

巍巍交大 百年书香
www.jiaodapress.com.cn
bookinfo@sjtu.edu.cn



策划编辑 马 特
责任编辑 胡思佳
封面设计 张瑞阳



铁路旅客运输服务

TIELU LÜKE YUNSHU FUWU

铁路旅客运输服务

主编 • 李会琨

职业教育铁道运输系列创新教材

主编 • 李会琨

铁路旅客运输服务

TIELU LÜKE YUNSHU FUWU



免费提供
精品教学资料包
服务热线: 400-615-1233
www.huatengzy.com



扫描二维码
关注上海交通大学出版社
官方微信



定价: 38.00元



上海交通大学出版社



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

职业教育铁道运输系列创新教材

TIELU LÜKE YUNSHU FUWU

铁路旅客运输服务

主 编 ● 李会琨

副主编 ● 赵玉楠



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书分为 6 个模块，内容包括铁路旅客运输服务基本知识、铁路旅客运输服务质量、铁路旅客服务心理、客运服务礼仪与技巧、铁路旅客运输应急服务、铁路旅客运输服务理念与策略等。

本书适合作为职业教育铁路运输专业的教材，也可作为相关专业工作人员的参考用书。

图书在版编目 (CIP) 数据

铁路旅客运输服务/李会琨主编. —上海：上海
交通大学出版社，2018（2024 重印）

ISBN 978-7-313-19226-4

I. ①铁… II. ①李… III. ①铁路运输—旅客运输—
职业教育—教材 IV. ①U293

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 064065 号

铁路旅客运输服务

TIELU LÜKE YUNSHU FUWU

主 编：李会琨

出版发行：上海交通大学出版社

邮政编码：200030

印 制：三河市骏杰印刷有限公司

开 本：787 mm×1 092 mm 1/16

字 数：217 千字

版 次：2018 年 4 月第 1 版

书 号：ISBN 978-7-313-19226-4

定 价：38.00 元

地 址：上海市番禺路 951 号

电 话：021-64071208

经 销：全国新华书店

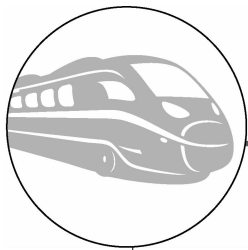
印 张：11.75

印 次：2024 年 7 月第 6 次印刷

版权所有 侵权必究

告读者：如您发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话：0316-3662258



前言

经济的发展使我国铁路建设进入一个全面、快速发展的时期。越来越多的人出行选择火车作为首选交通工具,是因为其具有其他交通方式所不具备的特点。然而,旅客运输市场竞争日益加剧,铁路运输企业应顺应市场趋势,推出创新产品,提高服务质量,增加旅客满意度,这样才能长久占据旅客运输市场的主流,获得更大的经济效益。

基于此,为提高铁路旅客运输服务质量,编者凭借多年教学经验及实践,编写了本书。本书的参考学时如下:

序 号	内 容	学 时
1	铁路旅客运输服务基本知识	8
2	铁路旅客运输服务质量	10
3	铁路旅客服务心理	10
4	客运服务礼仪与技巧	14
5	铁路旅客运输应急服务	10
6	铁路旅客运输服务理念与策略	12
总 计		64

本书具有以下特点:

(1)结构严谨,内容全面。本书在内容组织上按照教育部职业教育铁道运输管理专业教学标准编写,知识点丰富,涵盖了标准所要求的所有内容,并进行了合理的组织与架构,使难度由浅入深,循序渐进。

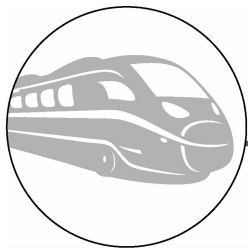
(2)针对职业教育,实用性强。本书定位于职业教育,注重实用性,在兼顾理论知识的前提下,重点强调实用性,可操作性强。

(3)知识点新颖,具有权威性。本书依据现行规范、条例编写而成,数据资料均具有权威性。

本书由李会琨任主编,赵玉楠任副主编。

由于编者水平有限,书中存在的不足之处,恳请读者批评指正。

编 者



目 录

模块 1	铁路旅客运输服务基本知识	1
1.1	铁路旅客运输业	1
1.1.1	铁路旅客运输业的历程和性质	1
1.1.2	铁路旅客运输的特点和基本任务	2
1.2	铁路旅客运输产品	4
1.2.1	铁路旅客运输产品的层次和特点	4
1.2.2	铁路旅客运输产品的质量特性	5
1.3	铁路旅客运输服务的分类和特征	6
1.3.1	铁路旅客运输服务的分类	6
1.3.2	铁路旅客运输服务的特征	7
1.4	铁路旅客运输服务的主要内容	11
	思考与练习	12
模块 2	铁路旅客运输服务质量	13
2.1	铁路旅客运输服务质量问题	13
2.1.1	铁路旅客运输服务质量问题的分类	13
2.1.2	铁路旅客运输服务质量问题的处理	15
2.1.3	对铁路客运服务质量问题的处罚	17
2.2	铁路旅客运输服务质量控制	19
2.2.1	铁路旅客的服务期望	19
2.2.2	铁路旅客运输服务质量的影响因素	20
2.2.3	铁路旅客服务质量保证体系	22
2.3	铁路旅客运输服务全面质量管理	24
2.3.1	质量管理和全面质量管理	24
2.3.2	全面质量管理的方法	25
2.3.3	铁路客运服务全面质量管理	27



2.3.4	铁路客运服务质量管理小组	29
2.4	铁路旅客运输服务质量综合评价	31
2.4.1	铁路旅客运输服务质量综合评价体系	31
2.4.2	铁路旅客满意度测评	32
2.4.3	客运服务质量监督监察机制	37
2.4.4	旅客投诉与处理	39
	思考与练习	41
模块 3	铁路旅客服务心理	42
3.1	铁路旅客服务心理基本知识	42
3.1.1	个体心理	42
3.1.2	群体心理	45
3.2	铁路旅客心理	48
3.2.1	旅客的知觉	48
3.2.2	旅客的态度	50
3.2.3	旅客对服务的期待	51
3.2.4	旅客对服务的感知	54
3.3	铁路客运服务人员心理	59
3.3.1	客运服务人员的类型	59
3.3.2	客运服务人员应具备的心理品质	60
3.3.3	客运服务人员心理健康	66
	思考与练习	70
模块 4	客运服务礼仪与技巧	71
4.1	客运服务礼仪	71
4.1.1	礼仪基本知识	71
4.1.2	客运服务礼仪的原则和重要性	73
4.1.3	客运服务仪态礼仪	74
4.1.4	客运服务修饰和化妆礼仪	79
4.1.5	客运服务着装礼仪	80
4.1.6	客运不同岗位的服务礼仪	81
4.2	客运服务技巧	87
4.2.1	客运服务人员基本服务技巧	87
4.2.2	车站服务技巧	92

4.2.3	列车服务技巧	97
4.2.4	动车组二等车客运服务技巧	101
4.2.5	动车组一等车客运服务技巧	106
4.2.6	重点旅客服务技能技巧	110
思考与练习		114
模块 5 铁路旅客运输应急服务		115
5.1 铁路应急处理原则和应急响应		115
5.2 车站应急处理程序		117
5.2.1	车站系统故障的应急处理	117
5.2.2	车站突发事件的应急处理	119
5.2.3	车站其他事件的应急处理	121
5.3 列车应急处理程序		123
5.3.1	列车设备故障的应急处理	123
5.3.2	列车突发情况的应急处理	124
5.3.3	列车其他情况的应急处理	128
思考与练习		130
模块 6 铁路旅客运输服务理念与策略		131
6.1 铁路旅客运输服务理念		131
6.1.1	服务理念的演变	131
6.1.2	顾客至上	133
6.1.3	人性化	135
6.1.4	服务理念的创新	137
6.2 铁路旅客运输服务有形展示策略		139
6.2.1	有形展示的类型	139
6.2.2	铁路客运服务有形展示的意义	140
6.2.3	客运站服务有形展示的设计	141
6.2.4	列车与“窗口”外服务有形展示的设计	143
6.3 铁路旅客运输服务品牌策略		145
6.3.1	品牌基本知识	145
6.3.2	客运服务品牌的决策	146
6.3.3	客运服务品牌名称和标志的设计	150
思考与练习		151



附录	152
附录 I 《铁路旅客运输服务质量规范》(车站)主要内容	152
附录 II 《铁路旅客运输服务质量规范》(列车)主要内容	163
附录 III 《铁路安全管理条例》(节选)	174
参考文献	179



模块

1

铁路旅客运输服务基本知识

在现代运输体系中,铁路运输占据重要的位置,而铁路旅客运输是铁路运输的重中之重,因此学习铁路旅客运输服务相关知识,提高铁路旅客运输服务质量是行业的要求,也是社会的需要。

1.1 铁路旅客运输业

1.1.1 铁路旅客运输业的历程和性质

1. 铁路旅客运输业的历程

铁路旅客运输始于 19 世纪 30 年代,由于运输安全、快速、便利、经济而得到迅速发展。到 20 世纪初,铁路旅客运输在各种运输方式中占有垄断的地位。1916 年,美国铁路旅客周转量即占各种运输方式旅客总周转量的 98%。20 世纪 20 年代以来,随着公路运输和航空运输的发展,铁路的大部分短途旅客运输被公路运输所取代,相当部分的长、中途旅客被航空运输所吸引。铁路所承担的客运量日趋下降。美国铁路旅客周转量在 1950 年已只占各种运输方式旅客总周转量的 6.4%,到 1981 年降为 0.75%,以致美国的一些铁路停止办理客运业务。但在一些大陆和次大陆国家,铁路仍然是主要的旅客运输方式之一,承担着运输很大一部分客运量的任务。1981 年,苏联的铁路旅客周转量仍占各种运输方式旅客总周转量的 37.2%,中国的铁路旅客周转量占各种运输方式旅客总周转量的 58.8%。中国铁路的客运量是不断增长的,1981 年比 1949 年增长了 8 倍多。

20 世纪 60 年代以来,在工业发达国家,由于能源危机及汽车运输噪声和其他污染危

害等原因,铁路旅客运输又得到了重视。1964年,日本在东京和大阪间建成了东海道新干线,列车时速为200千米以上,开创了长途客运高速化。此后一些国家起而仿效,使铁路旅客运输又得到新的发展。

2017年1—7月,我国铁路旅客发送量达17.67亿人,同比增长9.8%;旅客周转量达7962.77亿人千米,同比增长70%。2017年上半年,客运收入达1537.02亿元,同比增长13.59%。这一系列数据表明,我国铁路旅客运输业在蓬勃发展。

2. 铁路旅客运输业的性质

我国的产业可以划分为三大类,即第一产业、第二产业和第三产业。其中,第一产业包括农业(种植业、林业、畜牧业及渔业);第二产业包括工业(采掘业、制造业、电力、煤气、水的生产及供应业)和建筑业;第三产业包括除第一产业、第二产业以外的其他行业,具体分为以下四个层次:

(1)第一层次。第一层次为流通部门(物流业),包括交通运输、仓储及邮电通信业,批发和零售贸易、餐饮业。

(2)第二层次。第二层次为生产和生活服务的部门,包括金融、保险业,地质勘查业,水利管理、房地产业,社会服务业,农、林、牧、渔服务业,交通运输辅助业,综合技术服务业,等等。

(3)第三层次。第三层次为提高科学文化水平和居民素质服务的部门,包括教育、文化艺术及广播电影电视业,卫生、体育和社会福利业,科学研究业,等等。

(4)第四层次。第四层次为社会公共需要服务的部门,包括国家机关、政党机关和社会团体及军队、警察等。

属于第三产业的铁路旅客运输业是从事旅客运输的物质生产部门,其产品是使旅客完成空间上的位移。在完成位移的过程中,运输企业应该提供满足旅客需要的所有服务,包括有形服务和无形服务。铁路旅客运输企业在产品的生产过程中,既是生产者,又是服务者,具有公共服务性;同时,也是国民经济的基础产业和先导产业。那么,为消费者提供服务是铁路旅客运输业存在的前提。

1.1.2 铁路旅客运输的特点和基本任务

1. 铁路旅客运输的特点

铁路旅客运输具有以下特点:

(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。旅客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)铁路旅客运输生产向社会提供的是无形产品,其核心产品是旅客的空间位移。它被旅客本身所消耗,其使用价值具有不确定性,其创造的社会经济效益远大于自身的经济效益。

(3)铁路客运产品具有易逝性。旅客位移的生产和消费过程同时进行,产品不能储存,不能调拨。

(4)旅客运输在时间上有较大的波动性。其不均衡性表现在假期、节日和市郊旅客上下班时间最明显。为此,对客运技术装备、客运车辆、动车组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。

(5)铁路客运车辆实行配属制(固定配属于各局客运车辆段),便于运用管理和维修,以确保车辆质量。

(6)铁路客运站的位置宜设在客流易于集散处,使旅客便于换乘不同的交通方式。铁路客运站一般应靠近城镇,并与市内交通及其他各种交通工具具有良好的配合。旅客列车到发线及站台一般应按方向和车次予以固定,不宜随便变更。

(7)旅客在旅行中有不同的物质文化生活需求,如饮食、盥洗、休息、适宜的通风、照明、温度等,旅客运输企业不仅应满足这些需求,而且应积极创造、改善良好的旅行环境并提供优质的服务,使旅客心情愉悦。

(8)铁路旅客列车都是根据需要事先编组好并按固定时刻表运行的,旅客根据自己旅行的需要来选择乘车日期、车次、到站、座别。

(9)铁路运输企业应向旅客提供不同服务等级、旅行速度的运输产品,供不同需要、不同消费水平的旅客选择消费。

(10)客运服务质量的控制主要在于过程控制。它不同于工业产品质量(最终产品或生产过程),客运服务必须对售票、候车、乘降工作、列车服务等的全过程进行控制。

2. 铁路旅客运输的基本任务

铁路旅客运输的基本任务如下:

- (1)适应客运量的需要,努力提高客运工作水平,保证完成国家旅客运输计划。
- (2)在确保行车安全、正点的条件下,不断提高旅客列车的平均直通速度,改善旅客列车运行图各项指标。
- (3)方便旅客。
- (4)挖掘各种设备潜力,经济、合理地使用机车、车辆和乘务人员。
- (5)客货兼顾,组织均衡运输,充分利用和提高线路通过能力。
- (6)积极考虑采用新技术和先进工作方法。

1.2 铁路旅客运输产品

1.2.1 铁路旅客运输产品的层次和特点

1. 铁路旅客运输产品的层次

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“人千米”,旅客位移的产品总量称为旅客周转量,这即为铁路旅客运输核心产品。其中,旅客周转量和货物周转量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的依据。

随着市场从买方市场向卖方市场的转变,铁路旅客运输产品除核心产品外,还包括形式产品和附加产品两个层次。

从形式产品层次上,铁路旅客运输产品就是可供旅客选择乘坐的不同档次的列车或同一档次列车的不同席别、铺位。它是核心层产品在形式上的表现,铁路旅客运输产品只有通过形式产品才能得以实现。

从附加产品层次上,铁路旅客运输企业提供给旅客的是购票、候车、行包托运、列车上的旅行服务及信息咨询、行包托运等服务。

2. 铁路旅客运输产品的特点

铁路运输业本身的产业特点及铁路运输组织的方式,使得铁路旅客运输产品具有以下特点:

(1)无形性。消费者在购买一般商品时可以看到、听到、嗅到或触摸到所购之物,而旅客在客运服务市场上购买的车票仅是一种凭证。旅客在出行方式选择时见不到客运服务产品的形体,只能根据自己以往旅行的经验、相关介绍或通过媒体宣传获得的印象来选择。另外,无形性还表现在铁路客运服务产品的价值和使用价值不是凝结在具体的实物上,而是凝结在无形的服务中。

(2)差异性。铁路客运服务是服务人员与旅客高接触的行业,是以“人”为中心的行业。人们的个性差异使铁路客运服务很难一致。首先,由于服务人员自身心理状态、身



体状况等因素的影响,不同的服务人员在同一岗位上有不同的表现,即使是由同一服务人员所提供的服务也可能会因时间的不同或服务对象的不同而有不同的水准。其次,由于旅客直接参与服务的生产和消费过程,旅客本身的因素也可能会直接影响服务的质量和效果。最后,旅客之间的相互影响也会影响旅客在旅途中的感受和心情。

(3)时空性。旅客的位移是一个矢量,具有空间特征。由于客运服务产品的生产必须以旅客的到来为前提,客运服务产品的生产和消费在时空上同时发生与同时结束。客运服务产品不能储存,也不能转移。

1.2.2 铁路旅客运输产品的质量特性

铁路旅客运输产品虽不具有实物形态,是无形的,但也有它的质量特性。旅客也是根据这些质量特性能否满足需要或满足的程度来判断旅客运输产品质量的好坏。旅客运输产品的质量特性包括安全、快速、准确、经济、方便、舒适和文明服务等方面。

1. 安全性

安全是旅客选择铁路作为出行交通工具的重要标准之一。《中华人民共和国民法典》(以下简称《民法典》)规定,承运人应当按照有效客票记载的时间、班次和座位号运输旅客。在运输过程中旅客随身携带物品毁损、灭失,承运人有过错的,应当承担赔偿责任。

2. 快速性

速度成为当今旅客评价铁路旅客运输服务质量的主要影响因素之一。速度越快,旅客在旅途中所耗费的时间就越少,减少了旅客的在途时间就可以提高铁路旅客运输的服务质量。

3. 准确性

旅客列车应按列车时刻表规定的时间准时发车,正点将旅客运送至目的地,不应随便晚点。因此,铁路旅客运输企业必须采取一切措施,正点运行、准时到达,以满足旅客对准确性的要求。

4. 经济性

车票的票价是铁路旅客运输产品的货币表现形式。对旅客而言,票价直接影响他们的出行成本。所以,铁路在制定票价时应考虑广大人民群众的生活水平,尽可能地降低成本,为旅客提供更经济的旅行方式。

5. 方便性

铁路应该在旅客购票、上车、下车、行包托运等方面提供便利,手续要力求简便,一切

从方便旅客出发。例如,在春运期间适当增加售票地点和窗口,提倡互联网订票和电话订票,车站内增设自动取票机,等等。这些有效的措施可以减少很多不必要的手续和中间环节,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,人们对旅行舒适度的要求不断提高。因此,铁路运输企业就必须改善客车车辆的技术性能和车厢内部设备及车站的服务设施等,最大限度地满足旅客对舒适性的要求。

1.3 铁路旅客运输服务的分类和特征

1.3.1 铁路旅客运输服务的分类

1. 按照旅客参与服务活动的程度划分

按照铁路运输企业在提供服务的过程中与旅客的接触程度,可将服务划分为高接触性服务、中接触性服务和低接触性服务三大类。

(1)高接触性服务。高接触性服务是指旅客亲自到服务场所,在服务活动中参与其中全部或大部分过程,并且积极地配合服务工作人员的组织工作。

(2)中接触性服务。中接触性服务指旅客部分地或在局部时间内参与服务活动过程,旅客不必一直在场。

(3)低接触性服务。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电子媒体等设备。

2. 按照服务时间和销售时间划分

按照服务时间和销售时间,可将服务划分为售前服务、售中服务和售后服务三种。

(1)售前服务。售前服务是指旅客在购票之前接受的服务。它主要包括问询服务或旅客先上车后补票等。

(2)售中服务。售中服务是指旅客在购票的过程中接受的服务。它主要包括问询服务、购票服务等。

(3)售后服务。售后服务是指旅客在购票后接受的全部服务。在铁路旅客运输服务中,大部分的服务都属于售后服务。它主要包括检票服务、列车服务等。

3. 按照提供服务的主体划分

按照提供服务的主体,可将服务划分为自助服务和人工服务两种。



(1)自助服务。自助服务是指通过设施设备来向旅客提供的服务。例如,自动售票机提供的售票服务;自动检票机提供的检票服务。

(2)人工服务。人工服务是指服务人员通过与旅客的询问、交流而向旅客提供的服务。例如,安检服务、售票服务等。

4. 按照旅客与企业关系的划分

按照旅客与企业的关系,服务可以划分为会员关系服务和非会员关系服务两种。

(1)会员关系服务。会员关系服务是指向旅客提供的比较固定的服务。例如,铁路对通勤的旅客提供乘车证和一些优惠政策。

(2)非会员关系服务。非会员关系服务是指向偶然性的旅客提供的服务。

1.3.2 铁路旅客运输服务的特征

铁路旅客运输服务既有其他服务业的共性,又有其本身的个性,在生产、消费和设计上呈现不同的特征。

1. 铁路客运服务的生产特征

铁路客运服务生产系统在技术性、系统性、信息化和人性化方面呈现出一定的特征,具体表述如下:

(1)铁路客运服务生产系统“技术性”特征。铁路客运服务生产系统涉及车、机、工、电、辆等不同的技术部门,从铁路旅客运输服务的全程性来看,这些技术部门提供的服务属于生产系统的内部服务,其工作目标是为客运服务提供技术性支持,这也是运输企业需要将长期以来的“生产经营型”模式向“服务经营型”模式转变的一个方面。铁路运输企业应树立全局的服务意识和服务理念,切实提高高速铁路客运服务质量的可靠性和稳定性。

(2)铁路客运服务生产系统“系统性”特征。铁路客运服务生产系统本身就是一个大的系统,该系统的服务对象是旅客,生产对象是各项服务内容和各服务环节,并涉及客运生产系统所在的城市、各种交通方式及服务生产系统内的各生产部门。为了向旅客提供高质量的服务,必须尽量减小系统内各要素的服务差距,实现各生产部门和生产环节的有机协调,实现生产系统“整体最优”的目标。

(3)铁路客运服务生产系统“信息化”特征。随着信息技术的发展及广泛应用,铁路客运服务生产系统向“信息化和自动化”方向发展。如铁路旅客售检票系统、客运站安全监控管理系统、旅客列车管理信息系统、旅客列车现代化服务系统等现代化信息管理系统的应用,全面实现了铁路运营管理手段的现代化,提高了企业管理水平和运输生产效率。

(4)铁路客运服务生产系统“人性化”特征。随着社会服务“以人为本”“人性化”理念

的深入人心,铁路客运服务生产系统也应“以人为本”作为“各部门”“各环节”的中心指导思想,满足旅客旅行需求,真正在生产系统中做到“服务旅客”,而非“管理旅客”。

2. 铁路客运服务的消费特征

铁路客运服务实质上是旅客体验的过程。旅客对服务产品的消费是一种过程消费,而不是结果消费。铁路客运服务消费特征具体表述如下:

(1)铁路客运服务的“过程消费”特性。有形产品的生产与消费是分开的,有形产品作为生产过程的结果被顾客消费的,是一种完全的结果消费。而客运服务不可能被事先生产出来,旅客对服务产品的消费也不可能全是结果消费,服务过程也是服务消费的重要组成部分。

服务质量研究表明,尽管服务产品的结果对顾客来讲是重要的,但对于总的感知服务质量来说,顾客对服务过程的感知却更加重要。由于企业与企业之间所提供的服务结果正逐渐趋同,在很多情况下仅仅利用服务结果是无法与竞争对手区分开的。同时,仅仅利用服务结果来判断服务质量的高低也是相当困难的。例如,旅客通常难以判断一家航空公司的服务是否比另一家航空公司的服务好,旅客只有在参与服务的过程中,才能感受到不同企业提供的服务差异。

(2)铁路客运服务消费与生产的同步性。铁路客运服务消费的过程性决定了服务生产与消费同步进行。这种同步性决定了旅客对服务质量的感知是对服务全过程各个环节的质量感知,每个环节的质量感知都会影响旅客对服务整体质量的评价。因此,铁路客运服务质量的形成不仅取决于运输企业对服务内容的设计、服务标准的制定及服务生产过程的管理与控制,而且旅客的运输服务消费理念和实际消费过程中随机的生理、心理和特种状况等都会影响其对质量的感知与评价。由此,运输企业在提供规范化、标准化服务的同时,考虑一定的“弹性”,赋予一线服务人员一定的“权力”,适应运输服务消费与生产同步性的特点。

(3)铁路客运服务消费与生产交叉。运输服务的生产与消费是在旅客、服务人员和服务设备互动中完成的,其互动的结果与质量有较大的后效性。即前一个服务环节的互动质量会影响下一个环节的互动基础与氛围,最终影响旅客对运输服务质量的感知与评价及再次选择的机会。例如,旅客对购票服务的不满意会转化为对站车其他服务的“过于挑剔”。

总之,铁路客运服务消费的过程性是其特性的根源,也决定了旅客对服务质量评价的过程性,同时为运输服务质量的管理与控制指明了方向。

3. 铁路客运服务的设计特征

铁路客运服务作为一种社会性服务,具有一般服务的基本特性,同时还具有铁路自



身的安全、快速、舒适、便捷等质量特性。随着和谐铁路建设的深入铁路运输企业提出了“以人为本”的客运服务理念使铁路客运服务设计在理念、内容、流程和方法及创新项目的推广等方面都呈现出新的特征,具体表述如下:

(1)铁路客运服务设计体现“以人为本”的理念。服务理念是服务产品设计的核心,是运输企业提供给旅客能满足其某种或某几种需求服务的“功能”和“效用”。它是运输企业提供高速铁路客运服务的指导思想,是高速铁路客运服务设计的标准和依据。高速铁路运输企业要以“旅客需求”为导向,树立“以人为本”的理念,设计出令旅客满意的服务。

(2)铁路客运服务设计涵盖服务“全过程、全方位”。旅客购买的是旅行的全程经历。旅客对服务各方面的感知都会影响其对客运服务整体质量的评价。为旅客提供高质量的服务就意味着服务全过程、各方面、各环节的质量都要高,只有将旅客在旅途中所经历的一切,即从旅途开始之前的咨询、预订票到客运站车服务及事后投诉服务等所有环节都做好,才能保证旅行全过程的质量,令旅客满意。

(3)铁路客运服务设计“信息化”程度高。信息化技术在铁路客运服务设计中起了很重要的作用,铁路利用计算机硬件、软件及计算机网络进行市场调查,新服务项目的开发、模拟、测试及产品的推广。如在服务设计产生创意阶段,高速铁路可以向新加坡航空公司学习,建立“中心电子日志”,每当员工从互联网、报纸或其他地方发现了令人激动的新点子或新技术,公司都鼓励他们把相关信息发布到电子日志上,作为开发新的客运服务产品的素材。

(4)铁路客运服务的“先进性”。铁路客运服务的先进性主要表现在两个方面。其一,运输企业为旅客设计了更多信息化程度高的服务,如信息引导系统(包括广告牌、引导标志、信息通告牌、商业指示、展台、电子信息显示屏、定时系统、时钟),为旅客提供指示车站、车站方向说明、普通商业信息、商业名称地址、车站方位地图、列车时刻表、交通网络图、车站使用说明通告及车次信息、正晚点信息、列车经停站信息、列车到站信息、列车时速、字幕新闻、天气等信息,为旅客的出行提供了方便,提高旅客的满意度。其二,运输企业为旅客设计了更多自动化服务,如旅客可自己获取旅行信息、自助购票、根据引导提示自动到达候车区域、自动检票进站、自动出站检票。这些技术的应用不仅方便了旅客,满足了旅客的要求,还最大限度地节约了运输成本。

从服务提供方式来看,铁路客运服务产品需要旅客亲自到铁路运输企业的多个场所来获得服务。这就要求铁路运输企业在服务产品设计时注重服务质量在不同地点的一致性和连贯性。随着信息技术的发展,在最短距离、最快时间完成服务交易成为铁路客运服务设计发展的一大趋势,这能为旅客提供方便并提高铁路的工作效率。如铁路设计的售票服务系统可以让旅客多方式地购买车票(到站直接购票、自动售票机购票、网上购

票、代售点购票等),既满足了旅客的个人需求,又可以提高服务的个性化程度和工作效率。因此,铁路需要利用信息技术来设计高效的客运服务系统。

从与其他交通方式的关系来看,目前大部分铁路与公路、航空之间主要是竞争关系,且各种交通方式换乘衔接不畅。但随着高速铁路的建设及“以人为本”理念的深入人心,铁路在进行客运服务设计时,要更多考虑与其他交通方式的衔接,将地铁等交通方式引入铁路系统内,尽可能实现旅客在各种交通方式之间的“零换乘”。同时,铁路在设计高速铁路客运服务产品时应考虑与其他交通方式换乘时间上的衔接,既满足旅客的需求,又吸引更多的旅客,实现铁路在与其他交通方式竞争协作中的共同发展。

从运输资源和服务系统的技术构成上来看,高速铁路客运服务是一个高效的、先进的且技术性能很高的服务系统。运输市场营销分析、运输生产组织与管理、运输服务提供和运输质量控制等手段更具有人性化、信息化、自动化的特点,所以高速铁路客运服务内容、流程和方法等的设计与普通客运服务相比,要更加高效、准确、可控。



拓展阅读

铁路客运服务技巧

客运人员为旅客提供的服务,首先是规范的服务,其次是能办到的但出忽旅客意料的服务,最后是服务中旅客提出的或许能解决、或许不能解决的过分要求。客运人员在服务中要学习和掌握丰富的服务技巧,并注意在以下几个方面完善:

(1)遇事不慌,沉着冷静。当遇到突如其来的事情或问题时,要保持冷静,从容不迫,不惊慌失措,并且迅速地确定处理问题的对策。

(2)思维敏捷。遇事要迅速地想出解决问题的方法。应变不应是被动的,而应是主动的,能防患于未然。发生意外事件,要根据发生事件的性质、特点、影响、趋势马上找出解决问题的办法;在突发事件面前,既要保证工作人员人身安全,又要使旅客不受伤害,始终与旅客处于一种良好的状态。

(3)机智幽默。机智幽默是交际上的润滑剂,要灵活运用它处理好工作中出现的各种难以处理的问题,以缓和紧张的局面,使双方交际变得轻松而愉快。

(4)忍耐性要强。有些突发事件会让服务人员受到委屈,在这种情况下,服务人员不要急躁,要有较强的驾驭能力和克制能力,做好耐心、细致的说服和解释工作,有条不紊地冷静处理突发事件。

(资料来源:《铁路旅客运输服务》 作者:周平)



1.4 铁路旅客运输服务的主要内容

“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研究以下问题:

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、途中为旅客提供旅行服务的过程。

2. 服务工作质量管理

保证旅客运输产品的质量是服务管理工作的主要内容。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又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需的、周到的服务,确保服务产品的质量。

(1)建立并完善客票预订发售系统、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旅客服务系统。

(2)制定服务作业标准。原铁道部制定了《铁路旅客运输服务质量标准》,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. 旅客服务心理

提高铁路旅客服务工作水准的核心是满足旅客的需要。要使旅客满意,铁路服务部门必须了解和把握他们的心理,按旅客的服务需求开展有针对性的服务;同时,服务人员的心理素质直接影响了服务质量的提高。因此,铁路客运企业需要通过旅客和客运员工的心理分析,了解旅客,了解自己,从而更好地开展服务工作。

4. 客运服务礼仪与技巧

吸引和满足顾客是一切服务业赖以生存与发展的基础,服务礼仪就相当重要。同时,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服务人员的礼仪,增强服务技能技巧,充分发挥服务礼仪与技巧在提高

服务工作质量方面的作用。

(1)培养和增强服务人员的礼仪与技能,利用服务礼仪与技能来吸引和满足旅客。

(2)提高服务人员的礼仪水平和知识素质,利用完善的服务礼仪和服务知识来吸引与满足旅客。

5. 服务工作理念与策略

铁路客运企业是具有半军事性质的企业,为确保旅客运输服务质量,客运部门制定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“运送旅客”向“服务旅客”转变,服务工作应针对不同的消费群,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。

思考与练习

(1)铁路旅客运输业的基本任务是什么?

(2)铁路旅客运输产品分为哪几种层次?

(3)简述铁路运输服务的主要内容。