

高等院校民航服务专业系列教材
GAODENG YUANXIAO
MINHANG FUWU ZHUANYE



M INYONG HANGKONG FUWU YU CAOZUO

民用航空 服务与操作

主 编 周为民 杨桂芹
副主编 车云月 苗俊霞 刘茗翀



清华大学出版社

高等院校民航服务专业系列教材

民用航空服务与操作

主 编 周为民 杨桂芹

副主编 车云月 苗俊霞 刘茗翀

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

提高服务意识,需要较高的文化素养,需要有追随现代航空高速发展的热情和能力。为了航空事业发展后继有人,我们特此编写了本书,以供大家学习和参考。

本书以章节的形式呈现给大家,着重介绍航空公司服务理念、航空公司服务产品、客舱服务技巧、饮料服务规范、餐食服务规范、特殊乘客服务等基本知识。通过本书的学习,能够使学生了解民航机上服务的内容、服务标准和服务要求。通过实际操作训练,强化学生对服务的认知和理解,提高学生动手能力和解决问题的能力,最终成为航空公司所需要的人才。为了便于大家更好地学习,本书每章编写了练习题,作为学习掌握的重点。

本书适合高等院校民用航空专业的学生使用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

民用航空服务与操作/周为民,杨桂芹主编. —北京:清华大学出版社,2014

(高等院校民航服务专业系列教材)

ISBN 978-7-302-38077-1

I. ①民… II. ①周… ②杨… III. ①民用航空—旅客运输—商业服务—高等学校—教材 IV. ①F560.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第216619号

责任编辑:杨作梅

封面设计:杨玉兰

责任校对:周剑云

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62791865

印 刷 者:北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者:三河市溧源装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:13.25 字 数:322千字

版 次:2014年10月第1版 印 次:2014年10月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:48.00元

产品编号:056041-01

高等院校民航服务专业系列教材

编审委员会

主 任：梁秀荣（中国航协飞行乘务委员会高级顾问）

副 主 任：刘 敏（南昌航空大学科技学院党委副书记、副院长）

主任委员：

周为民（原中国国际航空股份有限公司培训部教员

国家乘务技术职能鉴定考评员 国家级高级乘务员）

杨桂芹（原中国国际航空股份有限公司主任乘务长

国家级高级乘务员）

苗俊霞（原中国国际航空股份有限公司培训部教员

国家乘务技术职能鉴定考评员 国家级乘务技师）

刘茗翀（原中国国际航空股份有限公司乘务长

海南航空乘务训练中心教员 国家级高级乘务员）

高等院校民航服务专业系列教材

编写指导委员会

总策划：车云月

主 任：陈汝喜

副主任：廖 耘 王丹普 刘 洋

委 员：（排名先后以姓氏笔画排序）

丁泗新 于 明 王 欣

王长春 乔秀英 黄和平

张润厚 崔爱玲 郭庆彪

赵桂荣 周明波

前 言

为了提高高校教学质量和为了填补与完善航空专业教材的不足,根据航空公司特殊岗位的需求,经过几位专家的共同努力,特此编写了本书。本书集中表达了服务是航空企业的生命,服务至上是航空公司始终追求的理念和最高境界,掌握良好的服务技能,遵守严格的服务标准和规范是航空公司发展的基础。本书诠释了航空公司秉承发自内心的尊敬、真诚热情的沟通、精细专业的服务、无微不至的关注等服务理念。

通过对本书的学习,使 21 世纪的年轻人、热爱航空专业的学生,能够提高个人道德修养,提高服务意识,培养他们热爱社会、热爱本职工作、增强学生对工作的责任感,树立正确的道德观、人生观和价值观。通过学习躬行践履,提高学生对服务的认知能力、理解能力和动手能力,为今后更好地服务于社会、服务于民航打下良好的基础,把为他人服务、乐于助人变成一种发自内心、心甘情愿的实际行动,在平凡的岗位上实现人生价值。

本书是由周为民、杨桂芹、车云月、苗俊霞等几位从事民航领域飞行工作 30 多年的权威专家,以及经历过国内外多家航空公司飞行经验的刘茗翀共同完成。编者为民航教学资深培训教官,获得中国航协、国际航协 IATA 教员资质,在高等学院进行多次航空专业专题讲座、授课,具备丰富教学经验和实训教学经验的一流民航专家。其中周为民、杨桂芹任主编,车云月、苗俊霞、刘茗翀任副主编。

由于编者水平有限,书中难免有不足之处,谨恳请各位专家、各专业院校的教师和同学们批评指正。

编 者

目 录

第一章 航空公司服务理念	1
第一节 中国三大航空集团服务理念	2
一、中国国际航空股份有限公司	2
二、中国东方航空股份有限公司	2
三、中国南方航空集团	3
练习题	3
第二节 民用航空服务人员素质培养	4
一、人的素质取决于三大要素	4
二、十种修炼	4
三、航空服务人员的基本素质	6
练习题	9
第三节 案例分享	10
第二章 服务产品介绍	13
第一节 娱乐服务	14
一、音视频节目	14
二、阅读刊物	14
第二节 服务用品	16
一、贴心服务用品	16
二、儿童玩具	17
三、航程累积会员卡服务产品	18
四、免税品销售	19
五、飞机上允许使用的信用卡和货币	19
六、UM乘客服务	24
七、“醒后服务卡”服务产品	25
第三节 餐饮呈现	26
练习题	27

第三章 客舱服务技巧	29
第一节 灯光管理	30
练习题	30
第二节 客舱温度与登机音乐服务	30
一、客舱温度	31
二、播放登机音乐、影视节目	31
练习题	31
第三节 门帘操作	31
练习题	32
第四节 书报杂志提供	32
一、报纸杂志拿法	33
二、提供报纸的操作方法	34
三、提供杂志的操作方法	35
四、提供时的要点	35
练习题	35
第五节 服务操作规范	36
一、端	36
二、拿	36
三、倒	37
四、送	38
五、收和放	40
六、推和拉	40
七、水车摆放	41
练习题	42
第四章 饮料服务规范	45
第一节 饮品种类	46
一、软饮料	46
二、酒类	46
三、热饮	46
第二节 提供规范	46
一、果汁提供规范	47
二、汽体饮料提供规范	47
三、矿泉水提供规范	48

四、啤酒提供规范	49
五、茶水提供规范	49
六、咖啡提供	49
练习题	50
第五章 餐食服务规范	53
第一节 餐食种类	54
一、餐盘形式分类	54
二、其他类	54
三、食品名称介绍	55
练习题	58
第二节 特殊餐食介绍	58
一、18种特殊餐食名称	58
二、特殊餐食四字代码	60
练习题	61
第三节 提供规范	61
一、印度教餐	61
二、穆斯林餐	61
三、犹太教餐	61
四、印度素食	62
五、西方素食	62
六、东方素食	63
七、儿童餐	63
八、婴儿餐	64
九、注意事项	64
练习题	65
第四节 餐食烘烤标准	65
练习题	66
第六章 特殊乘客服务	67
第一节 老年人	68
一、登机阶段服务	68
二、巡航阶段服务	69
三、下机阶段服务	69



练习题	70
第二节 无成人陪伴儿童	70
一、无成人陪伴儿童服务	71
二、注意事项	72
练习题	72
第三节 婴儿	72
一、登机阶段	73
二、巡航阶段	73
三、下降——下机阶段服务	74
练习题	75
第四节 聋哑乘客	75
一、聋哑乘客的心理特征	75
二、聋哑乘客服务	76
练习题	76
第五节 肥胖乘客	77
练习题	77
第六节 身体不便的乘客	77
一、轮椅乘客	78
二、患有精神病乘客	79
三、担架病人	80
四、需要持有医疗证明的乘客	80
练习题	81
第七节 盲人	81
一、登机阶段服务	82
二、巡航阶段服务	82
三、下机阶段服务	83
练习题	84
第八节 孕妇	84
一、孕妇服务	84
二、孕妇的心理特征	85
练习题	85
第九节 晕机乘客	86
一、起飞前滑行阶段	86
二、巡航阶段	87

三、下机阶段服务	87
练习题	87
第十节 丢失物品	87
练习题	88
第十一节 遣返乘客	88
练习题	89
第十二节 旅行团乘客	89
练习题	90
第十三节 死亡和休克	90
练习题	97
第七章 乘务员职责	99
第一节 岗位等级名称	100
练习题	100
第二节 通用岗位职责	100
一、客舱乘务员职责	100
二、厨房乘务员职责	102
三、广播员职责	105
练习题	105
第三节 B737-800/A320型飞机乘务员岗位职责	106
一、迎送乘客站位	106
二、乘务员座位安排	107
三、负责操作机门滑梯乘务员	107
四、各号位岗位职责	108
练习题	109
第四节 通用服务工作四个阶段	109
一、第一阶段——航前准备阶段	109
二、第二阶段——直接准备阶段(机组登机后)	114
三、第三阶段——空中实施阶段(飞机起飞后)	117
四、第四阶段——航后讲评阶段(飞机落地后)	117
练习题	118
第八章 客舱服务工作操作流程(学生必读)	119
第一节 服务工作四个阶段	120

一、预先准备阶段	120
二、直接准备阶段	120
三、空中实施阶段	122
四、航后讲评阶段	123
第二节 客舱模拟训练要求	123
一、着装	123
二、其他	123
第三节 服务敬语	124
一、10字礼貌敬语	124
二、各种环境场面使用的礼貌用语练习	124
第四节 广播词	127
一、欢迎词(关闭舱门广播)	127
二、起飞后	127
三、航线介绍	129
四、开餐广播	130
五、着陆前(30分钟)	130
六、着陆后	130
七、安全演示	131
第五节 安全演示广播	133
练习题	133
第九章 高端乘客服务	135
第一节 高端乘客认识	136
一、高端乘客身份注解(VVIP/VIP/CIP)	136
二、高端乘客认识与英文代码	136
第二节 高端乘客的需求	136
一、心理需求	136
二、服务需求	137
练习题	137
第十章 两舱环境介绍	139
第一节 德国汉莎航空公司	140
一、德国汉莎航空公司机上头等舱和地面头等舱乘客休息厅	140
二、服务特点	140
第二节 美国航空	140

第三节 中国国际航空	141
一、头等舱和商务舱	141
二、服务项目	141
三、背景资料	143
第四节 两舱环境	143
一、座椅	143
二、用品	144
三、洗漱用具	144
四、地面服务	145
练习题	147
第十一章 两舱供酒知识	149
第一节 酒文化	150
一、酒的起源	150
二、酒的作用	150
练习题	152
第二节 酒的基本知识	152
一、什么是酒	152
二、什么是酒精	152
三、酒精度数表示方式	152
四、酒的分类	152
五、酒的饮用法	154
练习题	154
第三节 鸡尾酒	154
一、鸡尾酒的起源与特点	154
二、鸡尾酒的配制	156
三、混合饮料	156
四、基本公式	156
五、配酒辅助饮料	156
六、点缀物	156
练习题	157
第四节 世界著名品牌	157
一、啤酒	157
二、葡萄酒	159

三、著名品牌白兰地	163
四、著名品牌威士忌	166
五、著名品牌伏特加	171
六、著名品牌金酒	172
七、著名品牌罗姆	173
八、著名品牌利口酒	174
九、常饮用的鸡尾酒	175
练习题	179
第十二章 两舱供餐程序	181
第一节 为用餐旅客提供一条热毛巾	182
第二节 提供餐谱、酒单	182
第三节 铺桌布、餐前饮、果仁	183
第四节 摆放餐具	183
第五节 鱼子酱	184
第六节 面包、汤	185
一、面包	185
二、汤	186
第七节 冷荤盘	187
第八节 沙拉	188
第九节 主菜	188
第十节 饭后水果、奶酪、蛋糕	190
一、水果	190
二、奶酪	191
三、蛋糕	193
第十一节 送热毛巾	194
第十二节 饭后热饮、巧克力、酒类	194
第十三节 供餐结束清理桌面	196
练习题	196
参考文献	198

第一章

航空公司服务理念

服务是航空企业的生命，是航空公司发展的必备条件。这当中包含着各种类型的服务，包括：民航乘务员服务、民航地面服务、民航机务服务等。乘务员是航空公司与乘客最直接、最长时间的服务窗口。培养专业化、规范化、训练有素的合格航空服务专业人士，是提升机上服务品质的前提。通过本章的学习，使航空专业学生了解服务理念，树立良好的服务意识，以便在未来从事航空服务工作中，更好地为乘客提供优质服务。

第一节 中国三大航空集团服务理念

一、中国国际航空股份有限公司

以红色“凤凰”为标记的中国国际航空公司(简称“国航”),如同一张名片,享誉全球。多次圆满完成领导人的出访,海外救灾援助,接送奥运健儿等重大任务。

国航的企业文化是以服务为主线,实现“主流旅客认可、中国最具价值、中国盈利能力最强、最具世界竞争力的,具有国际知名度的航空公司”;企业精神强调“爱心服务世界、创新导航未来”;企业的使命是“满足顾客需求,创造共有价值”;企业价值观是“服务至高境界、公众普遍认同”;企业服务理念是“放心、顺心、舒心、动心”。国航的企业文化表达了向世界传播爱心、追求卓越服务品质的理念。

国航的企业标识由一只艺术化的凤凰和邓小平先生书写的“中国国际航空公司”以及英文“AIR CHINA”构成。凤凰是中华民族古老传说中的神鸟,也是中华民族自古以来所崇拜的吉祥鸟。据《山海经》记载:凤凰出于东方君子国,飞跃巍峨的昆仑山,翱翔于四海之外,飞到哪里就给哪里带来吉祥和安宁。国航标志是凤凰,同时又是英文“VIP”(尊贵客人)的艺术变形,颜色为中国传统的大红,具有吉祥、圆满、祥和、幸福的寓意,寄寓着国航人服务社会的真挚情怀和对安全事业的永恒追求。

二、中国东方航空股份有限公司

中国东方航空(简称“东航”)的航徽基本构图为圆形,取红、蓝、白三色,以寓意太阳、大海的上下半圆与燕子组合,表现东航的企业形象。红色半圆,象征喷薄而出的朝阳,代表了热情、活力,且日出东方,与东方航空名称吻合;蓝色半圆,象征宽广浩瀚的大海,寓意着东航航线遍及五湖四海;轻盈灵动的银燕,象征翱翔天际的飞机,燕子也被视为东方文化的载体,体现了东方温情。燕子尾部的线条勾勒出东航英文名字“CHINA EASTERN”的“CE”两字母。

为了立足市场,拥有服务精神已经成为每个航空人员的必备条件。做好你自己,就是为这个世界增添一丝希望。超越自身,追求完美的服务理念已经融入了东航的发展基因中,东航服务的DNA关键在于:正确认识自己、认识他人、认识世界、认识未来。这也是东航超越自己、携手并进、乘胜转型、决胜未来的行动指南。

在东航人眼里,服务意识决定了企业的成败,从传统“面对面”的人工服务到“背靠背”

的信息服务，东航正在构建一个全新的服务品牌，最终让旅客感受到“心连心”的服务体验。

今天，严谨而高效的东航人正以不断奋进、只争朝夕的姿态，进行企业发展。东航早已把自己融入国家、社会的需要之中，在感恩中奋进，在共赢中前行。在红日与大海之间，新东航自由地飞翔。

我们知道，只有当服务成为发自内心的自然流露，才是最贴心、最容易被接受的。

东航企业文化理念体系的具体内容包括：企业愿景——“员工热爱、顾客首选、股东满意、社会信任”的世界一流航空公司；企业精神——“严谨高效，激情超越”。品牌核心价值“世界品位，东方魅力”。品牌定位“以精准、精致、精细的服务，不断创造精彩的旅行体验”。品牌气质“精美的、高雅的、时尚的”。

三、中国南方航空集团

中国南方航空集团（简称“南航”）航徽标志由一朵抽象化的大红色木棉花衬托在蓝色的飞机垂直尾翼图案上组成，航徽色彩鲜艳，丰满大方。采用木棉花作航徽是因为公司创立时总部设在中国南方——广州，在南方人的心目中，木棉花象征坦诚、热情的风格，人们赞美它、热爱它，广州市民把它推举为自己的市花。

中国南方航空公司宣布启动“2010年品牌服务推广年”，决定通过全面贯彻“两一”服务理念，继续围绕“两舱个性化、经济舱标准化”，创新机制建设，强化服务管理，优化旅客乘机体验，提升营销能力，促进枢纽发展，着力打造中国服务最好、国际主流航空公司。保持“理念宣贯”和“标准执行”力度，南航将通过大力推广“两一”服务理念，引领员工从“被动服务”向“主动服务”转变，从“单纯服务”向“营销服务”转变，从“用行服务”向“用心服务”转变。

南航员工坚守“一切从旅客的感受出发，珍惜每一次为旅客服务的机会”，所传递的不只是大家勤于奉献的精神，还代表着“南航人”真诚的服务理念。

练习题

1. 中国国际航空公司的企业精神是什么？
2. 中国国际航空公司的企业价值观是什么？
3. 中国国际航空公司的服务理念是什么？
4. “做好你自己，就是为世界增添一丝希望”是哪家航空公司提出的口号？
5. 东航的服务理念是什么？
6. 东航的企业精神是什么？