

大热天游泳市民激增

# 泉水浴场开始限制人数了



6月30日,泉水浴场内挤满了戏水纳凉的市民。本报记者 王媛 摄

本报6月30日讯(记者 赵伟 实习生 姜晨) 30日,济南最高气温达到35℃。高温驱使大批市民前去泉水浴场避暑,让容量仅有百人的泉水浴场“累瘫”。为保证市民安全,浴场工作人员不得不对入场人数进行限制,前来游泳的市民在门口排起了长队。

30日下午3时,记者注意到,在浴场内挤满了游泳的市民,而在浴场的四周,除了南面的假山上不

能落脚,东面的过道几乎没有了落脚的地方。而在西面和北面的岸上,由于泳池空间有限,很多人无法下水,只能暂时坐在岸边观看。

在浴场狭窄的入口处,一道小铁门前挤满了排队等待入场的市民,有二三十人,四名工作人员也在忙着负责维持秩序,边向市民解释情况。有几位等得不耐烦的市民想从旁边的大石头上爬过去,被工作人员制

止住了。几位工作人员称,今天来游泳的市民太多了,光等待入场的一次就达到七八十人,“没办法,浴场里面人太多了,只能限制人数”。

“今天入太多了,截止到目前至少有2000多人了,人数还在继续增加。”泉水浴场工作人员称,由于气温高,不少市民选择到泉水浴场来避暑,下午三左右成了最集中的时段,光浴场里就有三四百人,还有很多市

民在门口等着,人数一多就带来管理方面的很多难题,为了保证市民安全,他们不得不限制入场的人数。“我们会根据浴场内人数的多少来限定进场人数,一次进场最多的时候能达到七八十人”。

**协和学院**

短消息大赛

姓名: 李俊强 电话: 15166797888

地址: 济南市经二路纬一路

**记者证 09706**

## 相关链接

### 管理人员遇到一些难题

## 衣服鞋子乱丢该咋管

本报记者 赵伟 实习生 姜晨

6月30日,在容纳100多人的浴场里进去了三四百人,给浴场工作人员带来很多管理方面的难题。“管理起来真是太困难了”。一名工作人员表示,除了不停地给市民解释为啥限制人数外,还要注意很多市民从旁边的石头上爬进来。“人这么多,万一这些人在爬的过程中出现意外怎么办?该是谁的责任?”该工作人员称,为此,在门口有四名工作人员进行管理,但感觉难度还是很大。

不光入口的管理难

度大,浴场里的工作人员管理难度一点也不小。一名工作人员称,由于人数众多,有时候寄存柜就不够用,或者有些市民根本不用,就将衣服和鞋子全都丢在浴池旁边的木栈道上。

工作人员还称,有的市民不穿泳装就下水,不按规定游泳,一些家长不管泳池的小孩等,这些工作人员都要进行管理。此外,他们还要随时对木栈道的积水进行打扫,防止出现市民滑倒摔伤等情况。

## 不游泳的谢绝入内

本报记者 赵伟

为了应对泉水浴场人为患的现状,泉水浴场一直禁止不游泳的市民入内。

据泉水浴场管理人员称,此前泉水浴场一直有规定,每当有市民走到入口处,工作人员就会询问“要游泳还是进去看”,只

有带着泳装的市民才可以放行,如果只是想看看,就不能入内,得去南侧的小凉亭中“远眺”。

按照最初设计,泉水浴场一次只能容纳100多人,泉水浴场处于“力不从心”的尴尬局面。

# 世纪缘18亿跨进中国500强

## 诺贝尔奖大师蒙代尔认为该品牌成功在于“魔鬼细节”和“服务”

本报讯,世界品牌实验室在京发布2011年《中国500最具价值品牌》排行榜,国内著名珠宝品牌世纪缘珠宝,以18.74亿元品牌价值与中国工商银行、国家电网、中国移动、海尔、青岛啤酒等30家企业同时上榜。

世界品牌实验室主席、诺贝尔奖大师蒙代尔教授给该品牌评价的词组是:“魔鬼细节”与“优质服务”。他认为,全球珠宝业已进入精细化管理时代,世纪缘珠宝以“超越顾客期待”为标准,追求极致品质,值得借鉴。

## “魔鬼细节”带来品质第一

罗伯特·蒙代尔教授说,“全世界品牌排行榜一下是知名企业的排行榜,也就成了品牌,才成这第三个品牌品牌”。

世纪缘珠宝总经理蔡东认为,做品牌没有捷径,只有工匠精神,不能就其真而忘其味。在世纪缘,他们把追求完美的每一个细节,每一个细节,让他们走进一个国际顶级的品牌。

在青岛为品牌做品牌,可以一直干下去,但干不下去,就是品牌。78岁老人表示,以品牌来做品牌,品牌价值的非比寻常,不仅是一个品牌的品牌,更是这个品牌的品牌,更是这个品牌的品牌,物超所值。

在青岛为品牌做品牌,可以一直干下去,但干不下去,就是品牌。78岁老人表示,以品牌来做品牌,品牌价值的非比寻常,不仅是一个品牌的品牌,更是这个品牌的品牌,更是这个品牌的品牌,物超所值。

在青岛为品牌做品牌,可以一直干下去,但干不下去,就是品牌。78岁老人表示,以品牌来做品牌,品牌价值的非比寻常,不仅是一个品牌的品牌,更是这个品牌的品牌,更是这个品牌的品牌,物超所值。

把服务做到“超越顾客满意”

蒙代尔说,一个品牌已经进入了品牌竞争时代。要进入品牌竞争时代,首先就是要超越顾客的期待。超越顾客的期待,就是要把顾客的期待,做到超越顾客的期待。超越顾客的期待,就是要把顾客的期待,做到超越顾客的期待。

把服务做到“超越顾客满意”

蒙代尔说,一个品牌已经进入了品牌竞争时代。要进入品牌竞争时代,首先就是要超越顾客的期待。超越顾客的期待,就是要把顾客的期待,做到超越顾客的期待。超越顾客的期待,就是要把顾客的期待,做到超越顾客的期待。

## 把服务做到“超越顾客满意”

蒙代尔说,一个品牌已经进入了品牌竞争时代。要进入品牌竞争时代,首先就是要超越顾客的期待。超越顾客的期待,就是要把顾客的期待,做到超越顾客的期待。超越顾客的期待,就是要把顾客的期待,做到超越顾客的期待。

蒙代尔说,一个品牌已经进入了品牌竞争时代。要进入品牌竞争时代,首先就是要超越顾客的期待。超越顾客的期待,就是要把顾客的期待,做到超越顾客的期待。超越顾客的期待,就是要把顾客的期待,做到超越顾客的期待。

蒙代尔说,一个品牌已经进入了品牌竞争时代。要进入品牌竞争时代,首先就是要超越顾客的期待。超越顾客的期待,就是要把顾客的期待,做到超越顾客的期待。超越顾客的期待,就是要把顾客的期待,做到超越顾客的期待。

蒙代尔说,一个品牌已经进入了品牌竞争时代。要进入品牌竞争时代,首先就是要超越顾客的期待。超越顾客的期待,就是要把顾客的期待,做到超越顾客的期待。超越顾客的期待,就是要把顾客的期待,做到超越顾客的期待。



诺贝尔奖大师蒙代尔(左)为青岛世纪缘珠宝颁发荣誉证书,他认为世纪缘成功在于细节和服务

## 相关链接: 中国500最具价值品牌

“中国500最具价值品牌”是由世界品牌实验室首次提出的,全球领先的商业五大品牌评估机构之一。世界品牌实验室(WBL)权威发布,该榜单是根据品牌价值、品牌知名度、品牌美誉度、品牌忠诚度、品牌成长性五大维度进行评估的。世纪缘珠宝以18.74亿元品牌价值位列中国500最具价值品牌第187位。



世纪缘珠宝的顾问在展示一颗优质的一颗钻石,只有用高品质的钻石的做法,才能最好的珠宝是国货。