

救生员人数配备不足,管理上处于“真空地带”

# 小区游泳池安全让人捏把汗

【存在问题】

## 游泳池救生员远远不够

在中海·塞纳丽舍西苑,数百平方米的露天游泳池注满了水,池边有一块牌子注明深水区水深达1.6米。但游泳池周边并没有围栏等防护设施,也没有值班人员看护。

业主周先生谈起前几天的一件事仍心有余悸:“这个小区还没有大规模入住,前几天,我带着3岁的女儿到小区内看房子装修情况,走到游泳池附近时遇到熟人,刚聊了几句,回头发现女儿不见了,吓得我连忙往泳池里看,幸好女儿没有到泳池边,而是跑到了远处。这不是太危险了吗?”

在云锦美地小区游泳池,售票处工作人员表示,小区泳池面积有750平方米,

除了一个救生员,还有一个保安,都是负责安全的。

而根据江苏省经营性游泳场所管理办法规定,水域面积在500至750平方米的,必须配备4名救生员,而且救生员必须经过培训,取得体育部门核发的救生证。根据该规定,水域面积在250平方米以下的,必须同时有2名救生员值班;面积在250至500平方米以内的,必须有三四名救生员值班。

对照规定,千秋情缘小区、清江西苑小区等小区内游泳池配备的救生员数量均达不到规定标准。今后天气会越来越热,到小区游泳池避暑的居民尤其是孩子肯定会越来越多,这不禁让人对泳客的安全捏一把汗。

【存在问题】

## 小区打起管理“擦边球”

记者以非小区业主的身份在千秋情缘、清江西苑、云锦美地等小区提出想办理游泳卡或单次消费的要求,所有的小区游泳馆工作人员均表示可以办理。

昨天下午,记者找到清江西苑物管公司,提出既然对外开放,游泳池是不是应该按经营性游泳场所进行管理?物管公司表示,小区游泳馆属于小区会所设施,主要针对业主服务,不应该算作经营性游泳场所。言下之意是不能按经营性游泳场所标准进行管理。

而据记者了解,目前江

苏省并没有出台针对小区会所游泳池的管理办法。这也是造成目前小区游泳池管理混乱的原因——小区内游泳池既不按照经营性游泳场所标准配备救生员,又不按照该标准接受体育、工商等主管部门的管理。

相对而言,卫生部门对小区内游泳池卫生管理都是按照国家公共场所卫生标准进行管理的。根据卫生部门规定,患有心脏病、皮肤病等的消费者不能入池游泳,而记者走访时发现,小区游泳馆对此几乎不设防。

【深入调查】

## 南京救生员缺口很大

南京市体育总会秘书长金祥伟说,目前国家没有任何强制规定,要求房地产开发商在建设小区游泳池(馆)时向体育部门申报,目前建好的游泳场所基本是有实力的开发商开发的会馆性质,作为房产销售宣传的一个亮点。

“谁开放谁负责。”金祥伟说,小区内游泳场所的日常管理应由开发商或物业公司负责。南京市体育局会向社会公开培训救生员并颁发《救生员》执业资格证,每年培训100名左右。

“南京市拥有相对固定的救生员400多人,由于流动性大,持有资格证的救生员人数无法满足市场的需求,目前,全市的救生员缺口在80名左右。”金祥伟说,体育主管部门主要是配合卫生部门,对全市游泳场所进行卫生防疫、救生员配备的问题进行检查。开发商在建设小区游泳场所时,为

了成本计算,面积都不是很大,平均水深一般维持在1.5米至1.6米之间,从设计上讲,潜在的危险性不是很大,但救生员的配备成了问题所在。

金祥伟告诉记者,入夏以来,他们对南京市的游泳场所进行了检查,发现宾馆与学校的游泳场所能够配备足够的救生员,而小区内游泳场所救生员的数量无法保证。“救生员无法足额配备,往往就容易产生安全上的隐患。”

金祥伟说,这是游泳场所的所有者为节约成本而忽视管理的行为,甚至有的小区以会游泳的保安充当“救生员”。按照规定,面积在250平方米以下的游泳场所至少要配2名救生员,250平方米至500平方米则要3到4名救生员。“我们正加强检查力度,一再劝告和要求各游泳场所,救生员要按照规定配备到位。”

【专家建议】

## 制定法规追究责任人

金祥伟递给记者一本《江苏省经营性游泳场所管理规定》,说:“目前游泳场所的管理规范依靠的就是这个小册子,但有些条文规定与目前市场的发展比较就显得滞后了。”这本由江苏省体育运动委员会印制的白壳册子,是在1998年11月下发的。

“这个管理规定是针对经营性的游泳场所制定的。若我们以小区的游泳池为例,有的只对小区业主开放,不对外营业,那么还不适用该规定;另外,在现实操作过程中,我们对各游泳场所的检查都是配合公安、卫生部门进行,我们本身没有执法权,对于存在的安全隐患,我们每周普查,所能做的只能是提醒、告诫和业务指导,没有处罚依据和行政决定的权利。”金祥伟说,体育总会在检查中总会发现很多游泳场所存在多个严重的安全问题,但所能做的就是苦口婆心,“我们不能在没有依据的情况下做出强制性的行政措施,那是乱作为。”

体育总会做过统计,南京市每年参与游泳运动的人数达300万人次,游泳场所100多家,而且这个数量正在逐步增加。“游泳是除

了广场晨练之外,市民参与最多的一个体育项目。”然而,令金祥伟觉得很无奈的是,对这一项目的法规和制度建设环节略显薄弱,并且还有许多管理上的盲点。

今年6月份,金祥伟收到了一份《游泳场所开放条件与技术要求》的国家标准文件,是由国家质量监督检验检疫总局发布、应于2004年5月1日实施的,但在南京并未真正实施过。该文件对游泳场所的建设、管理和人员配备等问题作了详细规定。“这份国标文件转到体育部门时已是两年后了,只重点围绕场所建设的硬件作细化要求。”金祥伟明确指出,“我们更需要一份更为详细内容的补充文件,即涉及如何监管、如何惩处违规行为的地方性法规。这个法规要能够涵盖游泳场所规划建设、投入使用、管理责任等各方的制度,并要强制执行。”

金祥伟认为,一个游泳场所出现了安全事故,应该有责任人或单位对此负责。但谁该负责、如何负责?答案是尽快制定出完善的制度作为依据。

实习生 戴剑彪 快报记者 吴宏 顾元森 高国

炎炎夏日,酷热难当,大大小小的游泳场所便成了孩子们的乐园。然而,7月2日下午,南京江宁天地新城小区游泳池内,一名12岁男孩游泳时不幸溺水身亡。

此次事故让人们将目光投向了一些小区内的游泳池——游泳池的安全工作如何?是否存在管理方面的漏洞或缺失?连日来,记者就此展开了调查。

【记者走访】

## 小区游泳池看上去很美

第一站:云锦美地

7月6日下午3点多,记者来到位于长虹路的云锦美地小区。小区内的露天游泳池用围栏围起来,约有700平方米,池水深约1米,池内有10多名泳客,其中大多数是10岁左右的孩子。在泳池旁的椅子上坐着两名中年人,物管人员称这是泳池的救生员。一名孩子的家长告诉记者,“孩子10岁了,都是让他自己来玩,反正有救生员,应该不会有问题吧。”

第二站:千秋情缘

昨日下午2点左右,千秋情缘小区内游泳池空无一人。记者在现场看到,游泳池分为室内和室外两个部分,其中室外水深约50厘米,室内池较深,约1.5米,池边还放着两把救生员专用座椅。尽管池内没有泳客,还是有两名穿着泳裤的工作人员坐在池边看守。

据工作人员介绍,游泳池开放期间,都会安排两名专职救生员保护泳客安全。“业主办年卡,350元,非业主办卡要500元,不限次数。”工作人员告诉记者,小区游泳池开放时间是中午12点到晚上12点。

对于泳客安全问题,游泳池的工作人员称,一般未成年人都由大人带过来,泳池浅水区和深水区也是完全分开,加上配有救生员,安全问题不用担心。

其他:清江西苑、江宁市政天元城、仁恒翠竹园

随后,记者又走访了清江西苑、江宁市政天元城、仁恒翠竹园等小区游泳池,发现这些游泳池都配有救生员,小区物管部门均表示,孩子们在小区内游泳池内游泳,安全方面不会存在问题。



南京不少小区内都配备了游泳池 快报记者 施向辉 摄

# “快速反应部队”与“专家服务”双管齐下 格力又启旺季“预警机制”确保安装和服务

6月中下旬以来,华北、华东、江南、华南等地的高温天气,为空调行业添了一把火,空调销售的旺季已然来临。每年到这时,空调能否保证安装和服务质量,这已经成为广大消费者关注的焦点。一些有实力的大品牌如格力电器,早就未雨绸缪,并又一次启动了新一年的旺季“预警机制”。

据悉,为了确保空调销售旺季期间的安装质量和速度,格力电器已经在全国各地再次推行了“快速反应部队”与“专家服务”双管齐下的举措。其中,“快速反应部队”主要是保证旺季期间消费者家中使用空调需要协助时或购买空调后,

能够快速上门为用户提供免费的维护或安装服务。而“专家服务”主要是指在上门为用户服务期间,提供专业化、规范化、标准化、人性化的服务。

格力“快速反应部队”早在多年前就已经组建,其成员都是经过专业培训考核和大量实战训练的安裝服务人员。他们的安装和维护技能相当娴熟。倡导“专家服务”,则是格力电器近年来在服务上的一个亮点。空调是“半成品”,俗话说,“三分质量七分安装”,安装质量直接关系到空调能否正常运行。为此,格力近年又大力推行以“专业化、规范化、标准化、人性化”为内涵的“专家式”

服务,使格力空调的每一个安装服务人员都成为空调安装的专家、维护保养的专家,从而为顾客提供优质服务,确保消费者买得放心、用得舒心。

格力电器相关负责人表示,日前,遍及全国各地的包括2500多家格力专卖店在内的上万家经销商、4500多家售后服务网点和20000多安装服务人员,已经严格执行这两项措施,确保旺季为广大消费者提供优质服务。

这位负责人指出,空调的服务最重要的是“想消费者之所想,急消费者之所急”,这也是格力“快速反应部队”和“专家服务”的宗旨,格力空调的安装服务的

水准要高于行业标准,所以其安装服务人员应该具有更高的水准,不仅能按照用户的要求进行安装,同时还要根据用户的实际情况提出合理建议,安装的过程还是人性化服务的过程,不仅把空调安装好,还要教会消费者如何正确使用空调,如何做到节能省电。

专家指出,伴随着今年空调行业竞争格局的升级,专业而优质的安装服务是决胜空调市场的关键。格力电器凭借多年良好的品质声誉,已经赢得了消费者的欢迎,而今年又一次启动“快速反应部队”和提倡“专家性服务”等举措,将在市场竞争中再次赢得先机。