

中等职业教育国家规划教材

全国中等职业教育教材审定委员会审定

铁路旅客运输服务

主 编 周 平

责任主审 杨肇夏

审 稿 王□男 贾俊芳

中 国 铁 道 出 版 社

2 0 0 2 年 · 北 京

(京)新登字 063 号

内 容 简 介

提高旅客运输服务工作的质量已成为铁路客运企业当务之急。本书结合铁路旅客运输现状,引入铁路客运系统近年来大量的典型案例,系统讲述旅客运输服务与服务质量、服务质量标准与服务标准化、服务工作的质量管理、服务工作的技能技巧、服务工作的策略、服务企业文化和公共关系等理论与实践,力求系统、简明、实用。

本书是中等职业学校铁道运输管理专业教材,也可作为铁路成人中专、职工学校运输专业及客运站段的教学用书,并可供从事铁路客运工作的干部、职工学习参考。

图书在版编目(CIP)数据

铁路旅客运输服务/周平主编. —北京:中国铁道出版社,2002.6

ISBN 7-113-04710-6

I. 铁... II. 周... III. 铁路运输:旅客运输-服务质量-质量管理-中国 IV. U293.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 031765 号

书 名: 中等职业教育国家规划教材
铁路旅客运输服务

作 者: 周 平 主 编

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: 金 锋

编辑部电话: 市电(010)51873134, 路电(021)73134

封面设计: 陈东山

印 刷: 中国铁道出版社印刷厂

开 本: 787×1092 1/16 印张: 5.75 字数: 千

版 本: 2002年8月第1版 2002年8月第1次印刷

印 数: ~ 册

书 号: ISBN 7-113-04710-6/U·1347

定 价: 8.00 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。

联系电话: 市电(010)63545969, 路电(021)73169

中等职业教育国家规划教材出版说明

为了贯彻《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》精神,落实《面向 21 世纪教育振兴行动计划》中提出的职业教育课程改革和教材建设规划,根据教育部关于《中等职业教育国家规划教材申报、立项及管理意见》(教职成[2001]1 号)的精神,我们组织力量对实现中等职业教育培养目标和保证基本教学规格起保障作用的德育课程、文化基础课程、专业技术基础课程和 80 个重点建设专业主干课程的教材进行了规划和编写,从 2001 年秋季开学起,国家规划教材将陆续提供给各类中等职业学校选用。

国家规划教材是根据教育部最新颁布的德育课程、文化基础课程、专业技术基础课程和 80 个重点建设专业主干课程的教学大纲(课程教学基本要求)编写,并经全国中等职业教育教材审定委员会审定。新教材全面贯彻素质教育思想,从社会发展对高素质劳动者和中初级专门人才需要的实际出发,注重对学生的创新精神和实践能力的培养。新教材在理论体系、组织结构和阐述方法等方面均作了一些新的尝试。新教材实行一纲多本,努力为教材选用提供比较和选择,满足不同学制、不同专业和不同办学条件的教学需要。

希望各地、各部门积极推广和选用国家规划教材,并在使用过程中,注意总结经验,及时提出修改意见和建议,使之不断完善和提高。

教育部职业教育与成人教育司

二〇〇一年十月

铁道运输管理专业教材编审委员会

主 任:王国庆 尤亚林

委 员:朱铁男 何 杰 杜 欣

张全寿 张永强 王鹤鸣

崔之川 王行政 贾瑞良

龚 力 张春发

本书主审:杜 欣

前 言

从 1997 年开始,全路掀起了大规模的提速热潮。经过 1997 年、1998 年、2000 年和 2001 年四次提速,提速线路延展总里程已近 1 万 km,初步形成覆盖全国主要地区的提速网络。在提速的带动下,全路以旅客需求为目标,不断深化改革,强化质量意识,改进服务工作,客运整体服务水平有了较大提高,客运形象发生了深刻变化。

铁路在提高客运服务质量方面已取得不少成绩、经验,但是客运服务工作的理论研究明显滞后于铁路的发展。本书就是在总结铁路客运企业在服务方面的经验教训基础上,吸取了旅客运输学、市场营销学、公共关系学、管理学、心理学等多学科的理论,力求结合铁路客运企业的实际,系统论述客运服务工作的理论与实践。

本书是中等职业教育国家规划教材,是根据教育部 2001 年颁布的中等职业学校铁道运输管理专业教学指导方案及“铁路旅客运输服务”教学基本要求编写的。

本书的特点是:

1. 在吸收服务工作方面最新理论的基础上,密切结合我国铁路客运工作实际,注意总结我国铁路客运服务工作取得的成功经验;
2. 树立“以旅客为中心”的市场观念,将铁道部最近几年开展实施的《关于提高站车客运服务质量的通知》、《1999 年提高客货运输质量的百点计划》、《双三十条》和“三新”服务教育等活动的主要精神贯穿整个教材;
3. 大量采用客运服务业的实例进行分析和论证;
4. 内容明确地集中在客运服务工作的理论和实践,不再重复《铁路客运组织》、《铁路运输市场营销》等教材中有关旅客运输业务、营销策略等方面的内容。

本书由南京铁路运输学校周平任主编。编写分工如下:南京铁路运输学校周平编写第一章,第三章第一节,第六、七章;济南铁路机械学校管莉军编写第二、四章;成都铁路运输学校杨亚编写第三章第二节,第五章。

本教材通过全国中等职业教育教材审定委员会审定,由北方交通大学杨肇夏

教授任责任主审,北方交通大学王□男教授、贾俊芳副教授审稿,中国铁道出版社另聘请铁道部运输局客运营销处杜欣审阅了全稿。

本教材的内容在编写时以现行规章为准,在组织教学时应根据当时的政策、规章进行更新补充。

本教材在编写过程中,得到了全国铁道行业职业教育教学指导委员会、铁路中专铁道运输专业教学指导委员会、铁道部运输局以及兄弟学校有关老师的大力支持和热情帮助,在此表示诚挚的谢意。

由于铁路客运企业在客运服务工作理论方面的探索尚处于起步阶段,编写这本教材只是一个尝试,加上水平有限、时间仓促,教材中一定有许多不妥之处,恳请读者批评指正。

编 者

2002年5月

目 录

第一章 铁路旅客运输服务概述	1
复习思考题	4
第二章 旅客运输服务与服务质量	5
第一节 旅客运输产品与质量特征	5
第二节 铁路旅客运输服务	9
复习思考题	12
第三章 铁路旅客运输服务质量标准和服务标准化	13
第一节 服务质量问题的分类、性质与处理	13
第二节 铁路旅客运输服务质量标准与服务标准化	18
复习思考题	23
第四章 铁路旅客运输服务工作质量管理	24
第一节 客运工作全面质量管理	24
第二节 铁路客运服务质量保证体系	33
复习思考题	36
第五章 铁路旅客运输服务工作内容 and 技能技巧	37
第一节 服务工作的主要内容	37
第二节 服务工作的礼仪规范	42
第三节 服务工作的技巧	48
复习思考题	56
第六章 铁路旅客运输服务工作策略	57
第一节 服务工作一般策略	57
第二节 铁路旅客运输服务有形展示策略	61
第三节 铁路旅客运输服务品牌策略	65
复习思考题	70
第七章 铁路旅客运输服务企业文化和公共关系	71
第一节 铁路旅客运输服务企业文化	71
第二节 铁路客运服务中的公共关系	78
复习思考题	84
参考文献	85

第一章 铁路旅客运输服务概述

【主要内容】 本章从介绍旅客运输业的性质入手,讲述了旅客运输的特点和基本任务;结合铁路当前的现状,全面介绍了客运服务工作研究的主要内容,使学生系统了解研究客运服务工作要解决的主要问题。

【重点掌握】 铁路旅客运输研究的主要内容。

一、旅客运输业的性质

社会各类产业部门分为三大部门,即第一产业、第二产业和第三产业。第一产业包括农业、林业、畜牧业、狩猎业及渔业等,第二产业包括采掘业、矿业、自来水、电力和煤气生产制造业及建筑业等,第三产业包括商业、交通业、运输业、通信业、仓储业、医疗卫生、教育、新闻等。

铁路客运企业生产的产品是旅客完成空间的位移,它包括一切能满足旅客欲望、需求和利益的有形实体和无形部分,即满足旅客位移需要的全部服务。因此,客运产品准确的理解应为客运服务产品。铁路客运企业在产品的生产过程中,既是产品的生产者,又是产品的服务者,直接为旅客提供各种服务以满足旅客的需求。所以,客运企业在生产过程中提供的是一种服务、劳务行为,生产的产品是无形产品。

因此,运输业具有多种属性,它既是物质生产部门,又是公共服务业,同时它是国民经济的基础结构之一。它的主要特性体现在它的“公共服务性”,必须为消费者提供服务,这是运输业存在的前提。

二、铁路旅客运输的特点和基本任务

1. 旅客运输的特点

旅客运输是现代交通运输体系的一个重要组成部分,其目的是为人们进行经济、文化等社交活动和生活提供必要的出行条件。

(1)旅客运输的主要服务对象是旅客,其次是行李、包裹和邮件。运输企业通过售票工作,把旅客组织起来并最大限度地满足他们在旅行中的物质文化生活需求,主要以提供劳务的形式为旅客服务。

(2)旅客运输生产向社会提供的是无形产品——旅客的位移。它被旅客本身所消耗,其使用价值具有不确定性,不仅要考虑经济效益,而且要考虑社会效益。

(3)旅客运输在时间上有较大的波动性。其不均衡性主要表现在假期、节日和市郊旅客上下班时间最为明显。为此,对客运技术装备、客运车辆等必须留有一定的后备,在不同的客运量高峰期采用不同的客运组织方式。

(4)旅客在旅行中有不同的物质文化生活需求,如饮食、方便、休息、照明、温度等,旅客运输企业不仅要满足这些需求,而且要积极改善,创造良好的旅行环境并提供优质的服务,使旅客心情愉悦。

世界各国的发展经验证明,发达的旅客运输可促进国民经济和社会的发展,且旅客运输必

须超前发展,它在社会和经济发展中应处于先行的地位。

2. 旅客运输的基本任务

旅客运输的基本任务是,最大限度地满足广大人民在旅行上的需要,安全、迅速、准确、便捷地运送旅客、行李、包裹和邮件,并在旅行中为旅客创造舒适愉快的环境和提供文化上的优质服务。

三、铁路旅客运输服务研究的主要内容

“建立高效、便捷、安全、舒适的铁路运输服务体系,使服务质量基本适应国民经济和社会发展的需要”是铁路发展的战略目标之一,铁路服务工作的主要内容必须围绕此目标开展。

1. 服务的内涵

要提高客运服务水准,首先必须明确客运产品服务的内涵。由于铁路客运企业的产品(旅客的位移)同一般的产品有较大的区别,其内涵也不同于一般产品。根据旅客运输的特点,在旅客旅行的全过程中,为旅客提供安全、舒适和便捷的服务,最大限度地满足旅客的旅行需求,是客运服务的重要内涵。旅客运输服务就是在售票、候车、乘降、列车上为旅客提供旅行服务的过程。

2. 服务工作的内容

由于服务产品的生产过程也是产品的消费过程,其产品的质量很难像其他实物产品那样既可对最终产品进行检验控制、也可对生产过程加以控制,因此必须在旅客运输过程中的各环节提供必须的、周到的服务,确保服务产品的质量。

(1)建立客票预订发售系统、车站服务工作系统、列车服务工作系统和餐车服务工作系统等多种多样的旅客服务系统。

(2)制定服务作业标准。铁道部已制订了《铁路旅客运输服务质量标准》、《工人技术标准——客运部门各岗位(工种)TB/T》、《铁路车站旅客运输作业标准》、《铁路旅客列车客运乘务作业标准》等,明确了服务工作的内容和质量要求。

(3)宣传、贯彻和执行标准化作业,确保服务工作的质量。

3. 服务工作的技能技巧

吸引和满足顾客是一切服务业赖以生存和发展的基础。要想提高客运服务质量,服务人员服务的熟练程度、技艺、能力是首要条件。铁路客运企业必须培养和增强服务技能、技巧,充分发挥服务技巧在提高服务工作质量方面的作用。

(1)培养和增强服务人员技能,利用服务技能吸引和满足旅客;

(2)提高服务人员的知识素质,利用服务知识吸引和满足旅客。

4. 服务工作的策略

为确保旅客运输服务质量,客运部门制订了一整套规章制度并严格执行,这种服务工作的策略,在计划经济时代起了非常重要的作用。随着社会经济的发展和人民生活水平的提高,旅客的需求已从“走得了”向“走得好”转变,服务工作也应从单纯运送旅客向服务于旅客转变,服务工作应针对不同的消费群,围绕满足旅客的不同需求,采取相应的策略,充分体现服务的艺术、服务的魅力,更好地为旅客服务。服务工作的主要策略包括服务有形化策略、服务承诺化策略和服务品牌化策略等。

5. 铁路旅客运输服务企业文化和公共关系

铁路客运服务企业不可能像生产流水线一样进行标准化作业,服务产品的品质很难保持

稳定、一致。规章制度在提高产品的服务质量方面起了非常重要的作用,但在变化复杂的旅行环境中向旅客提供更好的服务,仅仅依靠规范管理是不够的,必须创导一种优秀的更加重视提供良好服务和顾客导向观念的企业文化,自觉激发员工对优质范围的追求,它可以告诉员工,如何对新的、难以预料的情况做出及时、正确的反应。

铁路在我国仍是人们外出的主要交通工具,与人民发生着广泛的联系。铁路在运送旅客的过程中,客运工作人员付出了艰辛的劳动,却常常不能得到公众的理解和支持。铁路运输企业必须加强与公众的信息交流,赢得社会各界公众的信任、支持和合作,树立良好的企业形象。

四、现阶段研究服务工作的必要性和可行性

1. 客运工作已作为铁路发展的重大战略问题

(1)经济的发展,社会的进步,人员流动性提高,铁路客运市场客运量增长的潜力巨大。随着社会经济的发展和人民生活水平的提高,人们外出旅行的消费增长很快,铁路客运量增长明显,但我国人均乘车率同发达国家相比还很低。从宏观上讲,全社会客运量增长量与 GDP 的增长为 1 : 1,即按 GDP 增长 7%,社会客运量大致也增长 7%,预计“十五”末客运量将达到 13 亿人,这说明铁路客运市场增长的潜力巨大。

(2)铁路在各种交通运输方式中具有较大优势,在客运市场的竞争中大有作为。运输市场近几年竞争十分激烈,铁路的优势受到强有力的挑战。通过新产品的开发及客运产品结构的完善、四次提速及服务档次的提高,铁路在安全、正点、经济、舒适等方面的优势得到充分体现,市场竞争力明显增强,客运量增长迅速,市场份额得到了巩固。

(3)随着国家可持续发展战略的实施,大宗物资的运输已呈下降趋势,铁路货运市场运量的增长潜力相对有限。铁道部把工作的重点从“重货轻客”转向“客货并举”,把客运工作作为铁路发展的重大战略。这种经营战略的转移,是社会发展的需要,也为中国铁路的大发展明确了方向。

2. 服务工作的质量直接影响客运企业的健康发展

(1)提高服务质量,塑造良好的企业形象。铁路企业具有很强的公益性,关系到广大人民群众切身利益。铁路作为服务性行业,是社会主义精神文明建设的重要窗口。

(2)提高服务质量是增强铁路客运企业竞争力的关键。市场竞争的关键是产品质量的竞争,提高客运产品的服务质量是提高客运企业竞争力的根本所在。铁路客运企业必须转变经营观念,按照市场的需求,生产适销对路的产品,视旅客为上帝,搞好服务工作,提高产品的服务质量,增强企业的竞争力。

(3)提高服务质量是广大旅客的热切期盼。一方面,随着人民生活水平的不断提高,广大旅客对铁路客运服务水平质量的要求越来越高,“我开车,你坐车”封闭型生产组织方式发生了变化,旅客不仅要求走得了,要求铁路提供必要的出行条件,还要求走得好,要求有好的旅行环境、较高的服务水准。另一方面,广大旅客的维权意识不断增强,如果达不到规定的服务要求,他们就会通过舆论、法律的手段来维护自身的权益,这对铁路产生的影响是深远的。

因此,铁路运输企业应不断提高服务质量,塑造良好的企业形象,更好地体现“人民铁路为人民”的宗旨。

3. 服务工作是可控的

(1)旅行服务是以“旅客”为中心,不同的服务人员为不同的旅客提供同一种服务时,由于服务人员(提供服务方)、旅客个性(服务需求方)、服务环境的差异性,服务质量存在很大的差

异。控制好服务产品的质量对服务企业来讲至关重要。

(2)在客运服务中,虽然服务工作是无形的,但其作业内容、程序、方法、语言等是大量重复的,这为服务工作执行标准化作业创造了条件,而标准化作业的重要内容就是对服务工作的质量控制。因此,服务工作的质量是完全可以控制的。

4. 新技术、新设备的运用,观念的转变为提高服务质量提供了强有力的保障

通过四次提速,铁路技术装备、管理水平及客运人员的服务观念有了很大提高,服务质量已能得到一定的保障。

(1)运输装备的现代化是提高服务质量的重要物质基础。服务上水平,装备必须跟上去。客车从 22 型到 25 型的更新换代,适合中短途和中长途运输双层客车的研发,客车内部设计多样性,舒适度明显改善,档次进一步提高,已能基本满足各种需要。

(2)铁路高、新技术的运用是提高服务质量的重要手段。全国计算机联网售票、自动售票系统、客运大站的自动引导系统等,极大地方便了旅客的旅行,同时也展示了铁路客运企业的良好形象。

(3)服务观念的转变是提高服务质量的重要保障。完善的基础教育、职工培训及激励机制的建立,增强了员工敬业爱岗的意识,全面提升了服务人员的素质,促进了员工观念的转变,为提高服务质量奠定了坚实的物质基础。

“树立旅客、货主至上的新理念,提供满足旅客、货主需求的新服务,塑造快捷、安全、经济、舒适的铁路行业新形象”,赋予了铁路客运服务全新的时代内涵。提高服务质量,满足旅客的需求,展示铁路的全新形象,是铁路发展的根本,也是社会进步的要求。

复习思考题

1. 旅客运输的特点是什么?
2. 旅客运输服务工作的主要内容有哪些?
3. 现阶段研究服务工作的必要性有哪些?

第二章 旅客运输服务与服务质量

【主要内容】 企业间竞争的焦点就是产品质量的竞争,客运服务企业要提高企业的竞争力,必须努力提高服务产品的质量。认识旅客运输产品、明确其质量内涵,是提高服务产品质量的首要途径。本章介绍了运输产品的内涵、特点,重点分析了客运产品的质量特性、质量考核指标,在此基础上,探讨了铁路旅客运输服务的特点。

【重点掌握】 旅客运输产品的质量特性以及铁路旅客运输服务的涵义、特点。

客运市场的特点决定了运输企业的核心在于提供优质服务,所以服务质量是决定运输企业命运的关键。现在民航、铁路、公路、水运等行业竞争日趋激烈,各种运输方式都在不断推出新的服务举措,铁路企业要想在激烈的客运市场中争取主动,就必须根据客运产品的特点不断挖掘旅客多方面的需要,一切从旅客出发,不断创新自己的服务,通过提高旅客运输服务质量来赢得市场。

第一节 旅客运输产品与质量特征

一、旅客运输产品

在工业生产中,一般是改变原材料的化学、物理性能或几何状态。原材料的形态称为“初态”,经过生产加工使产品形成一种新的形态和使用价值,加工后产品的形态称为“终态”。

铁路客运的劳动对象是旅客,待运的旅客是“初态”,通过运输生产加工,旅客产生位移,到达了目的地,但是最后产品的“终态”仍然是旅客。运输生产加工对于旅客本身并没有留下任何可见的痕迹,只是在空间位置上发生了变化——位移。也就是说,旅客运输产品是人在空间上的移动即位移,其计量单位是“人·km”,旅客位移的产品总量称为旅客周转量。旅客周转量和货物周转量一样是铁路运输工作中最重要的数量指标之一。它是计算运输成本和劳动生产率依据。

办理客运业务的车站和列车段,是客运的基层单位,只参与旅客位移的部分过程。这些站、段的生产成果,对于旅客位移的全过程来说,相当于半成品。这些站、段为了加强本身的管理,无论直接或间接参与旅客位移活动,其生产成果都看成是本单位的产品,不过这种产品的概念与客运产品的概念有着原则的区别。这些站、段所谓的产品一般都是工作指标。

基层站、段为了工作的需要,各自确定自己的产品概念,这样可以使生产的目性更加明确,对于广泛深入开展全面质量管理活动具有重要的实际意义。客运站面向广大旅客的服务工作,可按表 2-1 确定各种不同的产品。

表 2-1 基层站、段的产品

输入原料	加工	输出产品	计量单位
旅客 { 发送 到达	{ 售票(中转签字) 进站候车 上车(出发) 下车 出站	发送(出)旅客 到达(出站)旅客	人
行李 包裹 { 发送 到达	{ 承运 (中转) 装车(挂出) 卸车 交付	发送(出)行包 到达(出站)行包	件,批,吨

二、旅客运输产品的特点和质量特征

1. 旅客运输产品的特点

旅客运输产品与其他工业产品相比,具有其自身的特点。

(1)不具有实物形态。旅客的位移是一种物质变化的形式,但这种变化不具有可以持续存在的实物形态。因此,客运产品的生产过程和产品的消费过程是融合在一起的,产品不能存储,也不能调拨。

(2)具有差异性。旅客运输产品的位移是有具体条件的,这是由于不同层次的旅客有不同层次的旅行需求,如日期、车次、发到站、席别等,这些需求条件,可看成是位移产品的不同型号和规格,客票则是旅客购买客运产品的票据或合同。

(3)具有时空性。旅客运输的生产过程是在一定时间内改变旅客的空间位置,这种位置的改变必须安全、迅速、及时。由于旅客的位移有具体条件,因此要求在时间上和空间上准确无误。

2. 旅客运输产品的质量特性

旅客运输产品虽然不具有实物形态,但和工农业产品一样,也有质量特性。铁路旅客运输服务质量是指铁路旅客运输服务满足旅客、货主明确或隐含需要能力特性的总和。旅客运输产品的质量特性包括安全、迅速、准确、经济、便利、舒适和文明服务等方面。旅客根据这些质量特性满足的程度来判断旅客运输产品质量的好坏。

(1)安全性。安全是旅客运输的基本要求之一。在运输过程中,除了由于不可抗力或由于旅客本身的机能而无法防止以外,运输企业不能使旅客造成心理或生理机能的损伤。目前在世界范围内每年因车祸造成的伤亡人数数以百万计,成为众所瞩目的“公害”。各国政府都采取了许多确保安全的措施。在我国,旅客运输市场基本上属于供不应求的卖方市场,客运设备还不够现代化,可能产生火灾、爆炸、跳车、坠车、挤伤、烫伤、摔伤、击伤、轧伤、砸伤以及食物中毒等旅客伤亡事故。因此,千方百计保证旅客的安全,是客运人员的基本职责。

旅行过程中,除了要保障人身安全外,还应保证财产安全。旅客携带的行李、包裹,在旅行过程中应做到完好无损。

(2)快速性。旅客输送速度,是旅客运输服务最重要的质量指标之一。旅客在旅途中的各种时间消耗,是评价旅客旅行生活质量高低的主要影响因素之一。运送速度越快,旅客在旅途中所耗费的时间和精力就越少,这样旅客可以把更多的时间和精力投入到工作、学习和休息中去。

(3)准确性。准确性包括时间准确和空间准确两个方面。时间准确是指旅客列车应当按列车时刻表的规定正点将旅客运送到目的地,不应随便晚点,更不能无故停运。空间上的准

确,是指铁路必须按照客票的规定将旅客准确的运送到目的地。铁路运输方式的全天候性(不受时间、气候的影响)也是实现其客运产品准确性的重要保障。准确、及时是广大旅客对客运工作的共同要求之一。因此,客运企业必须采取一切措施,准时发车,正点运行,准时到达,防止误乘、误降,以满足旅客对准确性方面的要求。

(4)经济性。客票的票价直接影响着广大旅客的经济负担,是影响国计民生的大事。铁路应努力降低成本,尽可能减少旅客运、杂费的开支,为旅客提供经济的旅行条件。

(5)方便性。狭义的便利是指旅客在办理旅行手续方面的便利,如购票、上车、下车、行包托运及提取等,手续要力求简便;一切要从方便旅客出发,增加售票地点和窗口的设置,改进客票预售、送票、行包接取送达等业务组织。广义的便利还包括铁路运输事业的发展,路网四通八达,畅通无阻。总之,铁路运输越便利,旅客为旅行所花费的时间、物力、财力也就越少。因此,铁路应扩大运能,增加营业网点,采取各种有效措施,减少不必要的手续和不必要的中间环节,为旅客创造便利条件。

(6)舒适性。随着人民物质文化生活水平的提高及交通运输业的发展,人们对旅行的舒适性要求不断提高。因此,要求改善铁路客车车辆的技术性能和车厢内部设备、客运站服务设施等,最大限度地满足旅客对舒适性的要求,使旅客获得热情周到、文明礼貌的服务,全面提高旅行生活质量。

三、旅客运输产品的质量指标

旅客运输产品的质量指标主要包括旅客安全指标、旅客列车正点指标、旅客旅行的方便性指标、旅行的舒适性指标等方面。

1. 旅客安全指标

(1)旅客伤亡事故件数和旅客伤亡人数,是指车站、列车(段)、分局、铁路局或全路在一定时期内由于本单位责任事故造成旅客死亡和受伤的事故件数及总人数,通常用旅客伤亡事故发生率作为考核分局以上单位旅客运输安全的相对指标。它是指分局、铁路局或全路在一定时期内,每完成 1 亿人·km 旅客周转量所发生的旅客伤亡事故件数,即:

$$\alpha_{\text{事故}}^{\text{旅客}} = \frac{G_{\text{旅客}}}{(\sum AL)/100\,000\,000} \quad [\text{件}/(\text{亿人} \cdot \text{km})]$$

式中 $G_{\text{旅客}}$ ——旅客伤亡事故件数。

(2)行李包裹责任事故件数,是指车站、列车(段)、分局或铁路局及全路在一定时期内结案的由于本单位责任造成的行李包裹事故的总件数。它包括由本单位结案属于本单位责任和由外单位结案属于本单位责任的件数。

$$\begin{aligned} G_{\text{行包}} &= G_{\text{行李}} + G_{\text{包裹}} \\ G_{\text{行包}} &= G_{\text{行包}}^{\text{自结}} + G_{\text{行包}}^{\text{外结}} \end{aligned}$$

式中 $G_{\text{行包}}$ ——行李包裹事故件数;

$G_{\text{行包}}^{\text{自结}}$ ——本单位结案的本单位责任事故件数;

$G_{\text{行包}}^{\text{外结}}$ ——外单位结案的本单位责任事故件数;

$G_{\text{行李}}$ ——行李责任事故件数;

$G_{\text{包裹}}$ ——包裹责任事故件数。

为了全面考核行李包裹运输的质量,常用行李包裹责任事故发生率作为考核指标,即:

$$\alpha_{\text{行李事故}} = \frac{G_{\text{行李}}}{G_{\text{行李总}}} \times 100\%$$

$$\alpha_{\text{包裹事故}} = \frac{G_{\text{包裹}}}{G_{\text{包裹总}}} \times 100\%$$

$$\alpha_{\text{行包事故}} = \frac{G_{\text{行包}}}{G_{\text{行包总}}} \times 100\%$$

2. 列车正点指标

(1) 旅客列车始发正点百分率,是指一定时期内,全路、铁路局或分局、车务段、车站正点发出的旅客列车次数在发出旅客列车总次数中所占的比重,即:

$$\gamma_{\text{发}} = \frac{n_{\text{正点发}}}{n_{\text{发}}} \times 100\%$$

旅客列车始发正点率是反映铁路工作和服务水平的一个综合性指标。保证旅客列车始发正点,是保证按图行车的键。始发正点率愈大愈好。

(2) 旅客列车运行正点百分率,是指在一定时期内,全路、铁路局、分局、车务段正点到达列车终到站或各铁路局、分局分界站的列车次数在到达列车总次数中所占的比重,即:

$$\gamma_{\text{运}} = \frac{n_{\text{正点到}}}{n_{\text{到}}} \times 100\%$$

3. 方便性指标

方便性指标考核旅客在旅行过程中能否得到便捷的服务。主要包括售票方式便捷,中转换乘简便,行包托运提取手续简便,列车上餐饮供应方便。衡量的指标有:

(1) 旅客列车开行间隔 $I_{\text{间}}$ (频率),指合理开车时间范围内开行同方向列车的间隔时分。

$$I_{\text{间}} = \frac{T_{\text{时}}}{n}$$

式中 $T_{\text{时}}$ —— 24 h 中适合开行旅客列车的时间段(时分数);

n —— 在合理开车时间范围内开出的同方向旅客列车数。

开行间隔时间小,旅客在站滞留时间短, $I_{\text{间}}$ 越小旅客越方便。

(2) 旅客旅行总时间 $I_{\text{总旅}}$,是从旅客准备出发旅行开始到旅客到达目的地所花费的总时间。这是旅客选择某种客运方式时考虑的很重要的因素。

$$T_{\text{总旅}} = t_{\text{站候}} + t_{\text{旅}} + t_{\text{换}}$$

式中 $t_{\text{站候}}$ —— 旅客上车前,在车站等候时间;

$t_{\text{旅}}$ —— 旅客在列车运行途中经过的全部时间;

$t_{\text{换}}$ —— 旅客旅行途中换乘中转时间。

(3) 售票时间 $T_{\text{售票}}$,指旅客有了旅行需求从住宿地出行开始到售票处买到车票时止所需的时间。

售票是旅客接受旅行服务过程的开始,也是旅客感觉某种方式是否方便的敏感点。要想压缩 $T_{\text{售票}}$,必须建立计算机网络预售票系统,并设售票代办点。计算公式如下:

$$T_{\text{售票}} = t_{\text{出行}} + t_{\text{候票}} + t_{\text{办票}}$$

式中 $t_{\text{出行}}$ —— 从住宿地至售票处所花费的时间;

$t_{\text{候票}}$ —— 旅客在售票处等候售票的时间;

$t_{\text{办票}}$ —— 旅客办理售票手续的时间。

4. 舒适性指标

舒适性指标考核旅客在旅行过程中从精神到物质条件上能否享受的心理和生理上的愉悦和舒适。

(1) 车站文明服务旅客满意率 P , 指感到满意的旅客人数占抽样调查旅客总人数的百分比。其计算公式为:

$$P = \frac{\alpha}{A_{\text{抽}}}$$

式中 $A_{\text{抽}}$ —— 抽样调查总人数;

α —— 感到满意的旅客人数。

(2) 客车车辆人均占有面积 S_0 , 指按标准坐席旅客在列车上人均占有的基本面积。在客车车辆设计规范中应作明确规定。日本规定为 $S_0 \geq 0.82 \text{ m}^2/\text{人}$, 世界上发达国家 $0.82 \text{ m}^2/\text{人} \leq S_0 \leq 1.18 \text{ m}^2/\text{人}$, 目前我国仅为 $0.57 \text{ m}^2/\text{人}$ 。

(3) 乘坐舒适度, 指旅客在乘坐列车过程中, 环境保持安静, 运行平稳。为此在设计时就必须考虑最小曲线半径、横向加速度临界值、外轨超高时间变化率、车体振动加速度和横向加速度、噪音频率等, 这些参数都应按乘坐舒适度评价试验或国外经验值确定。

(4) 站车环境舒适度, 是考虑舒适度时不可忽略的一个重要方面, 要提高旅行生活质量, 必须有良好适宜的环境。

旅行卫生环境标准:

① 温度。有空调设备室温夏季 $24 \sim 28 \text{ }^\circ\text{C}$, 冬季 $18 \sim 20 \text{ }^\circ\text{C}$, 没有空调设备的室温冬季大于 $14 \text{ }^\circ\text{C}$ 。

② 湿度。室内相对湿度 $30\% \sim 70\%$ 。

③ 气流。夏季风速不得超过 0.35 m/s , 冬季不得超过 0.2 m/s 。

④ 客室内空气细菌总数, 夏秋季不宜超过 $4\,500 \text{ 个}/\text{m}^3$; 冬季不得超过 $6\,000 \text{ 个}/\text{m}^3$ 。

⑤ 客室内空气中二氧化碳浓度不得超过 0.15% 。

⑥ 客室内空气中一氧化碳浓度不得超过 $10 \text{ mg}/\text{m}^3$ 。

⑦ 室内噪声强度不得超过 70 dB(A) 。

⑧ 客室内采光、照明, 在 0.8 m 高处阅读面的照度, 车站为 $30 \sim 60 \text{ lx}$ (勒克司); 旅客列车内 $80 \sim 150 \text{ lx}$ (勒克司)。

⑨ 卧具使用前清洁状态, 细菌总数为 $0 \sim 10 \text{ 个}/10 \text{ cm}^2$ 。

⑩ 茶具未使用(清洁状态), 不得检出大肠菌群。

⑪ 旅客生活饮用水, 细菌总数不得超过 $100 \text{ 个}/\text{mL}$, 总大肠菌群小于 $3 \text{ 个}/\text{L}$, 水中余氯应小于 $0.3 \text{ mg}/\text{L}$ 。

⑫ 旅客居室(车厢内)夏季每人每小时补充新鲜空气 $20 \sim 25 \text{ m}^3$, 冬季 $15 \sim 20 \text{ m}^3$ 。

第二节 铁路旅客运输服务

一、服务与铁路客运服务

(一) 服务及服务的分类

1. 服务的涵义

服务是一种在销售活动中, 以等价交换的形式, 为满足企业、公共团体以及其他社会公众需求, 而提供的劳务活动。其包含两个要点:

(1) 服务的目的是交易和满足顾客需要。离开交易, 就不会发生服务业的服务。如父母照

看自己的孩子不能叫做“服务”，而保姆照看他人的孩子叫做“服务”，因为这里有“交易”。同时，服务交易的目的就是满足顾客的需要。

(2)服务是无形的，不发生实物所有权的转移。一切服务本质上都是无形的，不但像教师、律师、旅客运输等行业的服务是无形的，而且像零售、通信、金融、旅游等具有一定有形(实体)成分的服务本质上也是无形的。如零售业的商品、店堂环境和营业人员是有形的，但这些实体部分不是零售服务的本质，零售服务的本质是一种商品买卖服务，后者是抽象的、无形的。同时，一切服务的交易都不发生实物所有权的转移。百货商店的零售服务在形式上发生了实物(商品)所有权的转移，但从实质上百货商店进行的是买进卖出的零售服务，在零售服务中转移的实质上只是他人的实物所有权。

2. 服务的分类

(1)按顾客参与服务活动的程度，可将服务分为高接触性服务、中接触性服务和低接触性服务三大类。

高接触性服务，指消费者在服务活动中参与其中全部或大部分活动及过程。旅客运输业是典型的高接触性服务行业。

中接触性服务，指消费者部分地或在局部时间内参与服务活动过程，如银行、律师等提供的服务。

低接触性服务，指消费者与服务提供者接触较少，他们的接触大部分要借助于特定的仪器设备，如邮电部门提供的服务。

(2)根据提供服务的手段不同，可以划分为以机器设备为基础(如自动售货机，自动提款机)和以人为基础(如咨询服务)及二者兼顾三种类型。

(3)根据顾客在服务现场存在必要性的大小，可分为顾客必临现场和非必临现场两种服务。运输、理发等属前者，而汽车修理等则属后者。

(4)根据服务活动的特征，可划分为作用于人的服务(如旅客运输、理发等)和作用于物的服务，如货物运输等。

从上面的分析可以看出，铁路客运服务属于与顾客高接触性的服务；从服务手段上看，既依赖于机器设备(机车车辆)，也依赖于人(服务人员提供的服务)；在服务中，旅客必须到场。

(二)铁路客运服务

铁路旅客运输服务是指为满足旅客和行包托运人、收货人的需要，凡从事铁路旅客运输业务和与铁路企业签订合同，在站、车内从事经营活动的单位和个人与旅客、货主接触的活动的和其内部经营活动所产生的结果。

服务的实质是在旅行过程中，以旅客需求为中心，为旅客提供安全舒适的乘载工具和良好的环境，使旅客得到便捷的服务。具体表现在如下几个方面：买票便捷；旅行时间少；安全、正点率高；乘坐环境舒适；服务周到、态度好；票价合理。因此要求铁路客运供给方防止一切旅客伤亡责任事故，使列车正点到发；在车厢内装备现代化设备，并配备高素质的列车服务人员提供优质的服务；办理旅行手续简捷；收费规范、对团体客票给予优惠；为方便旅客售票，增设售票点实现计算机售票，逐步开设电话订票业务；优化列车开行方案，提倡列车高密度、多等级，在一些大城市间开行夕发朝至等精品列车；全面提高旅客列车的旅行速度等。