

## 城市轨道交通系列

城市轨道交通概论  
城市轨道交通专业英语  
城市轨道交通车站设备  
城市轨道交通车辆构造  
城市轨道交通车辆检修  
城市轨道交通供电技术  
城市轨道交通班组管理

城市轨道交通通信技术  
城市轨道交通信号技术  
城市轨道交通客运组织  
城市轨道交通行车组织  
城市轨道交通票务管理  
城市轨道交通运营安全  
► 城市轨道交通服务礼仪

策划编辑: 高 锐  
责任编辑: 袁 宁 贺兰晚  
封面设计: 李 甲



定价: 36.00元

高等职业教育城市轨道交通系列创新教材

城市轨道交通服务礼仪

高等职业教育城市轨道交通系列创新教材

“互联网+”新形态教材



# 城市轨道交通服务礼仪

赵 铎 常 博 主编  
何 鹏 主审

中国石油大学出版社  
CHINA UNIVERSITY OF PETROLEUM PRESS

中国石油大学出版社  
CHINA UNIVERSITY OF PETROLEUM PRESS

### 图书在版编目(CIP)数据

城市轨道交通服务礼仪/赵铎,常博主编. —青岛:中国石油大学出版社,2015.1(2024.6重印)  
ISBN 978-7-5636-4617-3

I. ①城… II. ①赵… ②常… III. ①城市铁路—铁路运输—服务人员—礼仪—高等教育—教材 IV. ①F530.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 034623 号

如有印装质量问题,请与中国石油大学出版社发行部联系。  
服务电话:400-615-1233

书 名:城市轨道交通服务礼仪  
CHENGSHI GUIDAO JIAOTONG FUWU LIYI

主 编:赵 铎 常 博

责任编辑:袁 宁 贺兰晔

封面设计:李 甲

出 版 者:中国石油大学出版社  
(地址:山东省青岛市黄岛区长江西路 66 号 邮编:266580)

网 址: <http://cbs.upc.edu.cn>

电子邮箱: [uppbok@upc.edu.cn](mailto:uppbok@upc.edu.cn)

排 版 者:华腾教育排版中心

印 刷 者:大厂回族自治县聚鑫印刷有限责任公司

发 行 者:中国石油大学出版社(电话 010-88433760)

开 本:787 mm×1 092 mm 1/16

印 张:11.75

字 数:286 千字

版 印 次:2015 年 1 月第 1 版 2024 年 6 月第 8 次印刷

书 号:ISBN 978-7-5636-4617-3

定 价:36.00 元

# 总

# 序

# Foreword

随着我国经济持续快速发展和城市规模不断扩大,城市交通需求急剧膨胀,地面交通容量迅速饱和,交通能力和交通需求之间的矛盾日益突出。同时,环境保护也对城市交通提出了新要求。在此形势下,城市轨道交通成为改善城市交通状况和缓解环境污染的有效途径。全国多个大中城市已经或者计划开展城市轨道交通建设,根据中国城市轨道交通协会统计,截至 2023 年年底,中国内地共有 59 个城市开通运营城市轨道交通,城市轨道交通运营线路总长度达 11 224.54 km。城市轨道交通凭借其运能大、速度快、能耗低、污染少、安全准点等特点,已经成为缓解城市交通压力的最主要工具之一。

由于我国大部分城市轨道交通建设起步较晚,项目建设规模较大且速度较快,因此导致专业人才培养跟不上形势的发展,供不应求。各地职业院校纷纷开设了城市轨道交通相关专业来适应城市轨道交通建设和运营需要大量高素质专业技术人员的要求。为了促进和规范城市轨道交通系列教材体系建设,适应当前职业教育“校企合作,工学结合”的教学改革形式,我们特组织一批具有丰富教学经验的一线教师和企业人员编写了城市轨道交通系列规划教材。

本系列教材具有如下特色:

(1)严格按照国家相关标准和技术规范,并结合国内各大城市轨道交通建设运营实际情况,以项目教学的形式进行编排。

(2)突出职业教育的特色,教材内容的组织围绕职业能力的培养,侧重于实际工作岗位操作技能的培养。

(3)注重基本理论知识学习和动手能力训练相结合,根据需求和实际情况有针对性地设置了“练一练”环节,以增强学生的实际操作能力。

(4)注重城市轨道交通岗位需求和学生职业发展相结合,强调以学生为中心,满足培养面向城市轨道交通建设、运营、管理一线需要的高素质技术技能人才的目标要求。

为支持“立体化”教学,我们为本系列教材精心策划了精品教学资料包,向教师免费提供课程标准、教学课件、教学检测、教学资源推荐、课后习题答案、图片库、视频库等资源,以支持网络化及多媒体等现代教学方式,有效提升教学质量。

希望各职业院校在使用本系列教材的过程中提出宝贵的意见和建议,我们将认真接受,不断完善。

编审委员会





城市轨道交通是现代化大城市广泛采用的一种安全、快速、舒适、环保的大运量有轨运输形式。城市轨道交通的迅速发展,对改善群众出行条件、解决城市交通拥堵、节约土地资源、促进节能减排、推进产业升级换代、引导城市布局调整、推动城市经济发展起到了很大的作用。与此同时,伴随着轨道交通的大发展,城市对轨道交通行业的专业技术人员、管理人员和基层人员的需求量也在不断增加。如何尽快培养出符合轨道交通需求的高质量人才也就成为开设轨道交通类专业的院校必须考虑的问题。

为了保证所培养的人才满足职业需求,校企合作也在不断加强。通过和地铁公司的合作交流,我们针对轨道交通运营企业的岗位需求,组织专业教师与地铁一线的工作人员共同编写了本书。

本书内容及学时安排(推荐)见下表:

| 单元序号 | 内 容             | 学 时 |
|------|-----------------|-----|
| 单元一  | 城市轨道交通服务礼仪基本知识  | 4   |
| 单元二  | 城市轨道交通服务人员的职业礼仪 | 4   |
| 单元三  | 城市轨道交通服务人员的仪容神态 | 6   |
| 单元四  | 城市轨道交通服务人员的服饰礼仪 | 6   |
| 单元五  | 城市轨道交通服务人员的仪态礼仪 | 8   |
| 单元六  | 城市轨道交通服务人员的沟通礼仪 | 8   |
| 单元七  | 城市轨道交通车站客运服务礼仪  | 12  |
| 单元八  | 城市轨道交通乘客投诉处理    | 6   |
| 单元九  | 城市轨道交通服务的质量评价   | 6   |
| 总计   |                 | 60  |

本书由陕西交通职业技术学院赵铎和常博任主编,陕西交通职业技术学院陈戈和周勇任副主编,编写分工如下:单元一由周勇编写,单元二由陈戈编写,单元三、单元四、单元五和单元九由赵铎编写,单元六、单元七和单元八由常博编写。本书由陕西交通职业技术学院何鹏教授主审。



本书在编写过程中得到了西安地铁公司、北京地铁公司、广州地铁公司等单位的大力支持;同时,引用了西安、北京、广州等城市轨道交通运营企业的运营资料及有关作者发表的城市轨道交通的相关文献,在此向有关专家及部门表示衷心的感谢。

由于编者的经验和水平有限,书中难免存在不足之处,敬请广大读者批评指正。

编 者

## 目

## 录

## Contents

**单元一 城市轨道交通服务礼仪基本知识 ..... 1****学习目标 ..... 1****第一节 服务 ..... 2**

一、服务的含义 ..... 2

二、服务的特征 ..... 3

**第二节 礼仪 ..... 3**

一、礼仪的含义 ..... 4

二、礼仪的内容 ..... 4

三、礼仪的特征 ..... 5

四、礼仪的原则 ..... 6

**第三节 服务礼仪的基本理论及应用 ..... 9**

一、服务礼仪的基本理论 ..... 9

二、服务礼仪基本理论的应用 ..... 11

**第四节 城市轨道交通服务礼仪概述 ..... 12**

一、城市轨道交通服务礼仪的含义 ..... 12

二、城市轨道交通服务礼仪的作用及意义 ..... 12

三、城市轨道交通服务礼仪的内容 ..... 13

**学习评价 ..... 15****单元二 城市轨道交通服务人员的职业礼仪 ..... 17****学习目标 ..... 17****第一节 礼仪素养 ..... 18**

一、提高礼仪素养的途径 ..... 18

二、礼仪素养的实践 ..... 19

**第二节 服务素质 ..... 20**

一、服务意识 ..... 21

二、服务态度 ..... 21

三、服务形象 ..... 22

四、服务知识 ..... 23

五、服务技能 ..... 23

**第三节 热情服务 ..... 24**

一、热情服务的要求 ..... 24

二、实现热情服务要求 ..... 25



|                    |    |
|--------------------|----|
| <b>第四节 情绪与情绪管理</b> | 25 |
| 一、情绪的含义            | 25 |
| 二、情绪管理             | 26 |
| <b>学习评价</b>        | 30 |



### 单元三 城市轨道交通服务人员的仪容神态 31

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| <b>学习目标</b>                 | 31 |
| <b>第一节 服务人员仪容仪表的基本要求</b>    | 32 |
| <b>第二节 服务人员仪容仪表修饰的原则和要求</b> | 33 |
| 一、仪容仪表修饰的原则                 | 34 |
| 二、仪容仪表修饰的要求                 | 35 |
| <b>第三节 服务人员的卫生习惯和行为习惯</b>   | 38 |
| 一、服务人员的卫生习惯                 | 38 |
| 二、服务人员的行为习惯                 | 39 |
| <b>第四节 服务人员神态的具体要求</b>      | 40 |
| 一、微笑服务                      | 41 |
| 二、眼神交流                      | 42 |
| <b>学习评价</b>                 | 44 |



### 单元四 城市轨道交通服务人员的服饰礼仪 45

|                           |    |
|---------------------------|----|
| <b>学习目标</b>               | 45 |
| <b>第一节 服饰礼仪的作用与影响</b>     | 46 |
| 一、服饰礼仪的作用                 | 46 |
| 二、服饰礼仪的影响                 | 46 |
| <b>第二节 服务人员着装的基本原则与禁忌</b> | 48 |
| 一、服务人员着装的基本原则             | 48 |
| 二、服务人员着装的禁忌               | 50 |
| <b>第三节 男士服饰的选择与穿着</b>     | 51 |
| 一、男士西服的穿着规范               | 51 |
| 二、男士西服的穿着禁忌               | 52 |
| <b>第四节 女士服饰的选择与穿着</b>     | 54 |
| 一、女士职业装的选择                | 54 |
| 二、女士职业装的穿着规范              | 55 |
| 三、女士职业装的穿着禁忌              | 55 |
| <b>第五节 饰品礼仪</b>           | 56 |
| 一、常见饰品的佩戴礼仪               | 57 |
| 二、饰品佩戴的原则                 | 58 |
| <b>学习评价</b>               | 59 |

**单元五 城市轨道交通服务人员的仪态礼仪 ..... 61**

|            |    |
|------------|----|
| 学习目标 ..... | 61 |
|------------|----|

**第一节 面部礼仪 ..... 62**

|                   |    |
|-------------------|----|
| 一、面部礼仪的基本原则 ..... | 62 |
| 二、面部礼仪的基本要素 ..... | 62 |
| 三、面部礼仪的练习方法 ..... | 65 |

**第二节 站姿 ..... 66**

|                    |    |
|--------------------|----|
| 一、基本站姿和站姿要领 .....  | 66 |
| 二、工作中不同的站姿形式 ..... | 66 |
| 三、站姿禁忌 .....       | 66 |
| 四、站姿训练 .....       | 67 |

**第三节 坐姿 ..... 68**

|                 |    |
|-----------------|----|
| 一、坐姿的基本要求 ..... | 68 |
| 二、女士的坐姿 .....   | 68 |
| 三、男士的坐姿 .....   | 69 |
| 四、坐姿禁忌 .....    | 69 |
| 五、坐姿训练 .....    | 70 |

**第四节 行姿 ..... 70**

|                 |    |
|-----------------|----|
| 一、行姿的基本要求 ..... | 70 |
| 二、行姿标准 .....    | 71 |
| 三、行姿禁忌 .....    | 71 |
| 四、行姿训练 .....    | 72 |

**第五节 蹲姿 ..... 72**

|                 |    |
|-----------------|----|
| 一、蹲姿的基本要求 ..... | 72 |
| 二、蹲姿的不同形式 ..... | 72 |
| 三、蹲姿禁忌 .....    | 73 |
| 四、蹲姿训练 .....    | 73 |

**第六节 手势 ..... 73**

|                 |    |
|-----------------|----|
| 一、手势的基本要求 ..... | 73 |
| 二、手势禁忌 .....    | 74 |
| 三、手势训练 .....    | 74 |

|            |    |
|------------|----|
| 学习评价 ..... | 75 |
|------------|----|

**单元六 城市轨道交通服务人员的沟通礼仪 ..... 77**

|            |    |
|------------|----|
| 学习目标 ..... | 77 |
|------------|----|

**第一节 会面礼仪 ..... 78**

|              |    |
|--------------|----|
| 一、问候礼仪 ..... | 78 |
| 二、称呼礼仪 ..... | 78 |





|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| 三、礼貌用语礼仪 .....        | 79        |
| 四、致意礼仪 .....          | 80        |
| 五、鞠躬礼仪 .....          | 81        |
| 六、握手礼仪 .....          | 82        |
| <b>第二节 电话礼仪 .....</b> | <b>84</b> |
| 一、做好准备工作 .....        | 84        |
| 二、接听电话 .....          | 84        |
| 三、结束通话 .....          | 84        |
| <b>第三节 交谈礼仪 .....</b> | <b>85</b> |
| 一、谈话的表情 .....         | 85        |
| 二、文明规范的服务语言 .....     | 85        |
| 三、应答礼仪 .....          | 86        |
| <b>第四节 引导礼仪 .....</b> | <b>88</b> |
| 一、引导方法 .....          | 88        |
| 二、引导手势 .....          | 88        |
| <b>学习评价 .....</b>     | <b>89</b> |



## 单元七 城市轨道交通车站客运服务礼仪 ..... 91

|                                      |            |
|--------------------------------------|------------|
| <b>学习目标 .....</b>                    | <b>91</b>  |
| <b>第一节 城市轨道交通车站客运服务人员的基本要求 .....</b> | <b>92</b>  |
| 一、仪容仪表的要求 .....                      | 92         |
| 二、着装的要求 .....                        | 94         |
| 三、行为举止的要求 .....                      | 97         |
| 四、服务用语的要求 .....                      | 98         |
| <b>第二节 乘客服务中心的服务 .....</b>           | <b>98</b>  |
| 一、乘客服务中心服务的基本职责 .....                | 99         |
| 二、乘客服务中心服务的基本要求 .....                | 99         |
| 三、单程票发售服务 .....                      | 99         |
| 四、一卡通发卡和充值服务 .....                   | 101        |
| 五、福利票发售服务 .....                      | 103        |
| 六、处理坏票及其他票务服务 .....                  | 103        |
| <b>第三节 站厅服务 .....</b>                | <b>104</b> |
| 一、站厅服务的基本职责 .....                    | 104        |
| 二、站厅服务的基本要求 .....                    | 105        |
| 三、安全检查服务 .....                       | 105        |
| 四、监票服务 .....                         | 108        |
| 五、自助售票服务 .....                       | 111        |
| <b>第四节 站台服务 .....</b>                | <b>112</b> |
| 一、站台服务的基本职责 .....                    | 112        |
| 二、站台服务的基本要求 .....                    | 113        |



|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 三、乘客候车服务                 | 114 |
| 四、问询引导服务                 | 114 |
| 五、乘客广播服务                 | 115 |
| <b>第五节 车站应急服务与特殊乘客服务</b> | 116 |
| 一、车站应急服务                 | 116 |
| 二、特殊乘客服务                 | 117 |
| <b>第六节 列车司机服务</b>        | 119 |
| 一、列车司机服务的基本要求            | 119 |
| 二、列车司机服务常见问题的处理          | 120 |
| <b>第七节 车站维修人员服务</b>      | 121 |
| 一、车站维修人员服务的基本要求          | 121 |
| 二、车站维修人员常见问题的处理          | 121 |
| <b>第八节 车站客运服务技巧</b>      | 121 |
| 一、秉承积极的服务态度              | 121 |
| 二、了解乘客需求                 | 122 |
| 三、避免乘客纠纷                 | 123 |
| 四、化解乘客矛盾                 | 123 |
| <b>学习评价</b>              | 124 |



## **单元八 城市轨道交通乘客投诉处理** 125

|                        |     |
|------------------------|-----|
| <b>学习目标</b>            | 125 |
| <b>第一节 乘客投诉分析</b>      | 126 |
| 一、正确认识乘客投诉             | 126 |
| 二、乘客投诉的分类              | 127 |
| 三、乘客投诉产生的过程及投诉的原因      | 130 |
| <b>第二节 乘客投诉事件的处理原则</b> | 131 |
| 一、安全第一、乘客至上的原则         | 131 |
| 二、不推脱责任的原则             | 131 |
| 三、先处理情感,后处理事件的原则       | 132 |
| 四、包容乘客的原则              | 133 |
| <b>第三节 乘客投诉的处理技巧</b>   | 134 |
| 一、用心倾听                 | 134 |
| 二、了解乘客投诉的心理期望          | 136 |
| 三、真诚道歉                 | 136 |
| 四、协商解决                 | 137 |
| 五、快速采取措施               | 137 |
| 六、感谢乘客                 | 138 |
| <b>第四节 乘客投诉案例分析</b>    | 138 |
| 一、因业务能力不强或设备故障而引起的投诉   | 138 |
| 二、因乘客不了解地铁规定而引起的投诉     | 139 |



|                                                                                                                      |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 三、因服务态度不好引起的投诉 .....                                                                                                 | 139        |
| 四、因工作人员的不作为引起的投诉 .....                                                                                               | 140        |
| 五、多原因引起的投诉 .....                                                                                                     | 141        |
| 学习评价 .....                                                                                                           | 145        |
|  <b>单元九 城市轨道交通服务的质量评价</b> .....     | <b>147</b> |
| 学习目标 .....                                                                                                           | 147        |
|  <b>第一节 城市轨道交通服务质量概述</b> .....      | <b>148</b> |
| 一、城市轨道交通服务质量的含义 .....                                                                                                | 148        |
| 二、城市轨道交通服务质量的内容 .....                                                                                                | 148        |
| 三、城市轨道交通服务质量的评价体系 .....                                                                                              | 150        |
|  <b>第二节 城市轨道交通服务质量评价模型与方法</b> ..... | <b>152</b> |
| 一、城市轨道交通服务质量评价的分类 .....                                                                                              | 152        |
| 二、城市轨道交通服务质量的评价模型 .....                                                                                              | 153        |
| 三、城市轨道交通服务质量的评价方法 .....                                                                                              | 156        |
|  <b>第三节 城市轨道交通服务质量的评价实例</b> .....   | <b>162</b> |
| 一、评价方法 .....                                                                                                         | 162        |
| 二、问卷测试对象的选择 .....                                                                                                    | 162        |
| 三、地铁服务质量的调查结果 .....                                                                                                  | 163        |
| 学习评价 .....                                                                                                           | 167        |
|  <b>附 录 求职面试礼仪</b> .....          | <b>168</b> |
|  <b>参考文献</b> .....                | <b>177</b> |



# 1

## 单元一

### 城市轨道交通服务礼仪基本知识

#### 学习目标

- 了解服务的含义和特征。
- 了解礼仪的含义、内容、特征和原则。
- 掌握服务礼仪的各种理论。
- 掌握城市轨道交通服务礼仪的含义、意义及内容。



中国是具有五千年文明历史的泱泱大国,五千年的文明使我国当之无愧地享有“礼仪之邦”的美誉。中华大地是人类文明的发祥地之一,中华文化源远流长,在中华民族的发展历程中,礼仪的作用和影响非常深远。重礼、守礼、讲礼、遵礼,已经逐渐成为我国人民的一种自觉意识,贯穿于社会交往的各个方面。

当今,随着城市化的快速发展,交通拥堵问题已成为城市建设中必须解决的难题。轨道交通因具有快捷、舒适等其他交通方式无法比拟的优越性,而成为城市交通发展新的热点和重点。城市轨道交通行业正处在大发展、大建设时期,目前,我国已成为世界上轨道交通发展速度最快的国家,建设线路和规划线路的规模都十分可观,在此种形势下,轨道交通服务礼仪也自然应当被轨道交通服务人员普遍应用。学礼、知礼、用礼已经成为城市轨道交通服务人员提供优质服务的必要保证。

## 第一节 服 务

### 一、服务的含义

服务是指服务方按照被服务方的意愿和要求,为满足被服务方的需要而提供相应满意活动的过程。

服务过程中包括两方:一方是服务方,另一方是被服务方。服务方是根据被服务方的意愿提供服务活动的一方,处于服务过程中的被支配地位;被服务方是提出服务要求,要求服务方给予满足的一方,处于服务过程中的支配地位。

服务的产生过程实质上是一个将部分家务劳动转变为带有交换性质的服务劳动的过程,其目的是为了解决人们实际生活中的难题。它是伴随着人类需求的不断增长而发展起来的。

图 1-1 所示为地铁工作人员引导乘客的情景。



图 1-1 地铁工作人员引导乘客的情景



## 二、服务的特征

服务作为一种特定的产品与一般产品相比,具有以下几个特征:

### (一)无形性

服务的无形性是指服务与有形的实体产品相比,其特质及组成服务的元素是无形无质的,而且具有同时性这一特征,也就是说服务的生产和消费大都是同时进行的,服务的生产过程,同时也是服务的消费过程。服务过程只可以感觉,不具有可视性。消费者关注的不仅是有形的物质产品,而且更加注重作为产品有机组成部分的服务的无形性,而服务质量在很大程度上是依靠服务人员的表现来实现的。无形性是服务的最基本特征。

### (二)不可储存性

服务的不可储存性是指服务不像有形的产品那样可以储存起来,以备将来出售或消费。服务产品的无形性、生产与消费的不可分离性,使其只能在生产的同时被即时消费。

### (三)差异性

服务的差异性是指服务的构成成分及质量水平存在不同,很难控制。服务行业是以“人”为中心的产业,服务虽然有一定的标准,但会因人、因时、因地而表现出差异性。比如,有经验的员工和没有经验的员工提供给客人的服务就会相差很大,有服务热情的员工与缺乏服务热情的员工提供给客人的服务也会不一样,同一位员工受到激励和缺乏激励时提供给客人的服务效果也不会一样。

### (四)评价的复杂性

实物产品由于具有实体性的特点,因此可以按照统一的工艺流程进行生产,按照统一的技术标准进行评价,而测评无形的、不能储存的服务产品则无疑要复杂得多,服务企业也很难通过标准化管理来保证服务产品的质量。

服务的本质是满足他人需求的行为,而不是满足自身需要的活动。

## 第二节 礼 仪

“礼仪”一词,最早见于《诗经》和《礼记》。今天,人们习惯把“礼”和“仪”合在一起作为整体来理解。但其实我国古代,“礼”和“仪”是作为两个不同的概念出现的。

“礼”在中国古代有多重含义。首先,礼是最高自然法则,是自然的总秩序、总规律。《左传·昭公二十五年》曰:“夫礼,天之经也,地之义也,民之行也。天地之经,而民实则之。则天之明,因地之性,生其六气,用其五行。气为五味,发为五色,章为五声。淫则昏乱,民失其性。是故为礼以奉之。”其次,礼是中国文化的总称,与政治、法律、宗教、哲学乃至文学、艺术等结合为一个整体,是中国文化的根本特征与标志。例如,《礼记·曲礼上》曰:“道德仁义,非礼不成;教训正俗,非礼不备;分争辩诉,非礼不决;君臣上下,父子兄弟,非礼不定;宦学事师,非礼不亲;班朝治军,莅官行法,非礼威严不行;祈祠祭祀,供给鬼神,非礼不诚不庄。”再次,礼还是“法度之通名”。国



图文

中华礼仪的演变及发展趋势



家的法律都可以通称为礼。

“仪”按照《辞源》上面的解释,包含两层含义:一是指容貌举止,如《诗经·大雅》中有“令仪令色,小心翼翼”;二是指法度、标准。《国语·周》中有“度之於轨仪”,这里的“仪”是指量器中的标准。《淮南子·修务》中说:“设仪立度,可以不法则。”这里的“仪”是指治理国家的法度。

现代人认为,“礼”一方面是指一般道德品质的含义,有礼貌(表示敬意)、礼节、礼俗甚至是礼物的意思;另一方面是指社会生活中由于风俗习惯而形成的为大家所共同遵守的仪式。“仪”是指法度、准则、典范、仪式、容貌、风度等。

由此可见,我国古代“礼仪”一词的含义与现代“礼仪”的含义有着明显的不同。随着人类文明的发展,特别是受西方现代文明的影响,“礼仪”逐渐演变成为人对他人的尊重与敬爱之意,成为人们在现代社会的人际交往中应该遵守的行为规范和准则。

## 一、礼仪的含义

礼仪是指按照一定的社会道德观念和风俗习惯,表达人们礼节、动作、容貌、举止的行为准则或规范。它是一种程序,有一定的套路,表现为一定的章法,只有遵守这些准则和规范,才能适应社会的发展。

礼仪是在一定社会关系中人们约定俗成、共同认可的行为规范。它最初表现为一些零散的规矩和习惯,随着社会的发展才逐渐上升为大家认可的,可以用语言、文字、动作进行准确描述和规定的行为准则,并成为人们有章可循,可以自觉学习和遵守的行为规范。

礼仪是一种情感互动的过程。在礼仪的实施过程中,既有施礼者的主动行为,也有受礼者的反馈行为,实现了双方情感的互动。

礼仪的目的是实现社会交往各方面的互相尊重,从而达到人与人之间关系的和谐。在现代社会中,礼仪体现了一个人对他人和社会的认知水平、尊重程度,是一个人学识、修养和价值的外在表现。

## 二、礼仪的内容

随着历史的发展和社会的进步,以及人类文明程度的不断提高,礼仪所涵盖的内容也在不断地发展和变化。现代礼仪主要包括如下几方面的内容:

### (一)礼节

礼节是人们在交际过程中逐渐形成的约定俗成的和惯用的各种行为规范的总和。礼节是社会外在文明的组成部分,具有严格的礼仪性质。它反映了一定道德原则的内容,反映了对人对己的尊重,是人们心灵美的外化。在阶级社会中,由于不同阶级的人在利益上的根本冲突,使得礼节多流于形式。在现代社会中,由于人与人之间地位平等,因此礼节从形式到内容都体现出人与人之间的相互平等、相互尊重和相互关心。当今世界是个多元化的世界,不同国家、不同民族、不同地区的人们在各自的生存环境中形成了各自不同的价值观、世界观和风俗习惯,其礼节从形式到内容都不尽相同。

现代礼节主要包括介绍的礼节、握手的礼节、打招呼的礼节、鞠躬的礼节、拥抱的礼节、亲吻的礼节、举手的礼节、脱帽的礼节、致意的礼节、作揖的礼节、使用名片的礼节、打电话的礼节、约会的礼节、聚会的礼节、舞会的礼节、宴会的礼节等。



## (二) 礼貌

礼貌是指人们在社会交往过程中良好的言谈和行为。礼貌是个体道德品质修养中最直接、最简单的体现,也是人类文明行为的最基本的要求。在现代社会中,使用礼貌用语、语气和蔼、行为得体、尊重他人已成为人们日常的行为规范。

礼貌主要包括口头语言的礼貌、书面语言的礼貌、态度的礼貌、行为举止的礼貌等。

## (三) 礼俗

我们常把民俗礼仪称为礼俗,它是泛指不同文化、不同地域的风俗习惯,是礼仪的一种特殊形式。礼俗普及于社会和群体之中,是人们在一定的环境中,在长期的认知和行为习惯中形成的,具有典型的文化、地域特色。

## (四) 仪表

仪表是指人的外表,包括仪容、服饰、体态等。仪表属于美的外在因素,反映人的精神状态。仪表美是一个人心灵美与外在美的和谐统一,美好纯正的仪表来自于高尚的道德品质,它和人的精神境界融为一体。端庄的仪表既是对他人的一种尊重,也是自尊、自重、自爱的一种表现。

## (五) 仪式

仪式是指行礼的具体过程或程序。它是礼仪的具体表现形式。仪式是一种比较正规、隆重的礼仪形式。人们在社会交往过程中或是在组织开展各项专题活动的过程中,常常要举办各种仪式,以体现出对某人或某事的重视。仪式往往具有程序化的特点,这种程序有些是约定俗成的。在现代礼仪中,仪式中的有些程序是必要的,有些则是可以简化的。因此,仪式也呈现出越来越简化的趋势。但是,有些仪式的程序是不可省略的,否则就是非礼。

常见的仪式主要包括开业仪式、开幕仪式、闭幕仪式、颁奖仪式、欢迎仪式、升旗仪式、入场仪式、颁奖仪式、宣誓仪式、交接仪式、捐赠仪式等。

# 三、礼仪的特征

现代礼仪主要有如下几项特征:

## (一) 文明性

礼仪是人类文明的结晶,是现代文明重要的构成部分。文明的宗旨是尊重,既是对他人也是对自己的尊重,这种尊重总是同人们的生活方式有机地、自然地融合到一起,成为人们日常生活、工作中的行为规范。这种行为规范包含着个人的文明素养,如待人接物热情周到、有礼有节,人们在交往中彼此尊重、和谐相处,这些都体现了人们日常生活中的文明。总之,礼仪是人们内心文明与外表文明的综合表现。

## (二) 共通性

礼仪是一门专门研究人的交往行为规范的科学,是同一社会中全体成员调节相互关系的行为规范。礼仪随着社会生产、生存环境和生活形态的变化而不断得到充实和完善,逐渐成为社会各阶层共同遵守的行为准则。在现实生活中,每个人都必须参加交际活动,而礼仪正是一门将交际活动导向成功的科学。每个国家或地区、民族的礼仪,既有自身的特征,也有着相通的共性,即要求人们在一切交际场合的言谈话语、行为举止都必须符合礼仪。例



如,待人接物都讲究礼貌、热情、诚恳、友好等。

### (三)民族性

由于各民族在习俗、生活习惯、地理环境、交通条件及文化修养等方面各不相同,因此在礼仪上的表现也具有一定的差异性。各民族的习俗礼仪都凝结着本民族本地区人民的文化情结,因此各族人民都会严格遵循,苦心维护。这就要求人们在社会活动中,相互学习,相互尊重,求同存异,入乡随俗。与我国的现代礼仪相比,国际礼仪最大的不同是其主要起源于西方,受西方文化的影响较深。例如,在人们常见的国际交往礼仪中,仅见面礼节就有握手礼、点头礼、亲吻礼、鞠躬礼、合十礼、拱手礼、脱帽礼、问候礼等。礼仪可谓多种多样,纷繁复杂,如同一种礼仪所表达的方式和内容,在不同的国家或地区可能就会不同,甚至截然相反。

### (四)特定性

礼仪主要适用于交际场合,适用于普通情况之下的一般的人际交往与应酬。离开了这个特定的范围,礼仪则未必适用。礼仪不是放之四海而皆准的东西,当所处场合不同、所具有的身份不同时,所要应用的礼仪往往也会不同,有时甚至会差异很大。

### (五)传承性

礼仪是一个国家、一个民族传统文化的重要组成部分,其发展与沿用从来就没有间断过,它是历史的产物,每个时代都能反映其发展面貌,既有精华也有糟粕。现代礼仪必须要从传统的礼仪精神遗产中批判地继承,在继承我国古代民族特色礼仪的精华的同时,注意汲取外国礼仪的合理部分,特别是注意汲取目前通行的当代国际礼仪的一切长处。

### (六)发展性

礼仪不是永远不变的,它是随着时代的发展而与时俱进的,时代越进步,对礼仪的要求就越严格、越完善。目前,礼仪已经渗透到人类社会生活中的各个层面,反映着市场经济时代的政治、经济、文化、道德等各方面的面貌,如等级的礼宾待遇、科技与道德、礼仪价值体现等。随着世界经济全球化、一体化的发展,各个国家、各个地区和各个民族之间的交往日益密切,他们之间的礼仪也会不断地相互影响、相互渗透,并被赋予新的内容。

### (七)规范性

礼仪是人们在交际场合中待人接物时必须遵守的行为规范,它约束着人们在不同交际场合的言谈举止和行为规范,是人们在一切交际场合必须采用的准则,也是衡量他人、评价自我的一种标准。

## 四、礼仪的原则

作为一种约定俗成的行为规范,礼仪有其自身的规律性,即礼仪的原则。在学习、运用礼仪时,人们要掌握以下原则:

### (一)尊敬的原则

孔子说:“礼者,敬人也。”尊敬他人,既是人际交往获得成功的重要保证,也是礼仪的核心。敬人的原则,就是人们在社会交往中,应对交往对象的恭敬与重视放在首位,切勿伤害对方的自尊心,更不能侮辱对方的人格。在人际交往中,只有人与人之间彼



微课

礼仪的原则





此尊重,才能保持和谐愉快的人际关系。只要不失敬人之意,哪怕具体做法一时失当,也不能算是失礼。

### (二)遵守的原则

礼仪规范是为维护社会生活稳定而形成并存在的,实际上它反映了人们的共同利益和要求,社会中的每个成员都必须自觉、自愿地遵守执行,用礼仪去规范自己在交往活动中的言行举止。如果违背了礼仪规范,就会受到社会舆论的谴责,交际也会失败。

### (三)自律的原则

自律就是要克己、慎重,也就是要求人们自身建立良好的道德信念和行为准则,积极主动、自觉自愿、表里如一、自我对照、自我反省、自我要求、自我检点、自我约束、自我控制,不允许妄自尊大、自轻自贱;也不能人前人后不一样,生人熟人面前不相同。通过礼仪教育与训练,使人们在与他人的交往中自觉按礼仪规范去做,而无须别人的提示或监督。

### (四)真诚的原则

真诚就是要求人们在人际交往中运用礼仪时,必须诚心诚意、待人以诚、诚实无欺、言行一致。由于国情、民族、文化背景的不同,人们必须做到入乡随俗,与绝大多数人的习惯做法保持一致,切勿目中无人、自以为是。不允许人们在运用礼仪时逢场作戏、言行不一、口是心非、投机取巧、作假骗人。

### (五)平等的原则

平等是礼仪的核心,即尊重交往对象、以礼相待,对任何交往对象都必须一视同仁,给予同等程度的礼遇。在具体运用礼仪时,允许因人而异,根据不同的交往对象采用不同的方法。不允许因为交往对象在年龄、性别、种族、文化、职业、身份、地位、财富及与自己的关系亲疏远近等方面有所不同,就厚此薄彼,区别对待,给予不同的待遇。

### (六)适度的原则

运用礼仪,与做事情一样,讲究具体问题具体分析,而且应当牢记过犹不及。所谓适度,就是要求在运用礼仪时,为了保证取得成效,既要掌握普遍规律,又要针对具体情况,认真得体的掌握分寸,既不能做得过了头,也不能做得不到位。例如,见面时握手时间过长,或是见谁都主动伸手,不讲主次、长幼、性别;告别时一次次地握手,或是不住地感谢,让人觉得厌烦。礼仪的施行是内心情感的表露,只要内心情感表达出来了,就完成了礼仪的使命。如果反复,那么会给人以不理解、不领情的感觉,反而不好。

### (七)宽容的原则

宽容就是要求人们在交际活动中运用礼仪时,既要严于律己,更要宽以待人。人们要多容忍他人,多体谅他人,多理解他人,而千万不要要求全责备、斤斤计较、过分苛求、咄咄逼人。在人际交往中,要允许其他人有个人行动和独立进行自我判断的自由。对不同于己、不同于众的行为要耐心容忍,不必要求其他人处处效法自身,与自己完全保持一致,这实际上也是尊重对方的一个主要表现。

### (八)遵俗的原则

由于国情、民族、文化背景的不同,在人际交往中,实际上存在着“十里不同风,百里不同



俗”的局面。对这一客观现实要有正确的认识,不要自高自大、唯我独尊,不要简单否定其他人不同于己的做法。只有遵守这些规定,才会使人们对礼仪的应用更加得心应手,避免出现差错,更加有助于人际交往。

现代礼仪是指人际交往过程中外在表现的形式与规则的总和。它作为在人类历史发展中逐渐形成并积淀下来的一种文化,始终以其某种精神的约束力支配着每个人的行为。礼仪是人类文明进步的重要标志,是适应时代发展、促进个人进步和成功的重要途径。

想一想

电子商务专业毕业的小张的口语表达能力不错,对公司的产品非常了解,为人朴实、勤快,在业务人员中表现突出,老总对他抱有很大期望。但小张同时又是个不修边幅的人,喜欢留长指甲,衬衣领子也不能保持干净,有时候手上还记着电话号码。小张做销售代表半年多了,业绩总上不去。

思考:(1)为什么小张的业绩总是上不去?

(2)他应该做哪些改变?



## 知识链接

### 中国古代礼仪

中国古代有“五礼”之说,即祭祀之事为吉礼,冠婚之事为嘉礼,宾客之事为宾礼,军旅之事为军礼,丧葬之事为凶礼。五礼的内容相当广泛,从反映人与天、地、鬼神关系的祭祀之礼,到体现人际关系的家族、亲友、君臣之间的交际之礼;从表现人生历程的冠、婚、丧、葬诸礼,到人与人之间在喜庆、灾祸、丧葬时所行的庆祝、凭吊、慰问、抚恤之礼,可以说是无所不包,充分反映了古代中华民族的尚礼精神。

吉礼居五礼之首,它主要是对天神、地祇、人鬼的祭祀典礼。其主要内容包括以下三个方面:

- (1)祭天神,即祀昊天上帝,祀日月星辰,祀司中、司命、风师、雨师等。
- (2)祭地祇,即祭社稷、五帝、五岳,祭山林川泽,祭四方百物等。
- (3)祭人鬼,主要为春夏秋冬享祭先王、先祖。

嘉礼是人与人之间沟通、联络感情的礼仪。嘉礼的主要内容有飧燕之礼、饮食之礼、婚冠之礼、宾射之礼(后衍生出投壶礼)、脰膳之礼、庆贺之礼。

宾礼是接待宾客之礼。它主要包括朝、宗、覲、遇、会、同、问、视八项。

军礼是师旅操演、征伐之礼,军礼主要有大师之礼、大均之礼、大田之礼、大役之礼、大封之礼。其中,大师之礼是军队征伐的礼仪;大均之礼指王者和诸侯在均土地、征赋税时举行军事检阅,以安抚民众;大田之礼指天子的定期狩猎,以练习战阵,检阅军马;大役之礼指国家兴办的筑城邑、建宫殿、开河、造堤等大规模土木工程时的队伍检阅;大封之礼是勘定国与国,私家封地与封地间的疆界、树立界碑的一种活动。

凶礼是哀悯、吊唁、忧患之礼。它的主要内容有以丧礼哀死亡,以荒礼哀区礼,以吊礼哀祸灾,以恤礼哀围败,以恤礼哀寇乱。其中,丧礼是对各种不同关系礼仪的人的死亡,通过规定时间的服丧过程来表达不同程度的悲伤;荒礼是对某一地区或某一国家受到饥馑





疫癘的不幸遭遇,国王与群臣都采取减膳、停止娱乐等措施来表示同情;吊礼是对同盟国或挚友遇有死丧或水火灾祸而进行吊唁慰问的一种礼节。这三种礼节各级贵族都可举行。恤礼是同盟国中某国被敌国侵犯,城乡残破,盟主国应会合诸国,筹集财货,偿其所失;恤礼是某国遭受外侮或内乱,其邻国应给予援助和支持。

民俗界认为礼仪包括生、冠、婚、丧四种人生礼仪。实际上礼仪可分为政治与生活两大类。政治类包括祭天、祭地、宗庙之祭,祭先师先圣、尊师乡饮酒礼、相见礼、军礼等。生活类礼仪的起源,按荀子的说法有“三本”,即“天地生之本”“先祖者类之本”和“君师者治之本”。在礼仪中,丧礼的产生最早。丧礼于死者是安抚其鬼魂,于生者则成为分长幼尊卑、尽孝正人伦的礼仪。

在礼仪的建立与实施过程中,孕育出了中国的宗法制度。礼仪的本质是治人之道,是鬼神信仰的派生物。人们认为一切事物都有看不见的鬼神在操纵,履行礼仪即是向鬼神讨好求福。因此,礼仪起源于鬼神信仰,也是鬼神信仰的一种特殊体现形式。“三礼”(《仪礼》《礼记》和《周礼》)的出现标志着礼仪发展到成熟阶段。宋代,礼仪与封建伦理道德说教相融合,即礼仪与礼教相杂,成为实施礼教的得力工具之一。行礼为劝德服务,繁文缛节极尽其能。直到现代,礼仪才得到真正的改革,无论是国家政治生活的礼仪还是人民生活的礼仪都改变成无鬼神论的新内容,从而成为文明礼仪。

## 第三节 服务礼仪的基本理论及应用

### 一、服务礼仪的基本理论

服务礼仪的基本理论指的主要是运用服务礼仪的一般规律。它是服务礼仪及其运用过程的高度概括与抽象。服务人员一旦学习并掌握了服务礼仪的基本理论,便容易更好地领会、运用服务礼仪,并且在实践中将其融会贯通。服务礼仪的基本理论有如下几点:

#### (一)职业道德

职业道德,就是同人们的职业活动紧密联系的符合职业特点所要求的道德标准、道德情操与道德品质的总和,它既是对本职人员在职业活动中行为的要求,又是职业对社会所负的道德责任与义务。

#### (二)角色定位

每个人在日常的工作和生活中都会扮演不同的角色,并且会不断转换,所以在某一特定情况下,必须准确地确定应该扮演的角色,有一明确的目标定位,以此来约束和指导自己的行为,这就是通常所讲的角色定位。

#### (三)双向沟通

在双向沟通的过程中,信息发送者和信息接受者之间的位置不断交换,且信息发送者是

以协商和讨论的姿态面对信息接受者,信息发出后还需及时听取反馈意见,必要时双方可进行多次重复商谈(如交谈、协商等),直到双方共同明确和满意为止。

#### (四)白金法则

1987年,美国学者托尼·亚历山德拉和迈克尔·奥康纳在发表论文阐述白金法则时说道:“在人际交往中要取得成功,就一定要做到交往对象需要什么,我们就要在合法的条件下满足对方什么。”白金法则有三个要点:一是行为合法,不能要什么给什么,做人、做事都需要有底线;二是交往应以对方为中心,对方需要什么我们就要尽量满足对方什么;三是对方的需要是基本的标准,而不是说你想干什么就干什么。

#### (五)“3A”法则

“3A”法则如图 1-2 所示。

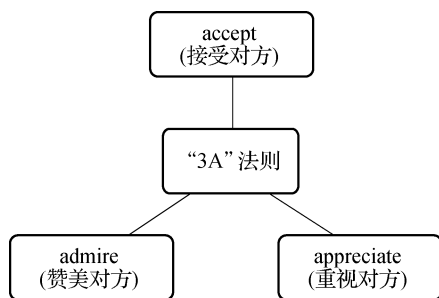


图 1-2 “3A”法则

第一个 A 是 accept,接受对方。所谓接受对方,就是要待人如己,宽以待人。不是原则问题,不要对别人随便进行判断。因为人们所处的位置不同,所以考虑问题的角度也就不同。因此,人们必须要学会接受对方,包容对方。

第二个 A 是 appreciate,重视对方,有欣赏的意思。重视有很多种,此处所讲的重视有欣赏之意,就是要善于发现对方的优点。当我们肯定别人时,实际上是在肯定自己,说明自己宽容,有层次,有涵养。

第三个 A 是 admire,赞美对方。在人际交往中,我们不仅要善于欣赏对方,而且要对对方的优点予以肯定,予以正面的肯定。实际上,我们正面地肯定对方,会带给对方一种愉悦,而对方的这种愉悦也会反馈给我们。人际交往是互动的,当我们善待别人的时候,别人就会善待我们;反之亦然。

位置决定态度,当我们和别人打交道时,只有摆正了自己的位置,才会较好地调整和控制自己的心态。所以,公关人员在日常工作中,在压力比较大的时候,要想一想“3A”法则,要坚持接受对方、重视对方、赞美对方。这既是一种教养,也是一种规范。如果公关人员都能够做到“3A”的话,那么其公关成功率一定会很高。如果我们每个人都能运用“3A”法则来处理 and 别人的关系,那么大家的相处就会友善和谐、其乐融融。

#### (六)首轮效应

首轮效应是指人与人在第一次交往中给他人留下的印象,在对方头脑中形成并占据主导地位。当人们第一次与某物或某人接触时会留下深刻印象,个体在社会认知的过程中通过第一印象最先输入的信息对客体以后的认知将产生影响作用。第一印象的作用最



强,持续的时间也较长,比以后得到的信息对事物整个印象产生的作用更强。

### (七)亲和效应

每个人都有一定的心理定式。心理定式是指一个人在一定的时间内所形成的具有一定倾向性的心理趋势,即一个人在其过去的已有经验的影响下,心理上通常会处于一种准备的状态,从而使其在认识问题和解决问题的过程中带有一定的倾向性与专注性。

一般说来,在人际交往和认知过程中,人们的心理定式大致可分为肯定与否定两种形式。前者主要表现为对交往对象产生好感和积极意义上的评价,后者则主要表现为对交往对象产生反感和消极意义上的评价。

人们在人际交往中往往存在一种倾向,即对自己较为亲近的对象会更加乐于接近。这里的“较为亲近的对象”,往往是指那些与自己存在某些共同之处的人。这种共同之处,可以是血缘、姻缘、地缘、学缘或者业缘关系,可以是志向、兴趣、爱好、利益,也可以是彼此共处于同一团体或同一组织。我们通常把这些较为亲近的对象称为“自己人”。

毋庸置疑,在其他条件相当的情况下,人们对自己人的心理定式往往是肯定的,自己人之间的交往效果也就更为明显。因此,在交往中交往双方都应当努力创造条件,形成双方的共同点,从而使彼此都处于自己人的情境之中。

因此,亲和效应就是对以上情况的一种概括。它的主要含义是:人们在交际应酬中,往往会因为彼此之间存在着某种共同之处或者相似之处而感到相互之间更加容易接近。这种接近会使双方萌生亲密感,进而促使双方进一步相互接近、相互体谅。

### (八)末轮效应

末轮效应是相对于首轮效应而言的,强调服务结尾的完美和完善。在人际交往中,人们所留给交往对象的最后印象通常也是非常重要的。在许多情况下,它往往是一个单位或某个人所留给交往对象的整体印象的重要组成部分。有时,它甚至直接决定着该单位或个人的整体形象是否完美,以及完美的整体形象能否继续得以维持。末轮效应理论的核心思想是要求人们在塑造单位或个人的整体形象时,必须有始有终、始终如一。

### (九)零度干扰

零度干扰是指使别人不受到任何干扰,包括在语言、表情和举止方面尽可能地避免打扰到别人。例如,平时在一些超市或市场上被人“盯着”挑东西,以及遇到“过分”热情的服务员等都是最好的反面例子。

## 二、服务礼仪基本理论的应用

掌握服务礼仪的基本理论,一方面能够有效地提高企业的形象和社会认可度,另一方面能够促进企业员工良好行为的养成。

### (一)工作自律

在工作岗位上,赢得服务对象的尊重是取得成功的重要环节。要做到这一点,就必须勤勤恳恳,严于律己,维护好个人形象。因为个人在工作岗位上的仪表和言行,不仅关系到自己的形象,而且还会被视为企业形象的具体化身。维护好个人的形象,不仅要注意自己的仪表、举止和着装,还不要以貌取人。



## (二)强化现代服务理念,提升服务品位

理念支配人的行为,服务理念决定着企业的服务面貌。市场经济的发展,带来企业服务竞争的升级,迫切要求企业迅速更新理念,在现代服务理念的支配下,把服务问题提高到战略高度来认识,在服务上不断追求高目标,提升服务品位,创造服务特色。

# 第四节 城市轨道交通服务礼仪概述

## 一、城市轨道交通服务礼仪的含义

城市轨道交通服务礼仪是礼仪在轨道交通服务行业中的具体运用,是礼仪的一种特殊形式,是体现服务的具体过程和手段,使无形的服务有形化、规范化、系统化。城市轨道交通服务礼仪主要是指社会要求轨道交通服务人员在自己的工作岗位上所应当严格遵守的行为规范,也就是轨道交通服务人员在工作岗位上,通过言谈、举止、行为等对服务对象表示尊重和友好的行为规范与惯例。简单地说,城市轨道交通服务礼仪就是服务人员在工作场合适用的礼仪规范和工作艺术。其行为规范主要包括服务人员在服务关系中所应有的仪容仪表和言谈举止。

行为,指的是人们受自己思想意志的支配而表现在外的活动。规范,则是指标准的、正确的做法。由此可见,行为规范是指人们在特定场合中进行活动时的标准的、正确的做法。而城市轨道交通服务礼仪的实际内涵,则是指轨道交通服务人员在自己的工作岗位上向服务对象提供服务时的标准的、正确的做法。

服务关系是一种特殊的人际关系。人际关系是指人与人之间的关系。任何人际关系的实质都是服务人员与服务对象之间相互需求的互利关系,也就是说它在一定程度上能满足关系双方的某些需求。服务关系作为一种人际关系,从本质上讲也是一种双方需求的相互满足关系,但在服务过程中双方之间的关系却是一种服务人员与服务对象的单向需求满足关系,通过单向的需求满足关系体现出服务对象的优越感。

## 二、城市轨道交通服务礼仪的作用及意义

城市轨道交通服务礼仪的作用及意义如下:

### (一)区域、城市的形象窗口

大力发展城市轨道交通是解决都市交通拥堵的重要举措,近些年来,中国已有多座城市兴建了自己的轨道交通项目,因此,乘客有了乘坐其他交通工具的选择,结合自身需要,部分人开始乘坐地铁、轻轨等新式交通工具。作为交通服务行业,城市轨道交通人员在服务过程中时刻代表着区域、城市的形象,乘客对服务礼仪的评价,直接影响到乘客对区域或城市的印象。所以,城市轨道交通服务礼仪显得格外重要。

### (二)提升企业的整体形象

目前,我国多数运营城市轨道交通线路的企业为政府直接管理,良好的企业形象是吸引



乘客、有效缓解政府一直努力解决的交通拥堵问题的有力保障。塑造并维护企业的整体形象不是为了自我欣赏,而是为了服务对象。而良好的服务礼仪是一个企业树立良好企业形象的有效手段。人们对一个企业的认识,首先是从该企业为服务对象提供的服务开始的。因此,好的轨道交通服务礼仪可以塑造和完善一个企业、一个地区乃至一个国家的整体形象。

### (三)提升企业的吸引力与竞争力

城市轨道交通运营行业涉及的专业领域非常广泛,这就需要引进大量高素质人才,以增强企业自身的实力。好的服务礼仪代表着企业的形象,无疑会吸引更多的优质人才,这样的强强联手,才会最终提升企业在行业内的竞争力。

### (四)为企业创造更多的经济效益和社会效益

随着服务业的迅猛发展,服务在国民经济中的地位越来越显示出其重要性。企业之间的竞争再也不是有形产品之间的竞争,更多是无形服务的竞争,企业已经意识到良好的服务可以给企业带来可观的经济效益。与此同时,服务礼仪的意义绝不仅局限于经济层面,它已渗透到社会生活的各个层面,社会文明的发展和民主的进步呼唤着服务礼仪的完善。服务礼仪可以给一个企业带来更多的社会效益,它会使社会更和谐、世界更美好。

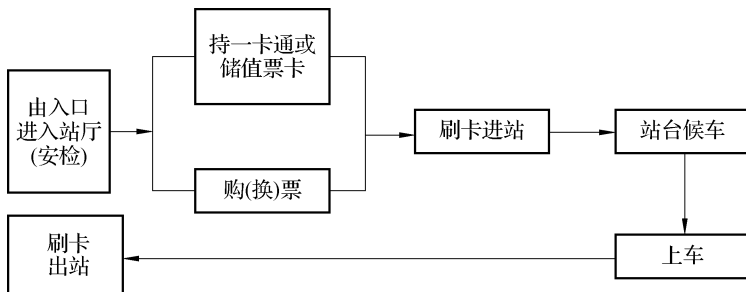
### (五)有助于提高服务人员的个人素质与服务质量

城市轨道交通服务礼仪作为对服务人员角色的行为规范,为服务人员在服务过程中使自身的行为符合服务对象的要求提供了保障,也有助于服务人员个人素质的提高。

服务质量,通常泛指服务人员服务工作的好坏与服务水平的高低。服务质量主要由服务态度与服务技能两大要素构成。在一般情况下,乘客对服务态度的重视程度,往往会高于对服务技能的重视程度。服务礼仪有助于提高轨道交通服务人员的服务意识和服务质量,它不仅能使服务交往变得顺利,让服务对象感觉轻松和愉快,而且还能使服务人员通过养成良好的服务意识对服务对象的需求做出适时的反应,从而使服务对象满意。

## 三、城市轨道交通服务礼仪的内容

城市轨道交通的目的就是满足乘客使用轨道交通类交通工具时的位移需求,城市轨道交通企业为其提供安全、可靠、快捷、舒适的客运服务。所以说,城市轨道交通服务礼仪的对象就是选择乘坐城市轨道交通类交通工具的乘客。图 1-3 所示为乘客乘车的流程。



图片  
乘客乘车流程

图 1-3 乘客乘车的流程

通过对流程图的分析可以看出,城市轨道交通服务礼仪涉及的环节很多,从乘客的进站、购票、候车、下车到最后的出站全程贯穿,乘客会结合整体的服务体验给出一个最终的评价。所以,城市轨道交通服务礼仪包括的内容是非常多的。

城市轨道交通服务礼仪主要以轨道交通服务人员的职业礼仪、仪容礼仪、服饰礼仪、仪态礼仪、沟通礼仪、客运服务礼仪和乘客投诉处理为其基本内容。

城市轨道交通运营企业为保障良好的客运服务质量,结合乘客的乘车需求,制定出城市轨道交通运营企业服务质量管理体系和城市轨道交通车站客运服务内容,如图 1-4 和图 1-5 所示。

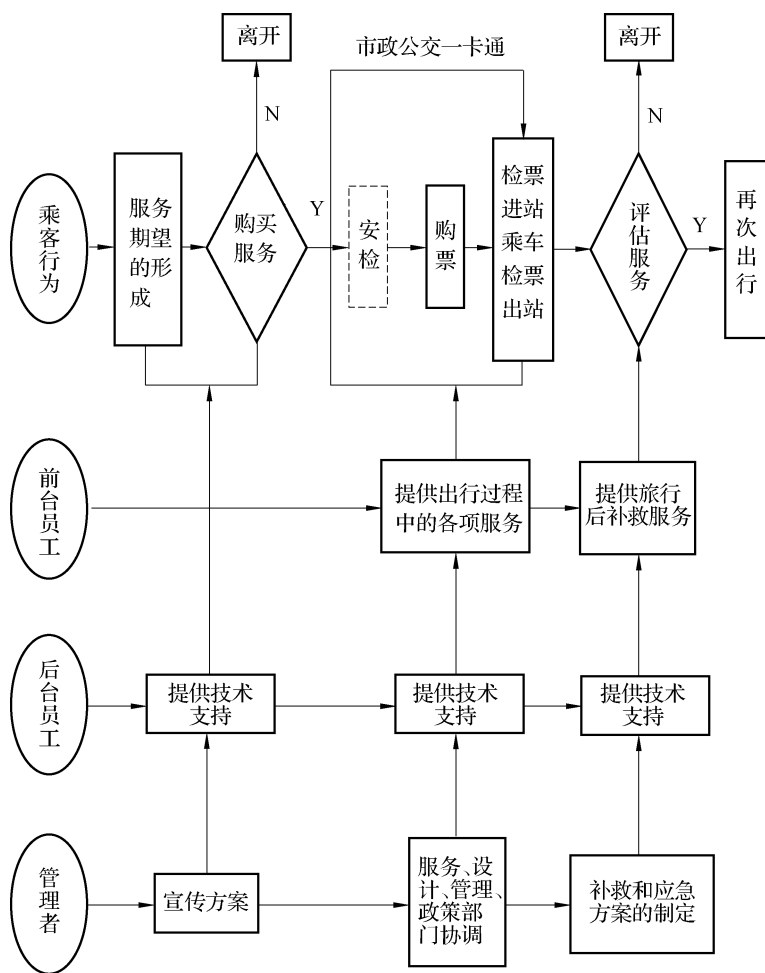


图 1-4 城市轨道交通运营企业服务质量管理体系

在其中的每个具体环节上,城市轨道交通运营企业服务礼仪对于服务人员到底应该怎么做和不应该怎么做,都有详细的规定和特殊的要求。离开了这些由一系列具体做法所构成的基本内容,服务礼仪便无规范性与可操作性可言。



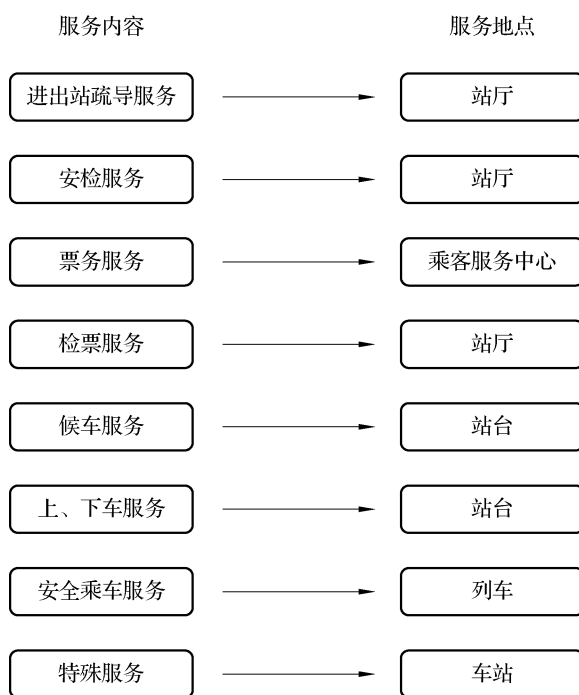


图 1-5 城市轨道交通车站客运服务内容

## 学 习 评 价

1. 什么是服务？其特征有哪些？
2. 礼仪的特征及原则有哪些？
3. 简述城市轨道交通服务礼仪的意义及作用。
4. “3A”法则的具体规定和要求有哪些？

