

高职高专“十二五”规划教材



航空类专业系列教材



民航客舱 服务与管理

MINHANG KECANG FUWUYU GUANLI

韩 瑛 主编
俞晴莲 刘琦 朱政 副主编



化学工业出版社

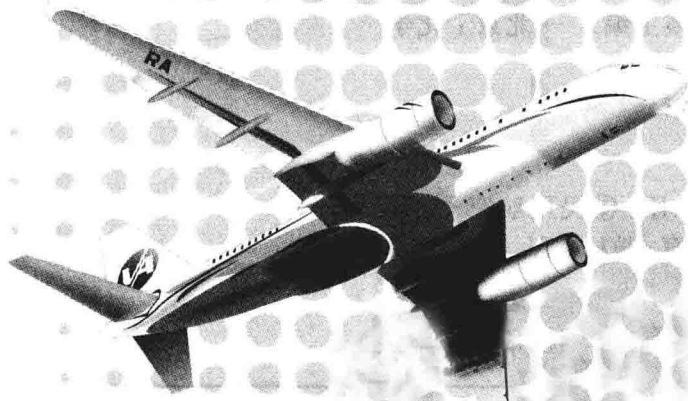


高职高专“十二五”规划教材

民航客舱服务与管理

韩 瑛 主编

俞晴莲 刘 琦 朱 政 副主编



化学工业出版社

· 北京 ·

本书依据空中乘务和航空服务专业“十二五”规划教材出版要求编写而成，介绍了民航客舱服务与管理的相关理论与实践。全书把客舱服务和客舱管理的内容分为上下两篇，共十三章。上篇“客舱服务”包括：客舱服务概述、客舱乘务员、客舱服务实施、国际航班服务、特殊旅客服务、不正常航班服务和沟通技巧七章；下篇“客舱管理”包括：飞行四阶段管理、客舱管理、客舱设备管理、机供品管理、旅客表扬与投诉和机上急救六章。

本书为高职高专空中乘务和航空服务专业教材，也可供行业培训及相关空中乘务人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

民航客舱服务与管理/韩瑛主编. —北京: 化学工业出版社, 2012. 8

高职高专“十二五”规划教材

ISBN 978-7-122-14870-4

I. ①民… II. ①韩… III. ①民用航空-旅客运输-商业服务-高等职业教育-教材 IV. ①F560.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第160365号

责任编辑: 陈有华 旷英姿

文字编辑: 颜克俭

责任校对: 陈 静

装帧设计: 王晓宇

出版发行: 化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装: 大厂聚鑫印刷有限责任公司

787mm×1092mm 1/16 印张16½ 字数404千字 2012年10月北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888(传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 32.00元

版权所有 违者必究

前言



FOREWORD

本书依据空中乘务和航空服务专业“十二五”规划教材出版要求而编写。教材贯彻“基础理论教学要以应用为目的，以必需、够用为度，以掌握概念、强化应用、培养技能为教学重点”的原则，突出应用能力和综合素质的培养。通过理论知识与实际操作紧密结合来阐述客舱服务和客舱管理，体现了科学性、知识性、创新性和实用性。

客舱乘务员是航空公司一道靓丽的风景线，她们所具备的以客为尊的服务理念、良好的职业形象、精湛的服务技能和全面的综合素养对航空公司的服务品质起到举足轻重的作用，在一定程度上代表着企业形象、民航形象和国家形象。本教材从不同的教学模块和职业视角入手，总结提炼、循序渐进，一方面为学员走上客舱乘务员岗位提供了一个开阔的学习平台，另一方面在专业领域上提供一个理论与实践相结合的教学范本。参加本教材编写的人员均是从事航空公司客舱服务资深乘务管理的专家、教员，有近二十年的乘务服务、管理经验和教学经历，她们把自己多年的工作体会融于教材之中，既有对从业者的服务理念和服务要求的理论阐述，又有对从业者的业务能力和服务技巧的实操介绍，在编写过程中充分汲取国内外先进航空企业的经验和理念，在教材中得以体现，力求让学员知其然，也知其所以然，对初始学习

者具有较强的指导意义。

本教材根据课程编排，把客舱服务和客舱管理的内容分为上下两篇，共十三章。上篇“客舱服务”包括：客舱服务概述、客舱乘务员、客舱服务实施、国际航班服务、特殊旅客服务、不正常航班服务和沟通技巧七章；下篇“客舱管理”包括：飞行四阶段管理、客舱管理、客舱设备管理、机供品管理、旅客表扬与投诉和机上急救六章。以学习目标、理论阐述、案例分析、资料补充、小结和课后思考为基本体例，立足于理论指导和能力培养，使课堂教学与操作实际互为补充、互相支撑，为即将步入乘务职业生涯的学员打下扎实的基础。

本书由韩瑛主编，俞晴莲、刘琦、朱政为副主编。季敏艳、浦晓莺参与了本教材第三章和第十二章的编写和部分图片的拍摄。

由于时间仓促，疏漏和不足之处在所难免，恳请各位专家和同行提出宝贵意见并不吝赐教。

编 者

2012年5月



CONTENTS

目录



民航客舱服务与管理

上篇 客舱服务

第一章		Page
1 CHAPTER	客舱服务概述	002
	第一节 服务的概述	002
	一、服务的定义	002
	二、服务的特性	003
	三、服务的要素	004
	第二节 客舱服务阐述	007
	一、客舱服务的定义	007
	二、客舱服务的意义	008
	三、客舱服务与一般服务的差异	008
	四、客舱服务的要点	009
	五、客舱服务的内容	011
第二章		Page
2 CHAPTER	客舱乘务员	013
	第一节 客舱乘务员的定义	013
	一、专业术语解释	013
	二、乘务员的配备	015
	三、乘务员的资质要求	016
	四、乘务员的形象要求	017
	第二节 客舱乘务员的职业素养	022
	一、职业素养的内容	022
	二、职业素养的养成	029
	第三节 乘务员的专业技能	030
	一、专业训练内容	030
	二、专业技能要求	032



第三章

客舱服务实施

Page

034

第一节 迎送服务

034

一、迎接旅客

034

二、送别旅客

047

第二节 广播服务

048

一、广播服务的重要性

049

二、广播员的职责

049

三、广播要求

050

第三节 餐饮服务

052

一、餐饮服务的意义

052

二、餐饮类别

054

三、两舱餐饮服务

056

四、经济舱餐饮服务

064

五、特殊餐服务

068

六、国内与国际航线的差异

070

第四节 机上娱乐服务

071

一、电子娱乐服务

071

二、报纸杂志服务

073



第四章

国际航班服务

Page

075

第一节 国际航班的定义

075

一、国际航班相关内容

075

二、国际航班相关法规

076

三、外交名词简介

078

第二节 免税品服务

079

一、免税品服务的意义

079

二、免税品服务的要求

080

三、免税品服务的注意事项

082

第三节 国际航班注意事项

082

一、航班管理要求

083

二、尊重各国文化习俗

083



第五章

特殊旅客服务

Page

085

第一节 需要专门照顾的特殊旅客

085

一、无成人陪伴儿童

085

二、孕妇旅客	088
三、婴儿旅客	091
四、残障旅客	092
五、重要旅客	098
第二节 需要特别关注的旅客	099
一、老年旅客	099
二、晕机旅客	101
三、醉酒旅客	102
四、押解犯罪嫌疑人	102

6 CHAPTER

第六章

Page

不正常航班服务

104

第一节 不正常航班的定义和影响

104

一、不正常航班的相关定义

104

二、不正常航班的类别

105

三、不正常航班时的旅客心理分析

107

第二节 不正常航班服务

109

一、不正常航班旅客的服务需求

109

二、不正常航班的相关处置

112

三、不正常航班服务的注意事项

115

7 CHAPTER

第七章

Page

沟通技巧

118

第一节 沟通的目的与意义

118

一、沟通的重要性

118

二、沟通的必要性

121

第二节 沟通的途径与方法

123

一、语言沟通

123

二、非语言沟通

124

第三节 沟通的原则与技巧

128

一、沟通的原则

128

二、沟通的技巧

128

下篇 客舱管理

8 CHAPTER

第八章

Page

飞行四阶段管理

132

第一节 预先准备阶段

132

一、个人准备	132
二、集体准备	133
第二节 直接准备阶段	134
一、设备检查	134
二、机供品交接	135
第三节 飞行实施阶段	138
一、工作内容	138
二、注意事项	142
第四节 航后讲评阶段	144
一、讲评的重要性	144
二、讲评内容	145



第九章

Page

客舱管理

146

第一节 客舱管理的概念

146

 一、管理与客舱管理的定义

146

 二、客舱资源管理

147

 三、客舱管理的意义

148

第二节 人为因素影响

150

 一、冲突

150

 二、差错

152

 三、压力

153

第三节 客舱管理的内容与要求

154

 一、旅客管理

154

 二、餐食管理

155

 三、机供品管理

156

 四、厨房管理

156

 五、盥洗室管理

156

 六、飞行机组服务

157



第十章

Page

客舱设备管理

159

第一节 厨房设备及操作

159

 一、厨房概述

159

 二、厨房设备

159

第二节 客舱设备介绍及操作

167

 一、行李架

167

 二、旅客服务单元

167

 三、旅客座椅

168

四、客舱照明	169
五、乘务员座椅	171
六、通信系统	172
七、前后舱乘务员控制面板	173
八、盥洗室	174
九、衣帽间	174
十、音乐及预录广播控制面板	176

11

CHAPTER

第十一章

机供品管理

Page

第一节 机供品的介绍	178
一、机供品含义	178
二、机供品类别	179
三、机供品管理的意义	183
第二节 机供品管理要求	185
一、掌握配备标准	185
二、航前仔细清点	185
三、加强过站监控	186
四、航后回收交接	186

12

CHAPTER

第十二章

旅客表扬与投诉

Page

第一节 旅客表扬	188
一、表扬的作用	189
二、接受表扬	191
第二节 旅客投诉	192
一、投诉的影响	192
二、投诉的一般处置	193
第三节 投诉的处置原则与方法	194
一、处置原则	194
二、处置方法	195

13

CHAPTER


第十三章


机上急救


Page


第一节 机上急救处置	200
一、人的生命四大体征	200
二、机上急救一般原则	201
三、机上急救程序	201

四、机上急救注意事项	202
五、疾病处理	202
六、心肺复苏	203
第二节 机上外伤处置	208
一、出血与止血	208
二、颈、背部损伤的处理	210
三、擦伤（挫伤）的处理	210
四、损伤伤口的包扎	210
五、骨关节损伤与固定	213
六、关节扭伤的表现及处理	216
七、脱位的表现及处理	217
第三节 机上常见病处置	217
一、普通病症的医疗服务	218
二、糖尿病	219
三、心脏病	220
四、烧伤、烫伤	220
五、惊厥/抽搐	222
六、晕厥	222
七、腹部疼痛（急性腹膜炎）	223
八、癫痫	223
九、呼吸系统	224
十、休克的医疗处理	226
十一、内脏损伤	227
十二、传染病的医疗处理	227

 附录一	Page
CHAPTER 《中华人民共和国出境入境边防检查条例》	229

 附录二	Page
CHAPTER 《中华人民共和国公民出境入境管理法》	234

 附录三	Page
CHAPTER 《中华人民共和国海关法》	237

 附录四	Page
CHAPTER 《中国民用航空旅客、行李国内运输规则》	244

参考文献	253
------	-----



上篇

客舱服务



民航客舱服务与管理

第一章

客舱服务概述

学习目标

1. 了解服务的定义，包括一般定义、具体定义和现代定义。
2. 了解服务的特性，包括无形性、差异性、不可分离性和不可储存性等特性。
3. 了解和掌握服务的要素，包括服务意识、规范标准和服务技巧。
4. 了解客舱服务的定义（狭义和广义）以及客舱服务发展服务文化的过程。
5. 了解和掌握客舱服务的内容（从意识形态、服务流程和飞机舱位等方面）。
6. 掌握客舱服务与一般服务的差异。
7. 掌握客舱服务的要点。
8. 了解客舱服务的意义。

第一节

服务的概述

服务是帮助、是照顾、是贡献，服务是一种形式。服务是服务人员与顾客互动的一种活动，活动的主体是服务人员，客体是顾客，服务是通过人际关系而实现的，这就是说没有服务人员与顾客之间的交往就无所谓服务了。

一、服务的定义

1. “服务”的一般定义

(1) 美国市场营销协会（AMA）给服务的定义是：不可感知却可使期望得到满足的活动。

(2) 服务是一种态度，是一种想把事情做得更好的欲望，时时站在客人的立场，设身处地为客人着想，及时去了解与提供客人之所需。

(3) 服务也可指在一定的空间或时间里为宾客提供一切物资、精神生活等方面需要的总和。

(4) 服务是一项活动或一项利益, 由一方向另一方提供本质无形的物权转变。服务的产生, 可能与某一实体产品有关, 也可能无关。

综合以上对服务的描述, 我们可将服务理解为: 服务是满足他人期望和需求的行为、过程及结果。指为他人做事, 并使他人从中受益的一种有偿或无偿的活动。

案例

服务创造惊喜

某餐厅包房接待了一桌客人, 有位女士端起茶水喝的时候, 悄悄地与其朋友说到, 这里的茶味道很好。并询问餐厅的服务员是什么茶, 服务员告诉是大麦茶。出了房间后, 服务员马上向餐厅经理反映: “我服务的客人喜欢喝大麦茶, 能不能送几个小茶包给客人。” 餐厅经理同意后, 服务员马上去领了几个小袋装的大麦茶, 亲手送到客人手上并说: “您好! 女士, 我刚才无意间听到您说我们这的大麦茶好喝, 在请示领导后, 专门送了几包给你们, 希望你们喜欢。” 顾客十分高兴。

提示:

该服务员能够用心去服务顾客, 留意了顾客间不经意的对话, 知晓了顾客的喜好, 并立即付诸于服务行为。当服务员把茶包送给顾客时, 顾客感到很意外, 自己仅仅是和朋友的对话却不曾想被服务员听在耳里、记在心上。这名服务员所体现的是用心服务, 关注顾客, 为顾客提供了超出顾客本身的期望服务, 给顾客创造了一份意外的惊喜。

2. “服务”的具体定义

“SERVICE” 是服务的英语翻译, 但是它却包含了服务的具体定义。

S—Smile for every one 微笑待客;

E—Excellence in everything you do 精通业务;

R—Reaching out to every customer with hospitality 态度友善;

V—Viewing every customer as special 贵宾礼遇;

I—Inviting your customer to return 欢迎再来;

C—Creating a warm atmosphere 温馨环境;

E—Eye contact that shows we care 眼到心到。

3. “服务”的现代定义

服务是对其他经济单位的个人、商品或服务增加价值, 并主要以活动形式表现的使用价值或效用。

二、服务的特性

服务的特性包含了无形性、差异性、不可分离性和不可储存性等特性。

1. 无形性

服务在很大程度上是无形的和抽象的。顾客在购买服务前面临一定的风险, 因为是无法预

知和感觉的。如为了降低风险，搭乘航班的旅客往往会通过航空公司的宣传承诺、网络评价和亲朋好友的消费经验等获得的相关信息来选择航空公司。

2. 差异性

服务的差异性体现在以下两个方面。

(1) 受到服务人员不同因素的影响 服务人员所受教育、个人性格、人生态度以及当时的身体状况、情绪等差异，都会导致提供的服务品质可能不会始终如一。

(2) 受到被服务对象的经验和习惯的影响 顾客对同样的服务的价值评价标准也会不同。例如，乘务员在为年长旅客服务时，往往会主动上前搀扶，而对于那些不服老的年长旅客并不接受这个服务。

3. 不可分离性

服务的提供（生产）与消费同时进行，通常消费者参与这一过程。航空客运服务产品是服务的生产过程与消费过程同时进行的，也就是说服务人员提供服务给旅客时，也正是旅客消费服务的时刻，两者在时间上不可分离。而且，旅客只有且必须加入到服务的生产过程中才能最终消费到服务。

4. 不可储存性

服务过程是一个消费过程，具有不可储存性。航空公司提供给旅客的客运服务产品并不能够因为旅客的多少而储存。客运服务产品的不可分性决定了运力不可储存。旅客一进入客运服务系统，客运服务产品就开始生产；旅客一离开客运服务系统，客运服务产品就被消费完毕。

三、服务的要素

美国社会学家丹尼尔·贝尔（Daniel Bell）说：“服务是人与人之间的游戏。”这个游戏你能否用好，取决于你对服务的理解深度。在服务的期望中，如质量、数量等，一部分是对无形商品的期望，如价廉物美的感觉、优雅的礼貌、清洁的环境、显示自我尊容等。

1. 服务意识

企业全体员工在与企业利益相关的人或企业的交往中所体现的为其提供热情、周到、主动地服务的欲望和意识，即自觉主动做好服务工作的一种观念和愿望，它发自服务人员的内心。例如以下几种认识。

- a. 每一次接触客人都是今天的第一次。
- b. 客人对与错并不重要，重要的是他们的感觉。
- c. 好的感受来自于好的态度。
- d. 做你擅长的并且每天都要做得更好些。
- e. 客户的需要是我们工作的目标。
- f. 让客户满意是我们服务的宗旨。
- g. 用心去服务客户是我们职业的升华。
- h. 我们从不怀疑——客户永远是对的。
- i. 永远比旅客想得多一些。

2. 规范标准

规范标准又称标准化服务，它是由国家和企业制定并发布的某项服务（工作）应达到的统

一标准,要求从事该项服务(工作)的人员必须在规定的时间内按标准进行服务(工作)。包括操作规范、仪容仪表、行为举止、服务用语、时间限制等。

(1) 操作规范

① 拿水杯时,应该四指并拢,握于水杯下1/3处,小指可托于杯底,不能用手拿杯子的口部或底部。

② 纸杯提供冷、热饮服务,塑料杯主要提供酒类服务。

③ 开启瓶装碳酸饮料时,缓慢拧开瓶盖,防止喷溅。

④ 送出时应握住水杯中下部,不应触碰到杯口,递送热饮时避免与旅客“手对手”交接。

⑤ 为小孩提供饮料时,冷饮倒5成,热饮征求监护人的意见,放于监护人处。

……

(2) 仪容仪表

① 上岗前着统一制服,制服保持整洁。

② 佩戴名牌或胸卡。

③ 头发清洁,女性刘海不能遮眉,长发束起;男性头发前不遮眉,后不压领,鬓角不盖耳。

④ 上班需要化淡妆,并及时补妆。

……

(3) 行为举止

① 双手为他人递送物品。

② 打喷嚏、咳嗽应将头转开或低下,并说对不起。

③ 不可在顾客面前掏耳朵、搔痒、脱鞋、卷裤脚衣袖、伸懒腰、哼小调、打哈欠。

④ 提供服务时应面带微笑,和颜悦色,给人亲切感;谈话时应聚精会神,注意倾听,给人以尊重。

⑤ 对于容貌体态奇特或者奇异服装的客户切忌交头接耳或者指手画脚,不许背后议论、模仿、讥笑。

……

(4) 服务用语

① 称呼语:小姐、先生、女士、阿姨、大伯等。

② 问候语:您好、早上好、下午好、晚上好等。

③ 商量语:……您看这样好不好?

④ 告别语:再见、晚安、祝您一路平安等。

⑤ 道歉语:对不起、请原谅、打扰了、失礼了等。

⑥ 道谢语:谢谢、非常感谢等。

⑦ 应答语:是的、好的、我明白了、不客气、没关系、这是我应该做的等。

⑧ 基本礼貌用语10字:您好、请、谢谢、对不起、再见。

(5) 时间限制 有一些规范的标准是可以被量化的。例如,在时间上的要求,根据GB/T 16177—2007《公共航空运输服务质量标准》要求,第一件行李应在飞机抵达停机位后20分钟内交付旅客,全部行李应在1小时内交付完毕。

3. 服务技巧

服务技巧正确巧妙地运用直接决定了服务的质量以及客人的满意度。服务技巧可以分为以下四个等级。

- ① 初级 态度、质量、效率。
- ② 中级 标准、规范、细化。
- ③ 高级 主动、亲情、延伸。
- ④ 超级 个性、差异、超值。

这四个等级由低到高，由浅入深、混合交叉，互为关联。只有采用不同的服务技巧，例如用心观察、善于聆听、热情微笑、巧用沟通等方法，因人而异，灵活运用，就可以达到顾客满意的最佳服务效果。

小结

服务业是国民经济的重要组成部分，服务业的发展水平是衡量现代社会经济发达程度的重要标志。加快发展服务业，提高服务业在三次产业结构中的比重，尽快使服务业成为国民经济的主导产业，是推进经济结构调整、加快转变经济增长方式的必由之路。

大力发展服务业离不开从业人员的整体素质和综合素养的提升。要成为一名优秀的服务人员必须热爱本职岗位，需要具有超前的服务意识、学习和钻研业务的精神，从而使自己具备精湛的服务技能和灵活的应变能力等必备的服务要素。一个优秀的服务企业必须对服务的重要性有深刻的认识。只有把客户始终放在首位，关心客户的期望并不断持续改进服务质量，才能在激烈的市场竞争中保持竞争优势和持续发展力，立于不败之地。

? 思考题

1. 构成服务的要素有哪些？请结合生活中的事例，谈谈服务还有哪些细节需要注意？
2. 在下图中你看到了什么？请结合观察角度选取的不同，谈谈服务技巧中用心观察的重要性。

