

民用航空客运服务常识

主编 辜英智 邓红军



四川大学出版社



责任编辑:何 静
责任校对:周 颖
封面设计:墨创文化
责任印制:王 炜

图书在版编目(CIP)数据

民用航空客运服务常识 / 辜英智, 邓红军主编.
—成都: 四川大学出版社, 2013. 12
“十二五”规划航空服务专业统编教材
ISBN 978-7-5614-7471-6

I. ①民… II. ①辜… ②邓… III. ①民用航空—旅
客运输—中国—高等学校—教材 IV. ①F562.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 315583 号

书名 民用航空客货运服务常识

主 编 辜英智 邓红军
编 写 唐明丽 邓红军
出 版 四川大学出版社
地 址 成都市一环路南一段 24 号 (610065)
发 行 四川大学出版社
书 号 ISBN 978-7-5614-7471-6
印 刷 郫县犀浦印刷厂
成品尺寸 185 mm×260 mm
印 张 15.25
字 数 251 千字
版 次 2014 年 1 月第 1 版
印 次 2014 年 1 月第 1 次印刷
定 价 29.00 元

◆读者邮购本书, 请与本社发行科联系。
电话: (028) 85408408/ (028) 85401670/
(028) 85408023 邮政编码: 610065

◆本社图书如有印装质量问题, 请
寄回出版社调换。

◆网址: <http://www.scup.cn>

版权所有◆侵权必究

“十二五”规划航空服务专业统编教材编审委员会

主 编: 辜英智 邓红军

编 委 (以姓氏汉语拼音音序排列):

邓 婷	邓红军	刘天刚	李明东
李宛融	罗建伟	罗娅兰	皮春磊
史玉霞	唐明丽	温善琨	王楞兰
王志鸿	徐泽民	杨 帆	杨 军
张玉雯	周 敏		

前 言

几千年前，大教育家孟子曾经说过“利人莫大于教”，今天我们可以再加上一句“教重莫过于材”。教材对于教学的重要性是尽人皆知的，好的教材不会误人子弟，只会是“引曙光于世，播佳种在田”，成为指导学生高效学习的利器。

那么，怎样的教材才算好的教材呢？我们认为，一本上乘的教材至少要符合三条标准：

第一，编撰者是本学科的领军人物（学科带头人），具有权威性；

第二，教材的框架体系要系统完整，有内在逻辑，而且文字表述准确；

第三，内容相对稳定，即哪些内容进教材、哪些不能进，要有严格甄别，既博采众说，又不是大杂烩。

编撰者一定要是学科带头人。因为教材是教学双方共同依照的蓝本，教师要按教材讲，学生也得按教材学，一手托两家，像此等关乎育人、功在千秋的事，没有高人把关怎么行？而一般说来，编撰者的学问与教材质量密切相关，编撰者是权威，则教材就有权威。

我们组织编写的这套“十二五”规划航空服务专业统编教材包括以下十四种：《民航服务概论》《民航服务心理学》《民航服务礼仪》《民航安全检查基础》《民航客票销售实务》《民航物流基础概论》《民航实用英语基础》《民航运输地理概论》《民航危险品运输概论》《民用航空法律法规基础》《民用航空客货运服务常识》《民航空乘服务艺术》《民航客舱设备常识》《民航服务人员化妆技巧及形象塑造》。参与编撰的人员：邓红军、唐明丽、唐波、吴小平、张玉雯、罗建伟、杨军、周敏、杨帆、

徐泽民、刘天刚、罗娅兰、王志鸿、皮春磊、史玉霞、李明东、李宛融、温善琨、王楞兰、邓婷等。邓红军负责这套教材的编审及统稿工作。在教材的编撰过程中，编撰者以严谨、认真的工作态度，反复斟酌、协商、修改，力求以深入浅出的分析和生动具体的实例，编撰出能体现我们航院特色的系列教材，为我国民航事业的发展尽一份微薄之力。

在教材的框架体系上，我们要求编撰者为每本教材整理一个章节体系大纲导图。这源于托尼·巴赞的“心智图”或“脑图”。这样一个体系导图架构对师生都有好处——长文变短，厚书化薄，条分缕析，提纲挈领，生动、直观、形象，便于学习和记忆，可以说是我们的创新之一。此外，框架设计有个重要原则要遵循，那就是突出主线，章节之间要有内在逻辑。换句话说，从第一章到最后一章，都应紧密围绕主线，由表及里，由浅入深，步步深入，逻辑井然。这不仅符合人们认知世界的规律，也是学生学习知识的一般路径。想想看，小时候我们学数学，是不是从学加减开始，然后才学乘除，再后来才学更复杂的混合运算？如果教材不这样编，一开头就学微积分，那样学起来岂不是难于登天！可反观当下，有的教材仿佛一个拼盘，像本专题文集，章与章不搭界，看不出关联；有的则按内容平设篇章，这样貌似有逻辑，但实际上是一盘散沙。

至于教材要相对稳定，是指对教材的内容要有取舍，要力求正确。不能把教材当个筐，啥都往里面装。一本好的教材，个别内容可以修订，可以有增减，但不可颠覆性地被推翻。为此，在主体框架搭建好之后，选择哪些理论（观点）和材料编入课本，编撰者不仅要有学问，而且要有鉴别力。只有把普遍的原理和主流的观点编入教材，教材才能相对稳定；否则，若编入了那些有争议的理论，日后一旦被推翻，造成的负面影响将难以挽回。所以编撰教材，要海纳百川，更要精于取舍。历史表明，编撰者唯有恪守职业道德，以科学的态度传播科学知识，方可赢得师生们长久的尊敬。

教材项目建设是一项系统工程，一定要体现民航学院的特色和成果，体现民航事业突飞猛进发展的时代特征和专业要求。本套教材的编撰者在相当紧迫的时间里，参照《“十二五”规划航空服务专业统编教材编撰原则及体例》的要求，注重实用性和适用性，反映实际的教学设计和教学

活动，将实战、实践、实训融入教材中，书中的例题、案例、互动练习、思考题、拓展知识窗及配图等都是经得起检验的精品。各位编撰者以海尔董事长张瑞敏提倡的“战战兢兢，如履薄冰”的精神完成了东星航院和四川大学出版社交给他们的光荣任务。

在教材的编撰过程中，编撰者参阅了一些相关文章和专著，谨向这些著作的作者致以诚挚的谢意！

最后教材编审组以下面两段话与师生们共勉——

把看来简单的事做好就不简单，把看来平凡的事做好就不平凡。

认真做事，只是把事情做对；用心做事，才能把事情做好。

邓红军

2013年12月

目 录

第一章 民用航空客运服务概述	(001)
一、航空客运服务的概念及性质	(001)
二、航空客运服务的基本点	(003)
三、航空客运服务品质评价方法	(004)
第二章 民航货运服务常识	(007)
一、航空客货运输的概念	(007)
二、国内航空货运常见名词释义	(007)
三、飞机基本常识	(010)
四、国内空运货物包装要求	(012)
五、货物计重	(013)
六、货物运价	(014)
七、航空货运单	(016)
八、特种货物的运输规定	(022)
九、航空快递业务	(025)
十、特快专递与航空快运的区别	(026)
第三章 航线基础知识	(027)
一、航线的定义及分类	(027)
二、航线的开辟与设立	(028)
三、航线网的开辟与设立	(028)
四、中国的主要航线	(030)
第四章 机场候机楼服务设施	(038)
一、机场候机楼设备	(038)



二、站坪设备	(038)
三、机场候机楼标识	(039)
第五章 旅客乘机及安检规定	(040)
一、旅客乘机流程	(040)
二、乘机手续的办理	(041)
三、接受安全检查	(045)
四、办理联检手续	(046)
五、旅客特殊情况处理	(047)
六、特殊旅客服务	(048)
七、不正常航班旅客服务	(053)
第六章 旅客行李收运规定	(055)
一、行李的定义和分类	(055)
二、托运行李规定	(055)
三、免费行李额及逾重行李	(056)
四、行李的收运和检查	(057)
五、特殊行李的收运	(059)
六、行李的交付和保管	(061)
七、行李运输事故处理	(062)
第七章 航空客运值机服务流程	(069)
一、值机业务	(069)
二、值机岗位设置及各岗位基本要求	(070)
三、始发站和到达站的值机工作	(072)
四、中转服务	(075)
五、预备知识	(080)
第八章 航空客运管理制度及工作细则	(083)
民用航空运输销售代理业管理规定	(083)
某机场控制区通行证件管理规定	(089)
某航空公司客舱服务部乘务员、安全员管理手册	(105)
机场货站管理制度	(131)
某航空服务公司人事管理制度	(137)

某航空公司员工违规行为处理程序的暂行规定·····	(146)
国内航空值机工作程序及标准·····	(149)
客舱清洁管理规定·····	(155)
附录一 民航安全检查须知·····	(163)
附录二 民航主要机场·····	(167)
附录三 各国民用航空公司·····	(191)
附录四 民航货运物流公司·····	(226)
参考文献·····	(230)
后 记·····	(231)

第一章 民用航空客运服务概述

民用航空客运服务是航空公司运营的核心，是航空公司竞争的基础。只有充分地研究民航客运服务，努力提高客运服务的品质，树立良好品牌，才能够转变观念，提高航空公司的竞争力，从根本上解决中国航空公司运营服务中存在的问题。

一、航空客运服务的概念及性质

1. 航空客运服务概念的界定

一项服务就是一种顾客服务经历，即指顾客从进入到离开一个服务系统的经历。航空客运服务可界定为：标的旅客从购票开始到乘机，直到离开飞机而实现空间位移愿望的整个旅行经历。在整个经历中，旅客要接受航空公司提供的各种服务。这种经历可由标的旅客、旅客流程、雇员接触和物质实据来说明。

以上界定是从纵向的角度看待客运服务的，如果从横向的角度去界定客运服务，可以将其划分为三个部分：旅客接受的核心服务、便利性服务和支持性服务。

(1) 核心服务。核心服务是为旅客提供的本质的、最基本的服务。航空客运服务的核心服务是空间位移。提供航班运营，实现空间位移，满足旅客旅行的需求，是航空公司客运的核心服务。

(2) 便利性服务。便利性服务是为了旅客能够使用核心服务而设有的一些附加服务，如果缺少它，核心服务就不能上市或者说是残缺产品。航空客运服务的便利性服务是保证航班运营的必备服务。航空公司提供给旅客的便利性服务主要是通过售票、办理乘机手续、登机以及行李托运

等，使旅客完成旅行。

(3) 支持性服务。支持性服务是用来使服务增值或有别于竞争者的服务，是核心服务发挥最大效用的服务。航空客运服务的支持性服务是使客运服务增值的服务。航空公司提供给旅客的支持性服务包括免费查询，免费送票服务，空中服务，候机厅内电话、传真、复印、网吧、美容美发、超市以及鲜花礼仪服务等。

2. 航空客运服务的特征

航空客运服务的基本特征包括以下几个方面：

(1) 无形性。无形性即服务不具有有形的、看得见的、接触到的外表或形状，但却经常借助于有形物质来实现。客运服务属于无形产品，它与其他有形产品不同，往往是不可触摸的。但是，在某些情况下，服务和一些物质形态的东西相关联，如旅客花钱买飞机票，不是买飞机，而是借助于飞机，通过航空公司提供给旅客的乘机服务来实现空间位移，达到旅行的目的。

(2) 不可分性。不可分性即服务的生产与消费同时进行，消费者参与生产过程，核心价值在买卖双方的相互作用中产生。航空客运服务的所谓不可分性是指服务的生产过程与消费过程同时进行，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；而且旅客只有参与服务的生产过程中，才能最终消费到服务。

(3) 不可存储性。不可存储性即服务不能储存。航空公司提供给旅客的客运服务并不能够因为旅客的多少而储存，进行经济批量生产。客运服务的不可分性决定了运力的不可储存性。旅客一进入客运服务系统，客运服务就开始；旅客一离开客运服务系统，客运服务就结束。

(4) 差异性。差异性即服务的组成部分和质量水平很容易随不同的人、时间、地点而变化，不易稳定和统一。航空客运服务是以“人”为中心的行业，由于人类个性的存在，使得对服务质量的检验很难采用统一的标准。一方面，由于服务人员自身因素的影响，在不同时间、不同的环境下会提供不同水准的服务；另一方面，由于旅客自身的因素会影响服务质量和效果，或者影响客运服务的生产过程，或者不同旅客有不同的感受。

二、航空客运服务的基本点

1. 航空客运服务的基本标准

对航空客运服务的评价就是对其质量进行评价。总体上讲，航空客运服务的质量可以理解为：旅客从购票到乘机接受空中服务，到离机结束旅行的整个经历中所感受到的安全性、舒适性、时间性和经济性。

顾客满意理论认为，航空客运服务的好坏是以旅客满意度来衡量的，旅客满意度是评价航空公司客运服务的主要指标。对于客运服务质量的评价，直观感受往往甚于客观度量。

2. 旅客满意度的作用

旅客满意度是最好的竞争手段，是航空公司取得长期成功的必要条件。满意的旅客往往也是忠诚的旅客，他们会更多、更经常地购买令其满意的客运服务，他们甚至愿意为这些产品付出比其他产品高的价格，从而使航空公司获得更强的长期盈利能力。具体地讲，旅客满意度能够使航空公司具有以下优势：

(1) 价格优势。满意的旅客往往愿意为令其满意的理由而额外付出。在1998年航空公司全国性票价大战中，深圳航空公司未参与削减票价的竞争，而是通过提供优质的服务，使公司航班座位利用率和经济效益在同行业中处于领先地位。

(2) 成本优势。第一，降低交易成本。成交一次重复购买比说服新客户购买要容易得多。越高的旅客忠诚度意味着销售成本越低。对于重复购买的旅客，销售人员只需向其推荐应该选择买哪种航线组合，需要花多少钱，而不必费时费力地说服旅客购买本公司的机票。另外，在重复购买中，与旅客交易过程有关的公司日常文书工作也相对较少。第二，降低沟通成本。满意的旅客乐于将自己的感受告诉别人，诸如亲戚、朋友、同事，甚至其他的旅客，这种口头宣传比广告等其他沟通方式更加有效，并且几乎不需要成本。

(3) 品牌忠诚优势。满意的旅客比不满意的旅客有更高的品牌忠诚度，更有可能再次购买该服务及相关产品。重复购买率高将导致更高的收入，最终使企业获得更大的利润。中国国际航空公司因其四十多年安全飞

行的业绩，在国内外各层面旅客中享有美誉，从而赢得了许多顾客的青睞。

(4) 时机优势。如何抓住旅客需求的变化并去满足其不断产生的新需求是航空公司在发展中经常遇到的问题。旅客满意度最大化对解决这一问题具有现实意义。以旅客满意度为目的的企业由于平时能够预测到旅客需求的变化，既可以节约新产品开发中的市场调研费用，又可以率先推出新产品，抢占市场，为企业赢得时间优势，获得超额利润。

(5) 个性化服务优势。航空公司开展旅客满意度调查，通过对市场进行细分，将团体客户分为旅行社、商务机构和代理人三类，采取不同的服务方式，将散客分为要客（分为一级、二级、三级）、常旅客、普通旅客及特殊旅客（老人、孕妇、儿童、病人等），分别开展不同的特色服务，使不同的旅客都感到满意，航空公司的客座率也因此而提高。

三、航空客运服务品质评价方法

1. 航空客运服务品质评价要素

虽然各航空公司用于旅客运输的机型相差无几，但是各航空公司为旅客提供的客运服务却存在着品质上的差异。旅客对航空公司和航班的选择有着明显的偏好，旅客对服务的满意度，即旅客产生良好服务感觉的六项要素是：

(1) 解决旅客问题的专业性，即服务机构、服务人员、营运系统等在解决旅客的问题时应当是“行家里手”。

(2) 态度与行为，即服务人员应关心旅客，应以友好、主动的方式有效地解决旅客的问题。

(3) 可接近性与弹性，即服务机构的位置、营业时间、员工和营运系统都应方便旅客接近服务，并可根据旅客的不同需求和愿望进行柔性调整。

(4) 依赖性和可靠性，即无论发生什么或需要什么，旅客都能指望服务机构、服务员工和服务系统都遵守诺言，代表旅客的最大利益。

(5) 恢复能力，即无论何时出了差错或发生意外，服务机构都能迅速、主动地采取行动，控制局势，并寻求新的可接受的补救方法。

(6) 声誉与可信度,即服务机构提供的业务是值得信任的,亦即优质的服务绩效和价值是由旅客和服务机构共同分享的。

2. 航空客运服务的评价方法

航空客运服务的评价方法就是对航空客运服务满意度的分析方法。

(1) 对旅客满意度的理解。对旅客满意度基本内涵的理解应从旅客层面和企业层面两个层面来进行。从旅客层面上讲,旅客满意度是旅客对其服务的消费经验的情感反应,这种满意不仅仅体现在一项服务、一种思想、一次机会之上,还体现为对一种系统、一种体系的满意。在整个旅行消费过程中,旅客不仅追求对经济收益的满意,而且追求社会性和精神性的满足,如乘坐飞机头等舱可以为其带来地位上的满足感。从企业层面上讲,旅客满意度是航空公司用以评价和提高企业业绩,以旅客为导向的一整套指标,它代表了航空公司在其所服务的市场中所有购买和消费经验的实际和预期的总体评价,它是航空公司客运服务“质量”的衡量方式。

另外,当旅客单独接触航空公司员工时,相对来说,其感受到的服务具有个体性;而当其与其他旅客一起接受航空公司提供的服务时,所感受到的服务则具有群体性。也就是说,旅客感受到的服务具有互动性,旅客之间会相互影响。此时,航空公司的特设服务(为特殊旅客提供的特色服务)或对旅客不端行为的制止都会为旅客营造一个良好的乘机环境。航空公司要把旅客群作为一个服务整体,要以使旅客群的满意度最大为目标,而不能为了满足恶意乘机旅客的不合理要求(危及飞行安全)或行为不端旅客而影响整个服务的品质。航空公司要善于做好危机服务营销。

(2) 具体评价方法。航空公司可采取如下两种方法对客运服务进行评价:

第一,内部评价方法。航空公司质量管理部门要运用定期检查与不定期检查、全面检查与抽查相结合的办法,针对管理、人员、设备、环境四个基本要素进行检查。对每一个要素及其具体内容设定分值与权重,最后可得出评价结果,内部评价客运服务品质。

①管理要素,主要包括指导思想、组织结构、规章制度建设、服务管理、技术培训管理、服务运作管理和综合素质等方面的评价内容。

②人员素质,主要包括敬业精神、服务意识、安全观念、责任心、遵

章守纪、知识与技能、身体与健康、日常工作、培训等方面的评价内容。

③设备要素，主要包括基础设施、设备的运行管理、维护与保养工作三个方面的评价内容。

④环境因素，主要包括空域环境、地理环境、气象环境、人文环境、通信环境、信息环境和电磁环境七个方面的评价内容。

第二，外部评价方法。航空公司质量管理部门要不定期地测定旅客满意度，并以此评价客运服务质量。

航空公司可以通过聘任社会监督员与服务质量检查员、电话寻访旅客及发放旅客意见调查表等形式收集旅客意见，建立旅客意见数据库，在此基础上进行汇总和分析，得出旅客的满意度，进行可信性分析。

【训练检测】

1. 什么是航空客运服务？
2. 航空客运服务的基本特征有哪些？
3. 旅客满意能够使航空公司具有哪些优势？
4. 航空客运服务品质评价要素（旅客对服务的满意度）是什么？
5. 航空客运服务的具体评价方法有哪些？

第二章 民航货运服务常识

一、航空客货运输的概念

航空客货运输，简称航空运输（Air Transportation），是使用飞机、直升机及其他航空器运送人员、货物、邮件等的一种运输方式。航空运输具有快速、机动的特点，是现代旅客运输，尤其是远程旅客运输的重要方式，也是国际贸易中贵重物品、鲜活货物和精密仪器运输不可或缺的重要方式。

二、国内航空货运常见名词释义

1. 货物

货物是指除邮件和凭客票及行车票托运的行李外，已经或将要用飞机运输的任何物品，包括凭航空货运单运输的行李。

2. 国内运输

国内运输是指根据货物运输合同，其出发地点、约定的经停地点和目的地均在中华人民共和国境内的运输。

3. 货物托运书

货物托运书是指托运人办理货物托运时填写的书面文件，是据以填开航空货运单的凭据。

4. 航空货运单

航空货运单是指托运人或托运人委托承运人填制的，托运人和承运人之间为在承运人的航班上运输货物所订立合同的初步证据。



5. 一票货物

一票货物是指凭一份航空货运单运往一个目的地的一件或多件货物。

6. 承运人

承运人是指包括接受托运人填开的航空货运单或保存货物记录的航空承运人，以及运送或从事承运货物或提供该运输的任何其他服务的所有航空承运人。

7. 代理人

代理人是指在航空货物运输中，经授权代表承运人的任何人。

8. 托运人

托运人是指为货物运输而与承运人订立合同，并在航空货运单上署名的人。

9. 收货人

收货人是指与航空货运单上“收货人”栏内所列名称相对应的人。

10. 声明价值

声明价值是指托运人向承运人特别声明的其托运货物在目的地交付时的价值。

11. 声明价值附加费

声明价值附加费是指托运人办理货物声明价值时，按规定向承运人支付的专项费用。

12. 有效身份证件

有效身份证件是指托运人或收货人托运或提取货物时必须出示的由政府主管部门规定的证明其身份的证件，如居民身份证、护照、军官证、士兵证、文职军人证、户口簿、机动车驾驶证等。

13. 特种货物

特种货物是指在收运、储存、保管、运输及交付过程中因货物本身的性质、价值等需要特别照料的货物。

14. 押运货物

押运货物是指根据货物的性质，由托运人派押运员在运输过程中专门照料、监护的货物。