态,为安全今后决不开超员超速车。

昨日上午,民警来到新密市长途汽车站开展“拒绝超速,平安归来”活动。在一处封闭的场院里,民警让司机上车亲自体验超员超速驾驶。高速行驶时,司机们齐刷刷向后边倒下;拐弯时车速不减,众人紧紧抓住车座后的把手左摇右晃;一个紧急

情况猛踩刹车,众人被甩得前仰后合……

由于核载30人的车内挤上了40人,不少司机随着车辆拐弯、刹车,不断与其他人发生碰撞,并感觉车内气闷,有人甚至当场晕车,在车上就呕吐起来。

“你们常年开车,坐上这样的超员超速车,有人还晕车呕吐,普通乘客的难受劲儿可想而知了。”民警因势利导说。

“光看事故的照片,总觉得那是别人的事情,与自己无关。体验后才知道超速的危害有多大、多难受。”司机们纷纷表示今后在开车时,一定会遵守交通安全法规,不超员不超速,把安全放在第一位。

# 裕华上联 诚信打造专业服务品牌

汽车的消费方式比起其他商品而言有其特殊性,由于关系到车辆及使用者生命和财产安全问题,故在生产、销售、售后服务等方面的要求尤其严格。其中售后服务是经销商的重点,服务是连接经销商与用户的一架桥梁,通过良好的售后服务吸引车主再次到店修车买车已成为每个经销商必须通过的“必修课”,所以说服务关系到企业产品的市场推广乃至品牌价值增值等多个方面,提升服务水平是汽车经销商获取竞争优势的关键。

作为销售和服务领域一直领先的河南裕华上联汽车销售服务有限公司,一直坚持从消费者切身利益出发,从细微处着手,以客户感觉为出发点,以诚信文化自我约束,用主动心、可靠心、细致心为用户提供全方位、全过程的专业服务,走出了经销商打造汽车专业服务品牌第一步。

### 一、诚信贯穿服务全程

河南裕华上联汽车销售服务有限公司(简称裕华上联公司)认为:要促进汽车消费和市场健康发展,经销商责任重大。作为汽车厂家和消费者之间最坚实的纽带,坚持诚信经营是维护和保证市场健康发展的一个重要内容。诚信者得天下,失信者做孤家。

从裕华上联成长发展过程不难看出诚信一直是其行为准则。其前身是上海汽车工业河南联营公司,成立于1992年,由上海汽车工业销售总公司和河南省机电设备总公司各出资50%设立。2002年9月再次更名为现有公司名称,是上汽大众在河南的特许经销商和特约维修单位,集轿车销售、维修



8月22日“爱车课堂”现场

服务、配件供应、质量索赔、信息反馈、汽车装饰、二手车交易等多功能服务为一体,同时也是上汽大众网络发展部在河南地区唯一的经销商信息网成员,年销售上汽大众系列轿车约3000辆左右,维修上汽大众系列轿车近30000台次,是2003年省直行政单位公务用车上海大众(桑塔纳、帕萨特)轿车唯一协议直供单位。先后被评为上汽大众十佳“全国明星特许经销商”、上汽大众A级特约维修站;2005年,荣获“十大最具认知度经销商”榜首,并在上海大众全国评比中被评为四星特约经销商;2006年、2007年度,被上海大众评为“优秀经销商”荣誉称号,同时获得了“奥林匹克攀登奖”荣誉称号。

裕华上联相关负责人告诉笔者:任何一个产品都不能要求它具有零缺陷的品质,但是我们可以努力追求零缺陷的服务,裕华上联一直承诺客户365天24小时抢救救

援。“以专业塑造形象,以技术证明实力,以服务打造品牌”。

### 二、依托“TECHCARE 大众关爱”服务品牌,深入开展系列活动

上海大众是一家非常重视服务质量的国际汽车公司,具有一整套严格的全球服务标准体系,作为中国汽车市场第一个

集营销与售后于一体的服务品牌,上海大众“TECHCARE 大众关爱”自2005年正式推出以来,就在汽车服务领域不断开拓创新,目前这一营销服务品牌已经成了上海大众快速发展的又一王牌,其服务优势也日渐凸现。

裕华上联坚持“比你更懂你”、“关爱车更关爱车主”的大众全球服务关爱理念,针对车主推出系列关爱活动,不论是一年四次的春养心、夏养气、秋养神、冬养元免费车辆体检服务,还是针对老客户开展的系列关爱活动,都让客户感受到上海大众无微不至的关爱,为满足客户的不同需求孜孜追求。

2008年,裕华上联更是邀请不同行业专家,紧密围绕客户,针对车辆维修保养、社会热点疑点,组织人力开展了丰富多彩的爱车课堂,受到了车主的热烈好评。例如,8月22日的“爱车课堂”上不仅进行车辆使用和保养常识的介绍,还开展了专门的理财讲

座,并且组织了充满趣味性的轮胎拆装比赛;9月20日,裕华上联就车辆的理赔常识和技巧进行了专题讲座;11月8日,裕华上联在“爱车课堂”上加入了健康养生知识,让车主在学习车辆知识的同时还认识很多志趣相同的新朋友。上海大众“TECHCARE 大众关爱”营销服务品牌得到了进一步发扬。

### 三、针对区域市场建立完善的服务体系

裕华上联认识到任何服务项目只有建立在系统化的基础上才能够更有生命力。通过吸收和消化上海大众全球服务标准体系,结合河南市场的实际,在总结最近几年来积累的经验,建立了一套具有自己特色的服务体系,在全体员工面前强化了售后服务与销售同为创品牌的目标考核体系,实现顾客一旦在裕华上联购车,即可享受全程服务。归结到一点,就是“让顾客全过程无忧虑”,也就是说,从进入裕华上联的展厅开始,顾客就可以感受到一种尊重与无微不至的关怀。

裕华上联已经站在了新的起点上,服务工作进一步深入将会继续。裕华上联相关负责人说2008年是裕华上联的“质量管理年”,公司内的每个部门都要仔细检查自己的工作,从细微处着手,细化“服务核心过程”的每个环节,更好地诠释360度专业汽车服务,为用户提供全方位、全过程的专业服务;同时改善展厅和休息区的环境,让客户不管哪个季节进展厅都有春天般的感觉;2009年,裕华上联将整合客户俱乐部资源,通过客户分级系统运作客户俱乐部,持续、更好地为用户提供增值服务,真正树立差异化的服务品牌。