

铁路工人职业技能培训教材



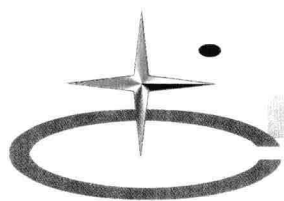
售票员

SHOUPIAOYUAN

铁道部劳动和卫生司
铁道部运输局

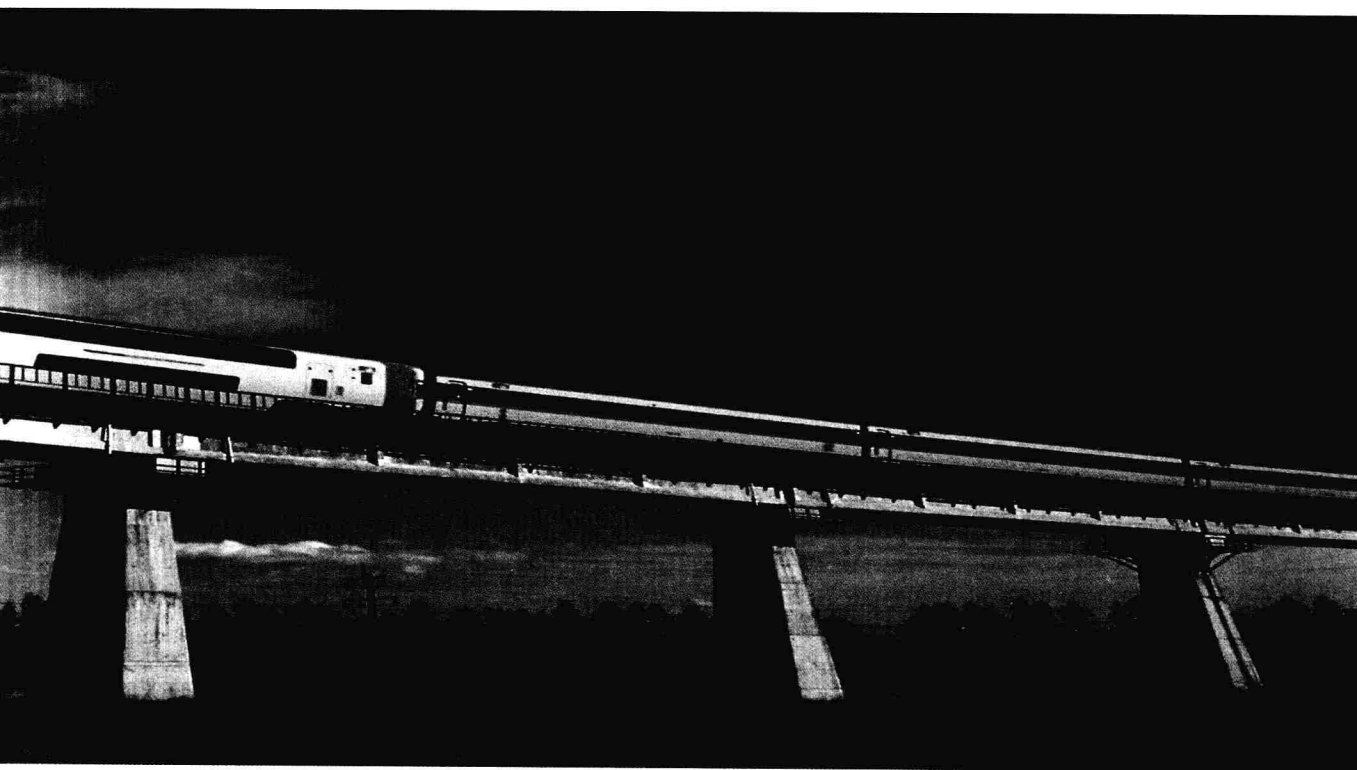


中国铁道出版社



铁路工人职业技能培训教材

售票员



中国铁道出版社

2004年·4月

图书在版编目(CIP)数据

售票员/铁道部劳动和卫生司、铁道部运输局. —北京:中国铁道出版社,2004
铁路工人职业技能培训教材
ISBN 7-113-05704-7

I.售… II.铁… III.铁路运输:旅客运输-售票-技术培训-教材 IV.U293.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第008481号

书 名: 铁路工人职业技能培训教材
售票员

作 者: 铁道部劳动和卫生司、铁道部运输局

出版发行: 中国铁道出版社(100054,北京市宣武区右安门西街8号)

责任编辑: 吴 军 黄 燕

封面设计: 马 利

印 刷: 北京精彩雅恒印刷有限公司

开 本: 787×1 092 1/16 印张: 11.75 字数: 279千

版 本: 2004年4月第1版 2004年4月第1次印刷

印 数: 1~5 000册

书 号: ISBN 7-113-05704-7/U · 1616

定 价: 20.00元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书,如有缺页、倒页、脱页者,请与本社发行部调换。

编辑部电话:路电(021)73084 发行部电话:路电(021)73169

市电(010)51873084

市电(010)63545969

本书参编单位及人员

(以姓氏笔画为序)

主编单位:呼和浩特铁路局

协编单位:南昌铁路局

主 编:吉 晶 高梅芬 崔之川

编写人员:石明勋 闫少坤 齐 飞 宋志男 张桂芬

胡建梅 程美玉 薛 梅

主 审:崔 艳

审稿人员:万新利 于东明 马淑秀 刘长建 刘群慧

张新民 李晓光 李康平 金陆逊 赵守洁

郝忠祥

插 图:王忠仁

鸣 谢:李晓晨 贾功勋 倪成忠 童国斌 刘晓莉

郝建国

序

由铁道部劳动和卫生司、运输局牵头组织,一些从事铁路职业教育的教师、各业务部门骨干及工程技术人员参加编写的《铁路工人职业技能培训教材》与广大职工见面了。

这套培训教材通俗易懂、图文并茂、易于自学,有较强的现实性和针对性,既较好地适应了当前铁路职工岗位达标培训及技能鉴定的需要,又考虑了今后一定时期技术和管理的发展趋势,是一套有价值的培训教材。相信这套教材在提高职工技术业务素质方面,将会发挥很好的作用。

党的十六大提出了全面建设小康社会的奋斗目标,其中一个重要的文化目标,就是要形成全面学习、终身学习的学习型社会。十六届三中全会又进一步强调,要“构建现代国民教育体系和终身教育体系,建设学习型社会,全面推进素质教育”,并提出了包括统筹人与自然和谐发展的“五个统筹”的要求。在生产力的诸要素中,人是最能动、最积极的因素。人的素质提高,是开拓、创造先进生产力的重要保证。因此,我们抓好教育,培养人才,既是适应全面建设小康社会需要、实现铁路跨越式发展和促进社会主义物质文明、政治文明、精神文明协调发展的客观要求,也是实践“三个代表”重要思想的具体体现。

以胡锦涛同志为总书记的党中央对人才工作高度重视,把实施人才强国战略放在关系党和国家事业全局的重要地位。全路各单位要按照党中央的要求,把培养人才工作放在更加重要的战略位置,坚持以“三个代表”重要思想为指导,认真贯彻党的十六大和十六届三中全会精神,全面落实《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》,积极推进铁路职业教育的体制创新、制度创新和教育教学改革,全面提高铁路职工队伍素质,使职业教育工作更好地为铁路跨越式发展服务,为促进铁路各项事业全面协调发展服务。

编好教材是提高培训质量的关键。随着铁路跨越式发展的全面推进,新知识、新技术、新设备、新工艺必将大量用于生产实践,同时,在铁路管理体制、经营机制、作业和建设标准、服务理念等方面也将产生深刻的变革,迫切要求铁路职工在知识、技术和观念上进行更新。加快职工培训教材建设,已成为加强和改进铁路职工教育培训工作的当务之急。

这套教材的编写和出版发行,应该说是一个良好的开端。希望今后看到更多、更好地反映铁路新知识、新技术的各类培训教材问世,为进一步抓好铁路职工素质教育提供高质量的精品。



2003年12月

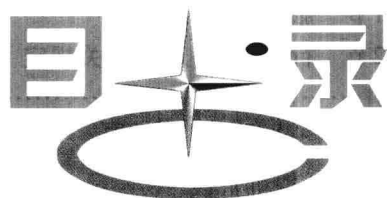
前言

近年来部领导多次指出:建设一支高素质的铁路职工队伍,既是保证运输安全的现实需要,也是铁路长远发展的根本大计;并反复强调:全面提高职工队伍素质,是实现科教兴路的重要内容,狠抓职工教育培训,在职工素质达标上抓落实、求深化,把可靠的行车设备、先进的技术装备与高素质的职工队伍结合起来,是实现运输安全基本稳定的必由之路。

素质提高靠培训,教材是培训的基础。为了给铁路运输业主要工种的工人提供一套适应性较好、可读性较强的职业技能培训教材,以进一步提高其技术业务素质,更好地满足铁路科技进步对职工队伍素质的要求,为铁路安全运输生产服务,铁道部决定再统一组织编写《铁路工人职业技能培训教材》指定培训教材。教材由铁道部劳卫司牵头,各铁路局分工编写,铁道部运输局各业务部门审定,携手合作,共同完成。

这套教材包括铁路运输(车务、客运、货运、装卸)、机务、车辆、工务、电务部门的45个工种(职名),是以《铁路职业技能标准》、《铁路职业技能鉴定规范》、《铁路运输企业岗位标准》中的知识和技能要求为依据,并参考《铁路工人职业技能培训教学计划、教学大纲》的内容编写的。教材本着突出技能的原则,强调培训的针对性、实用性和有效性,以专业知识为主要内容,充分反映铁路的新技术、新材料、新工艺、新设备及新标准、新规程;力求贴近现场实际,并应用案例教学的手法,用直观的案例和图示进行分析和说明,努力提高培训的质量和效果;以提高岗位技能为核心,突出非正常情况下应急处理能力的训练;同时,本着“少而精”的原则,知识以必须、够用为度,文字力争生动、通俗易懂,图文并茂。它既可以作为工人新职、转岗、晋升的规范化岗位培训教材,也可以作为各种适应性岗位培训的选学之用(适用于各级职业学校教学),还可作为职工自学的课本。同时,每章后面还列有复习、思考、练习题,作为考工、鉴定的参考。总之,这套教材的出版,将力图使培训、岗位达标及职业技能鉴定结合起来,使培训、考核、使用、待遇相统一的政策得以逐步落实。

铁道部劳动和卫生司
铁 道 部 运 输 局
2003年12月



第1章 中国铁路客运概述

思考题	6
------------	---

第2章 铁路客运服务

第1节 铁路客运服务概述	9
第2节 旅客运输服务质量标准	12
第3节 客运服务礼仪	17
第4节 客运服务技巧	18

思考题	19
------------	----

第3章 客运设施设备

第1节 客运站的主要设施	23
第2节 现代化服务设施	24
第3节 客运服务图形标志	27
第4节 客运车辆	30
第5节 铁路信号	31

思考题	32
------------	----

第4章 旅客运输组织

第1节 旅客运输组织原则	35
第2节 旅客计划运输	36
第3节 旅客列车运行图	39

思考题	42
------------	----

第5章 旅客运输

第1节 旅客运输合同	45
第2节 车 票	48
第3节 旅客票价	57
第4节 车票的发售	64
第5节 车票的有效期	77
第6节 乘车条件	78
第7节 变 更	80
第8节 误售、误购车票的处理	81
第9节 丢失车票、退票的处理	84
第10节 线路中断对旅客车票的处理	93

第11节	旅客携带品	97
第12节	行李、包裹运输有关规定	99
思考题		100
第6章	计算机售票	
第1节	计算机常识	103
第2节	铁路客票发售和预订系统	104
第3节	计算机售票和退票的作业标准	106
第4节	计算机售票具体操作	107
第5节	计算机退票具体操作	120
第6节	车站售票系统安全与管理	127
第7节	移动售票智能终端	129
思考题		130
第7章	国际旅客联运	
思考题		142
第8章	特定运输	
第1节	包 车	145
第2节	路内运输	150
第3节	铁路军事运输	155
思考题		163
第9章	运输安全	
第1节	客运职工安全	167
第2节	票据、现金安全	168
第3节	危险品查处	171
第4节	消防知识	173
思考题		174

第 1 章



中国铁路客运概述

我国地域辽阔,人口众多,资源分布在中国西部地区,东部地区人口密集。在经济发展方面,我国经济总体水平与发达国家还有较大差距,正处于快速增长时期;在经济布局方面,东部经济发展较快,西部地区相对滞后。资源分布与工业布局错位,地区经济发展不均衡,旅客、货主的经济承受能力有限,这些特殊经济和自然国情决定了我国铁路所独有的运输特征。

我国铁路现有营业里程 7.19 万 km,其中国家铁路 5.95 万 km,合资铁路 0.77 万 km,地方铁路 0.47 万 km;铁路复线里程达到 2.40 万 km,电气化铁路达到 1.81 万 km。

铁路是国家重要的基础设施,是交通运输体系的骨干。对于人口众多、经济相对不发达的中国,铁路具有运量大、运距长、运价低、安全、便捷等优势,特别在中、长途运输方面具有投入产出比最高,综合效益最好的特点。因此,对我国来说,搞好中、长途运输,可以充分发挥铁路运输的优势,体现国民经济大动脉的作用。

随着我国经济的飞速发展和社会进步,人民生活水平有了很大提高,旅客对旅行速度、运行安全、舒适程度、服务质量的需求越来越高。但同时,近年来公路、航空运输有很大发展,形成了运输行业日趋激烈的竞争态势。公路发挥灵活、方便的优势,在短途客运方面,无论是客运发送量还是旅客周转量都居于首位;民航发挥长距运送、短时旅行的优势,客运量大幅度增长;铁路运输为提高在整个运输市场中的占有份额,加快走向市场、占领市场的步伐,以客运为突破口,也采取了一系列的改革措施。

一、积极开展营销活动

1. 树立市场营销观念。长期以来,铁路在计划经济体制下,客观上滋长了严重的官商习气、衙门作风。为了转变观念,一要彻底摒弃封闭式的单纯生产的旧观念,确立向市场要效益的营销观念;二要彻底摒弃惟我独尊的“铁老大”思想,确立旅客、货主就是“上帝”的观念;三要彻底摒弃重数量轻质量、只干活不算账的旧观念,确立以效益为中心的经济观念。在市场经济条件下,生产指标固然重要,但更重要的是效益。

2. 建立健全营销组织机构。在站、段应建立面向市场的营销职能机构,负责销售管理,组织人员推销、广告宣传,研究营销策略,培训销售人员,开展促销活动。同时,要建立一支高素质的营销队伍,铁路客运干部及员工是铁路旅客运输经营的主体,员工素质的高低在很大程度上决定了铁路客运经营的成败。铁路企业要在竞争中获胜,就必须实施“人员素质”工程,着力提高员工的整体素质,以适应市场竞争的需要。

3. 制定正确的营销策略。市场竞争的关键是制定正确的营销策略,铁路运输企业只有在正确的营销策略指引下,才能成功地开展市场营销活动。从现代市场学的基本理论和运输市场的竞争现状看,目前宜采取以下策略:

(1) 正确选择目标市场。铁路应选择中、长距离运输作为目标市场。因为,在短距离运输中,公路运输十分发达,并具有灵活方便的优势,可做到“招手即停”及实行“门到门”的服务,运价和速度也基本与铁路相当,铁路很难发挥出优势。而在中、长距离运输中,铁路运输具有其他各种运输方式无法替代的规模优势、价格优势和安全优势,多年来已形成了国家的运输模式,发展潜力十分巨大。

(2) 优化产品、开拓市场。停开客流、货源不足的短途列车,以增加中、长距离的运输能力,更好地发挥铁路运输的优势;创建客运名牌精品列车,如近年来开行的新型空调车、全程对号列车、优普混编列车,主要干线提速后开行的快速列车、特快列车,大城市之间开行的夕发朝至列车、朝发夕归列车、城际列车,节假日、双休日开行的假日列车,黄金周开行的旅游列车以及

专门为某些旅客服务所开行的民工专列、学生专列、球迷专列等,这些列车深受广大旅客的青睐,成为适销对路的效益高、声誉好的名牌精品。今后要根据运输市场的变化,开发旅客运输新产品,不断开拓铁路运输市场。

4.积极开展营销活动。铁路客运营销成败的关键在于客运量,吸引客流,提高列车满员率是营销活动的重点,全体客运员工要以增加客运量为中心,加强营销力度,促进社会认知。为提高广大旅客对铁路的了解程度,应借助各种现代媒体,积极宣传铁路旅客运输安全、舒适、价廉、便捷的优势,宣传铁路方便旅客的各种举措和优惠政策。例如:利用车站的大屏幕电子显示器来公告车站承办各项客运业务和开展各种延伸服务的项目,使过往旅客随时了解车站的运输信息;与地方或铁路的通讯部门联网,把列车最新运行情况及时告知用户,以此扩大宣传面;在春运、暑运、旅游旺季以及运行图调整等列车开行变化较大的特定时期,在广播电台、电视台大规模地推出宣传广告,详细介绍列车运行时刻和票额情况,在客流较为集中的公共场所(如火车站、汽车站、港口等地方)免费散发简明列车时刻表,使铁路的新情况、新举措做到家喻户晓。总之,铁路运输企业应充分实施广告促销,变消极等待为主动出击运输市场。

二、实施全面提速战略

随着我国社会、经济的发展,人们的工作节奏不断加快,对旅行速度的要求越来越高。提高速度减少在途时间成为旅客的首要需求。

提高列车速度的基本做法除了改善线路、机车、车辆、信号等设备条件外,改革运输组织方法,提高运输组织水平也非常重要,如交错安排同一线路上各次列车的停车站,以减少停站次数,加快车站作业进度,以压缩停站时间。同时,开行高速列车也是提高列车速度的重要途径。

1996年4月1日,我国在沪宁线上首次开行了上海至南京的快速列车“先行号”,最高速度达140 km/h,全程运行2 h 48 min,比原运行时间缩短1 h 11 min,深受旅客欢迎,趟趟满员;1996年7月1日,京秦线开行了速度达140 km/h,北京至秦皇岛的“北戴河号”提速列车,全程运行仅用2 h 30 min,比原运行时间缩短1 h 8 min;1996年10月8日,北京至大连间开行了跨区域、长距离的快速旅客列车,最高速度达到了140 km/h。在此基础上,于1997年4月1日,在京沪、京广、京哈三大干线全面提速,这一天,以沈阳、北京、上海、武汉、广州等大城市为中心,开行了最高速度达140 km/h、平均旅行速度达90 km/h的40对快速列车和64列夕发朝至列车,打响了中国铁路提速的第一炮。由于旅行时间缩短,客流开始回升,客票收入大大增加,据统计,当年旅客周转量比前一年增长6.7%,运输收入增长10.1%。第一次提速取得成功后,1998年10月1日开始了第二次大面积提速。三大干线快速列车的速度由原来的140 km/h提高到140~160 km/h,广深线采用摆式列车运行,最高速度达到200 km/h,全路旅客列车平均旅行速度达55.16 km/h,技术速度达63.9 km/h,全路开行快速列车80对,夕发朝至列车116列。

1997年提速以来,铁路旅客周转量连续3年较大幅度增长,平均增长率达6.8%,超过了公路、航空、水运的增长速度,客票收入年增长率为11.9%;全路运输收入3年跨了3个台阶,平均每年递增80亿元,累加增收近500亿元,保证了全路1999年提前1年实现扭亏目标。

2000年10月21日,铁路又开始实施第三次大提速,进一步扩大提速范围。这次提速增加了对西部开发的支援力度,提速重点集中在陇海、兰新两线以及京九线和浙赣线,铁路旅客列车最高速度普遍提高到160 km/h,使北京至乌鲁木齐和上海至乌鲁木齐的旅行时间分别缩短至48 h和51 h。开行了特快列车142对,夕发朝至列车266列。

2001年10月21日,京九线、武昌—成都(汉丹、襄渝、达成线)、京广线南段、沪杭线、浙赣线和哈大线再次进行提速。第四次大提速,涉及17个省市和9个铁路局,使主要城市间列车运行时间进一步缩短,运输产品结构更加合理,服务质量进一步提高。

至此,5年内铁路共进行了4次较大规模的提速,现已形成北京—哈尔滨、北京—上海、北京—广州、北京—南昌、深圳和徐州—兰州—乌鲁木齐、上海—重庆—成都“四纵二横”的快速客运主通道。

在2001年第4次提速的基础上,中国铁路还将于2004年和2005年实施两次大提速,届时中国铁路提速总里程将由现在的13 000 km延伸到16 000 km。提速后,中国将初步建成以北京、上海、广州为中心,连接全国主要城市的全路快速客运网。主要干线城市间旅客列车运程在500 km左右实现“朝发夕归”,1 200~2 500 km实现“夕发朝至”,2 000~2 500 km实现“一日到达”,进一步适应旅客需求。

实施提速战略后,铁路旅客列车平均直通速度达61.92 km/h,平均技术速度达70.32 km/h,使中国客运列车运行速度平均提高了25%,其中京哈、京沪、京广等主要干线旅客列车最高速度达140~160 km/h,广州至深圳的旅客列车速度达到200 km/h。同时,铁路完成的客运量、旅客周转量年年增长。到2000年,完成客运量达10.18亿人,旅客周转量达4 414.7亿人·公里,与提速前的1996年相比,分别增长了8.8%和32.9%。提速满足了旅客对快速的要求,改变了铁路的社会形象,赢得了社会各界的广泛赞誉。

三、全面提升客运质量

铁路运输在抓安全、促营销、创效益的整个经营活动中,近年来把全面提升客运工作质量放到十分重要的位置抓实抓好。

一是抓好客车硬件建设。客车硬件建设,不仅仅指客车安全基础工作,以及开发出一系列新型空调、提速客车;还包括旅客在乘车过程中,能否享受到空调照明、音乐广播、餐茶供应、卫生间使用等方面的便捷与舒适;还包括不断提高客车保洁、整备、服务、餐营的专业化服务水平,为旅客营造一个舒适、优雅的旅游环境。

二是建立计算机售票网络系统。这是我国铁路客运走向现代化的一项重大决策,改变了我国铁路沿用百年历史的手工售票方式,适应了处于计算机技术和网络通讯技术相结合并迅猛发展的时代潮流,标志着铁路客运经营迈向网络时代的革命性突破。计算机售票网络系统不仅扩大了售票范围,方便了旅客购票,简化了票据管理,还提高了作业效率,降低了劳动强度,促进了营销的改革,取得了显著的社会效益和经济效益。

我国客票发售和预订系统的建设经历了车站售票系统、地区联网售票系统、全国联网售票系统的研究开发与推广三大阶段,是由铁道部客票中心、地区客票中心、车站售票系统三级联网构成。车站系统主要进行售票的实时交易服务,地区客票中心主要进行席位的调度控制和地区内容售票业务管理,铁道部客票中心则主要进行全路客运的宏观管理、营销分析和保障全路的联网售票。目前,计算机售票网络已覆盖了全路,



并实现了全路联网异地售票。今后,铁路客票发售和预订系统将向全面联网、自动化、社会化、联运、综合服务、科学管理及与国外售票系统联网方向发展,全面实现客票管理和发售工作现代化。

全面联网是指进一步扩大联网售票的范围,在全路所有客运站实现计算机售票。

自动化是指与银行联网的自动售票,以及车站的自动售票、车上的计算机补票等。

社会化是指开展电子商务,实现 INTERNET 网上订票送票服务和查询服务。

联运是指和民航、水运、公路、旅馆、出租业等联合发展票务预订,实现旅客出行一体化服务。

综合服务是指采用多媒体技术的旅客引导、通告、查询等。

科学管理是指收集客运数据,建立数据库,实现科学准确的客运营销分析与决策。

远期还要实现与国外售票系统联网售票。

总之,我国铁路客票发售和预订系统必将随着铁路改革的步伐向自动化客票发售和预订系统迈进,为我国铁路的现代化建设作出更大的贡献。

三是提高服务质量。近年来,在全路的客运员工中深入开展“三新”教育。首先在思想上转变观念,树立新的理念,变“管理旅客”为“服务旅客”,服务质量从关注上级评价、定期评比转向尊重旅客日常反映和社会长期评价,最终由旅客“说了算”,牢固树立起一切为旅客的思想。其次,提高服务标准,提供新的服务,在温馨服务、体贴服务、细微服务的基础上,继续深化完善,丰富内容。第三,树立品牌意识,努力塑造客运新形象,把与其他运输方式竞争的着力点放到提高旅客服务方面。同时,要全面提高开行列车质量,既要树立精品车、红皮车的品牌形象,也要重视绿皮车、通勤车的社会反映。

围绕着以满足旅客需求为中心,在完善服务设施,落实服务标准,规范服务行为,着力解决广大旅客反映突出的质量问题上狠下功夫,努力为广大旅客提供安全、快速、方便、舒适的旅行服务,使铁路客运服务质量与时俱进、全面提高。



思考题

1. 根据我国铁路运输特点,目前宜采取哪些营销策略?
2. 通过几次大面积提速,在我国铁路已形成“四纵二横”的快速客运主通道,试问是哪“四纵二横”?
3. 为全面提升客运质量,我们应该抓实抓好哪些工作?

第 2 章



铁路客运服务

第1节

铁路客运服务概述

客运服务关系到铁路“窗口”的总体形象,关系到铁路的发展与进步。因此,全面提高客运服务质量,才能以优质的服务赢得旅客的满意,赢得市场,赢得效益。

一、客运服务的内涵

所谓客运服务,就是在客运工作中,为最大限度地满足旅客的旅行需求,而提供安全、舒适、准确、高效、便捷的劳务活动,实现从始发地到目的地位移的全程服务。

客运服务的总则:坚持“人民铁路为人民”的服务宗旨,树立“以人为本,旅客至上”的服务理念,实现安全正点、方便快捷、设备良好、环境整洁、饮食卫生、文明服务的质量目标。



二、客运服务的特点

因为旅客运输的产品是人的位移,是无法具体化、实物化的产品,所以面向客运产品的服务也体现出与面向实物产品的服务不同的特点。

1. 客运服务的无形性

它是以“劳务活动”形式提供的无形服务。旅客在客运市场上购买到某种“客运服务”后,并未因此而取得任何实际持有物,只是接受铁路客运所提供的“劳务活动”而满足了自己的要求。

2. 客运服务产生和消费的同步性

客运服务是在客运工作人员为旅客提供“劳务活动”中完成的。客运服务既是产品的生产过程,又是旅客的消费过程。也就是说,客运服务的产生和消费是同步的。

3. 客运服务质量的多样性(或称差异性)