



第一篇

民用航空客舱服务



第一章

客舱服务概述



【本章导读】

伴随着我国经济的不断发展，服务业在整个国民经济中所占比重越来越大。民航客舱服务作为民航运输业务中的重要组成部分，是服务行业中最高层次的体现。为了能够保障民航客舱服务工作的顺利开展，优质的服务意识、优雅的服务举止、得体的服务语言、熟练的服务技能、扎实的专业知识是对乘务员完成客舱服务工作的基本要求。本章对服务的概念和客舱服务理念做了全面的阐述，帮助大家更好地理解客舱服务的意义。



【学习目标】

- 理解服务的含义。
- 了解服务的特征。
- 掌握服务的要素。
- 了解三大航的客舱服务理念。
- 掌握客舱服务的概念。
- 掌握客舱服务的特点。
- 理解客舱服务提升的意义。



第一节 服务的认知

一、服务的概念

“服务”一词人们并不陌生，它体现在生活的各个方面，比如餐饮服务、邮政服务、通信服务、维修服务、医疗服务、民航客舱服务等。那什么是“服务”呢？简单地讲，服务是通过人际关系来满足他人期望和需求的行为、过程及结果。可以理解成：为别人做事，满足别人的要求。随着时代的发展，“服务”不断地被赋予新的含义。

- ▶ 《现代汉语词典》中对服务的解释是：为集体（或别人的）利益或为某种事业而工作。
- ▶ 在经济学范畴中，马克思在《剩余价值理论》中指出，服务同一般商品的使用价值一样，是具有物质内容的使用价值；服务这种使用价值就是劳动本身；提供服务的劳动没有固化于商品之中，而是直接进入消费过程。
- ▶ 从管理学角度而言，美国市场营销协会在1960年最先对“服务”做了定义：服务是伴随着货物销售一并提供给顾客的利益、满足感及其他活动。
- ▶ 现代营销学之父菲利普·科特勒提出，服务是一方向另一方提供的活动或者利益，通常是无形的，且不牵涉所有权的改变。
- ▶ 芬兰格罗鲁斯教授对服务的定义是：服务是由一系列或多或少具有无形性的活动所构成的一种过程，这种过程是在顾客与员工和有形资源的互动关系中进行的，这些有形资源是作为顾客问题的解决方案而提供给顾客的。

综合而论，“服务”可以被理解为：一种创造价值的行为，通过交易使他人得到满足；或者是用真诚的态度为他人着想、为他人做事，且使他人从中获得利益的一种有偿或者无偿的活动。

二、服务的本质

服务是一种人与人之间的沟通和互动，一方是产品的生产者，另一方是产品的接受者，服务依赖于两者而存在，是过程与结果的统一。通过服务者的言行举止，给他人以直观的印象，造成或好或坏的心理感受，从而决定了他人对产品的满意度。服务的本质包含三个维度：满足需求、创造价值、建立关系。

（一）满足需求

服务的根本目的是解决他人的具体问题或满足他人的期望。无论是基础功能需求（如餐饮、住宿等），还是精神层面需求（如尊重、归属感等），服务始终围绕他人的需求展开。比如，医疗服务是解决健康问题，教育服务是满足知识获取需求等。

（二）创造价值

服务通过无形劳动或经济活动为他人提供附加价值且实现双向收益。比如，咨询公司通过专业知识帮助客户优化决策，从而创造经济价值；物业公司通过高效管理提升居民居住体验。这种价值既可以是功能性的（如效率提升），也可以是情感性的（如愉悦体验）。

（三）建立关系

服务过程的本质是服务者与接受者之间互动关系的构建，需要以信任和尊重为基础。比如，长期合作的客户往往源于服务人员专业、真诚的沟通；公共服务（如教育、医疗）的公平性则能增强社会整体的信任感。

三、SERVICE的解读

“服务”的英文为SERVICE，这个单词很有深意，每个字母引申出的含义都传递着服务的本质内容。

S: smile——smile for everyone微笑待客

微笑是服务行业的最基本要求。每一位服务从业者都应该具备微笑待客的能力。尤其是民航乘务员，可以没有闭月羞花的容貌，但要保持和蔼可亲的面貌。微笑指的不是脸部肌肉上提而显现出的假笑，而是因真诚为他人做事的态度而自然流露出的笑容，这种笑容很有亲和力和感染力。

E: excellent——excellent in everything you do精通业务

优秀，表示服务者需要精通业务工作，不仅要完成每一道服务程序，而且要把服务工作做得非常出色。

R: ready——ready to do做好准备

做好准备即处于“时刻准备着”的状态，表示服务者要具备随时为客人解决各种问题的能力。

V: viewing——viewing every customer as special贵宾礼遇

看待，表示服务者把每位客人都当成贵宾看待。这个理念很重要。

I: inviting——inviting your customer to return欢迎再来

邀请，表示服务者在每次服务结束时，真诚地邀请客人再次光临。这不仅仅是客气话，更是提高客户忠诚度的好方法。

C: creating——creating a warm atmosphere营造温馨环境

创造，服务工作不是简单的机械化重复，服务需要创造性，更多地为客户着想，服务



者才能更好地为不同客户提供所需要的优质服务。同时，还要营造温馨的服务环境。

E: eye--eye contact that shows we care眼到心到

眼神，服务者在为客人提供服务时，应当流露出真诚热情的眼神，使客人感受到服务员在关心自己。

四、服务的特征

从服务的核心角度而言，服务具有五种特性：无形性、同步性、差异性、不可储存性和不可转移性。

（一）无形性

服务在很大程度上是无形的和抽象的，它是一系列活动的过程，而非实物。比如参加旅行团出游，顾客在购买之前无法感受到服务，旅行社也无法以实物形式展示其服务；搭乘航班的旅客往往会通过航空公司的宣传、网络评价和亲朋好友的经验获取相关信息来选择航空公司。

（二）同步性

服务的“生产”和“消费”是同步发生的，无法分割。当乘务员为旅客提供服务的同时，旅客也在消费服务，两者在时间上不可分割。

（三）差异性

服务是人与人之间的沟通和互动，即使有操作规范，也会因服务者不同、服务对象不同、服务内容不同而产生差异。

服务者的教育背景、个人性格、人生态度以及当时的身体状况、情绪等差异，往往会使服务品质难以保持一致。同时，接受者对同一服务的价值评判标准也存在个体差异。比如，乘务员为年长旅客服务时，往往会主动上前搀扶，而有些年长旅客并不愿意接受这样的服务。

（四）不可储存性

服务是一个活动过程，只有在提供服务时存在，无法被储存以备未来之用。旅客在飞行途中享受到的客舱服务只能在该时段内获得，无法储存起来等下机后使用。

（五）不可转移性

在服务的生产和消费过程中，不涉及任何所有权的转移。购买了有形的产品，具有所有权；而购买了服务，并不拥有所有权。换言之，服务在活动完成后便结束了，消费者并没有获得像产品那样的实物。



五、服务的要素

服务的要素包括服务意识、规范标准和服务技巧。三者之间属于协同关系，服务意识是内核，驱动规范标准的执行与服务技巧的灵活运用；规范标准是基础，确保服务的稳定性与可复制性；服务技巧是工具，通过沟通、预判等能力将服务意识与规范标准转化为客户感知价值。

（一）服务意识

1. 主动服务与客户至上

- （1）主动预判客户的需求，如乘务员引导旅客登机时，微笑问好并指引座位。
- （2）将客户需求置于首位，通过倾听、解答和回访等方式建立信任关系。

2. 持续改进机制

- （1）通过客户反馈优化服务流程。
- （2）定期分析客户结构及需求，提升服务精准度。

3. 团队协作与责任感

- （1）通过跨部门协作（如乘务员与地服人员联动）提升服务效率。
- （2）培养使命感，将服务转化为职业价值认同。

（二）规范标准

1. 仪态与语言规范

- （1）服务人员需保持职业仪态、使用礼貌用语。
- （2）服务人员避免机械执行服务流程，需结合实际场景灵活调整。

2. 流程与安全保障

- （1）建立标准化服务步骤（如客舱餐饮服务）。
- （2）确保商品质量达标、服务环境安全及隐私保护可靠。

3. 职业素养与品牌形象

- （1）通过专业技能和真诚态度提升可信度。
- （2）以精细服务强化品牌差异化竞争力。

（三）服务技巧

1. 沟通与共情能力

- （1）通过耐心倾听、复述需求等方式确认理解准确性（如旅客需要特殊餐食）。
- （2）运用微笑、关怀性语言（如“是否需要帮助”）增强亲和力。



2. 问题解决与预判能力

- (1) 快速响应客户诉求（如旅客在客舱按呼唤铃）。
- (2) 预见潜在需求（如主动为孕妇提供毛毯、枕头）。

3. 灵活性与超值服务

- (1) 突破流程限制提供灵活性服务。
- (2) 通过个性化增值服务（如节日特别食物）提升客户满意度。



【案例赏析 1-1】微笑的力量

在一家星级酒店中，一位住店的台湾客人外出时，一位朋友来酒店找他，要求进入他的房间等候。由于客人事先没有留下口信，前台服务员便没有答应这位朋友的要求。台湾客人回到酒店得知情况后十分不悦，便跑到前台与服务员争执起来。

此时，大堂经理闻讯赶来，见客人怒气正盛，言辞激烈地指责着服务员。本想开口解释的大堂经理心里清楚，此时任何的解释都毫无意义，反而会使客人的情绪更加激动，不如让客人尽情地发泄不满。于是，大堂经理没有说一句话，脸上则始终保持一种友好的微笑。

一直等到客人平静下来，大堂经理才心平气和地告诉他酒店的有关规定，并表示歉意。客人接受了大堂经理的解释。没想到后来这位台湾客人离店前还专门找到大堂经理辞行，并激动地说：“你的微笑征服了我，希望我再来住宿时能有幸再次见到你的微笑。”



【案例赏析 1-2】忠实的旅客

在深圳航空某次航班的旅客登机阶段，乘务长在迎客时发现了一张熟悉的面孔，那是一位经常乘坐深航航班的旅客，乘务长也多次在航班中为他提供过服务。待旅客入座后，乘务长面带微笑地送上了一杯冰可乐外加一份《南方都市报》。旅客疑惑地看着乘务长，问道：“你怎么知道我喜欢喝可乐，还是加冰的？又怎么知道我想看《南方都市报》？”乘务长笑着说道：“您是我们的常旅客，我知道这是您登机后的习惯啊。”就餐阶段，乘务长又贴心地送上了旅客喜欢的中式餐食。飞机下降阶段，这名旅客交给乘务长一封表扬信，并说道：“谢谢你贴心的服务，我很感动，冲着你对工作的这份热情和细心，我就是你们公司最忠实的旅客。”



【案例赏析 1-3】机械式服务惹的祸

在航班途中，旅客张先生正在阅读杂志，一位乘务员从他身边经过时，主动为他打开了阅读灯，然后走开了。张先生觉得当时的自然光线很充足，打开阅读灯反而不舒服，于是自己关闭了阅读灯。过了一会儿，另一名乘务员经过时，又主动帮助张先生打开了阅读灯。张先生无奈地再次关掉。后来，当第三名乘务员主动帮助张先生打开阅读灯时，张先生被乘务员“主动”的服务惹恼了，投诉到了乘务长处。

第二节 客舱服务理念

一、航空公司的服务理念

以“三大航”为例，为大家介绍航空公司的服务理念。

（一）中国国际航空股份有限公司

中国国际航空股份有限公司简称“国航”，成立于1988年，隶属于中航集团，是大型国有航空运输集团公司，也是中国唯一载国旗飞行的航空运输企业。国航承担着中国国家领导人出国访问的专机任务，也承担着许多外国元首和政府首脑在国内的专包机任务，这是国航独有的国家载旗航司的尊贵地位。

国航是星空联盟成员、北京2008年奥运会和残奥会官方航空客运合作伙伴、北京2022年冬奥会和冬残奥会官方航空客运合作伙伴。截至2024年12月31日，国航（含控股公司）共拥有各型飞机930架和均衡丰富的航线网络。借助星空联盟，国航航线网络可通达全球190多个国家（地区）的1100多个目的地。

国航的企业标识由一只艺术化的凤凰和中国改革开放总设计师邓小平同志书写的“中国国际航空公司”以及英文“AIR CHINA”构成，如图1-1所示。



图1-1 国航企业标识

“凤凰”是中华民族远古传说中的祥瑞之鸟，百鸟之王，集善聚美。国航的标识，既以简洁舞动的线条展现凤凰姿态，又是英文VIP（尊贵客人）的艺术变形，颜色为中国传统的大红色，寓意着吉祥、圆满、幸福、安宁。国航推崇的凤凰精神的核心内涵是“传递吉祥，引领群伦，超越自我”。

- 企业使命：安全第一、四心服务、稳健发展、成就员工、履行责任。
- 企业价值观：人本、担当、进取、乐享飞行。
- 企业服务理念：放心、顺心、舒心、动心。
- 企业愿景：全球领先的航空公司。
- 企业品牌定位：专业信赖、国际品质、中国风范。



【拓展阅读】国航的“四心”服务理念

国航的“四心工程”服务：使客户放心、顺心、舒心、动心，是国航对客户的责任。四心服务既是要求又是标准，既是服务过程也是服务结果，使客户享受全流程、全方位的优质服务，带给客户美好体验和感受，是国航持之以恒追求的服务目标。

放心工程：以安全为核心。顾客选择国航后，感受到一百个放心。国航始终以“安全第一、预防为主”为主导思想，在安全管理上与时俱进，运用新的科学管理技术和措施，细化各项具体管理工作标准和要求，不断改善安全工作环境和品质，让国航的安全飞行品质、安全保障水平持续保持亚洲最好、世界一流。截至2019年底，国航已安全飞行47周年。

顺心工程：以航班正点和整个服务过程顺畅为核心。顾客从购票开始至到达目的地，全程顺利圆满。提高航班正点率，认真分析影响航班正点的主要因素并研究解决方案。

舒心工程：以客户舒适为核心。让旅客在旅途中感受到舒适和愉快。国航持续突出航线特色，细分各类航线的特殊需要，推出新的特色服务，让五湖四海的旅客感受到宾至如归；同时加入体贴入微的客舱服务，使旅客在客舱中感受到更多的温馨；全面提高配餐质量，以“中餐特色、国际感觉”为理念，分层次提高餐食质量，打造独具国航特色的餐饮品牌；积极改善机载娱乐系统，使旅客获得更加舒适的观看感受；座椅升级改造，让旅客在旅途中得到更舒适的休息。

动心工程：以满足客户个性化需求为核心。根据旅客特殊需求或者其他具体情况，提供打动人心的个性化服务。

（二）中国东方航空股份有限公司

中国东方航空股份有限公司简称“东航”，是总部位于上海的中国东方航空集团有限公司的核心企业。截至2019年，东航集团持续推进产业转型升级，着力打造“全服务航空”“低成本航空”和“航空物流”三大支柱产业和航空维修、航空餐食、创新科技平台、金融平台、产业投资平台五大协同产业融合发展的“3+5”产业结构布局。

东航致力于以精致、精准、精细的服务为全球旅客创造精彩的旅行体验。目前，东航在国内拥有京沪“两市四场”双核心枢纽和西安、昆明等区域枢纽，业务范围覆盖省会城市及千万级以上机场。东航积极开拓中东、北非地区国际远程航线，立足上海，连接世界，致力于打造航空运输超级承运人。借助天合联盟，东航的航线网络通达全球166个国家和地区的1050个目的地，并在全球设有100余个海内外分支机构。

东航企业标识的核心元素是“飞燕”，如图1-2所示。

在中国，燕子被称为吉鸟，相传瑶光星散为燕鸟，跃动的群燕是大自然灵性的化身。它们秋去春归，是春天的使者，预示着希望和美好；它们衔泥筑巢，是吉祥的征兆，传递出和睦与温情；它们翩飞杏林，是及第的象征，昭示着兴盛和进步。“飞燕”承载着东航对旅客和顺吉祥的祝愿。





图1-2 东航企业标识

标识的基准色是红与蓝，红色代表日出东方，升腾着希望、卓越、激情；蓝色代表邃蓝的大海，广博包容，海纳百川。飞燕姿态自然勾勒出“CHINA EASTERN”的首字母“CE”，又形似跃动的音符，显示了东航推动品牌无国界的竞合意识。

- 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。
- 企业核心价值观：客户至尊，精细致远。
- 企业精神：严谨高效，激情超越。
- 服务理念：超越自身，追求完美。
- 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。
- 品牌核心价值：世界品位，东方魅力。

【拓展阅读】东航的“四精”服务理念

东航的“四精”服务理念是其提升航空服务质量的核心框架，该理念贯穿于东航的客舱服务、地面保障、航班运营等多个环节，旨在为旅客提供高品质的航空出行体验，满足旅客的多样化需求。

- (1) 精心：强调服务态度与责任意识，要求员工以高度的专注和热情投入工作。
- (2) 精准：注重个性化需求与高效响应，确保服务与旅客需求精准匹配。
- (3) 精致：追求服务细节的完美呈现，打造品牌形象与美学体验。
- (4) 精细：强调流程优化与系统性保障，确保服务链条无缝衔接。

(三) 中国南方航空股份有限公司

中国南方航空股份有限公司简称“南航”，总部设在广州，是中国南方航空集团有限公司控股的运输航空公司。截至2024年12月，南航拥有客机、货机共917架。南航保持着中国航空公司最好的安全记录，其安全管理水平处于国际领先地位。2023年，南航率先在全行业获得中国民航“飞行安全钻石三星奖”。

南航着力打造以人性化、数字化、精细化、个性化、便捷化为特征的“五化”服务，为旅客提供“亲和精细”的一流服务。南航致力于建设广州、北京两大综合性国际航空枢纽。在广州，持续稳步建设“广州之路”，推动广州成为中国大陆至大洋洲、东南亚的第



一门户，服务粤港澳大湾区和“一带一路”；在北京，南航作为北京大兴国际机场的主基地航司运营。

南航以蓝色垂直尾翼镶嵌红色木棉花为企业标识，顶端三点花蕊盎然挺立，寓意三生万物、自强不息；五片花瓣呈开放姿态，彰显蓬勃生机、旺盛活力；底部花托圆润敦厚，蕴含厚德载物、润泽天下，如图1-3所示。



图1-3 南航企业标识

木棉花是中国南方特有的花卉，其树干挺拔高大。每年春天，木棉花先于树叶开放，花朵硕大，红艳艳布满枝头，远望近观，皆富情趣。广州市民还把木棉花推举为市花，视为图腾。选择木棉花作为航徽，一方面由于南航创立时总部设在广州，木棉花既可以显示公司的地域特征，也可顺应南方人民对其的喜爱和赞美；另一方面“木棉盛开”的繁荣景象，象征着南航“视野开阔、自信谦和、奋发向上”的企业形象，表示南航将始终以坦诚、热情的态度为广大旅客、货主提供尽善尽美的航空运输服务。

- 服务理念：亲和精细。
- 企业愿景：迈向世界一流。
- 企业使命：让更多人乐享美好飞行。
- 核心价值观：安全第一、客户为本。
- 南航精神：勤奋、务实、包容、创新。
- 品牌内涵：“开放包容”的人文气质、“改革创新”的精神风貌、“热情周到”的服务态度、“为民奉献”的崇高境界。

二、客舱服务的重要性

（一）客舱服务是航空公司企业文化的展现窗口

许多航空公司的企业文化建设非常成功，不仅深入人心，更是企业的核心竞争力。而客舱是航空公司直接面对旅客的重要窗口，客舱服务的好坏直接影响着航空公司的形象，客舱服务是航空公司企业文化和品牌价值的直接体现。比如，新加坡航空给人们的印象是高水平的服务质量、优雅大方的乘务员形象、细致贴心的客舱服务、舒适宽敞的客舱座位、精益求精的机上美食以及不断更新的机上娱乐系统等。正是新加坡航空对企业形象的精心打造，提升了航司品牌竞争力，从而使其能够持续保持盈利。

1993年，海南航空执飞的首个航班上，时任海航董事长的陈峰和海南省领导以乘务员



身份在客舱中为旅客服务，自此开启了海航“店小二”服务精神的企业文化，为旅客留下了注重服务、真情对待旅客的印象。时隔多年后，在2019年海南航空重温首航26周年的活动中，董事长陈峰再次以乘务员身份在客舱中为旅客服务，使“店小二”的服务精神进一步扎根人心，让旅客感受到海航服务的真心与真情。海南航空用“店小二”的服务理念，在全球航空业中塑造了中华民族的世界级卓越航空品牌，以真情服务和最美微笑，为旅客提供最用心的服务。



【拓展阅读】不期而遇，相伴相惜——海南航空

海南航空控股股份有限公司（简称“海南航空”）于1993年1月成立，起步于中国最大的经济特区和自由贸易港——海南省，致力于为旅客提供全方位无缝隙的航空服务，打造安全舒适的旅行体验。

2024年上半年，海南航空及旗下控股子公司共运营国内外航线逾1400条，其中国内航线近1300条，覆盖境内所有省、自治区、直辖市，国际及地区航线逾100条，包括定期客运、旅客包机和客改货等航班，通达亚洲、欧洲、非洲、北美洲和大洋洲的39个境外城市。海南航空积极响应国家倡议，融入“一带一路”建设，专注打造国际国内高效互动的、品质规模化的卓越型世界级航空网络，并积极落实“民航强国”的发展战略，已在海口、北京、广州、深圳等22个城市设立航空运营基地或分公司。海南航空是中国内地第一家也是唯一一家以高品质服务和优质产品获得“SKYTRAX五星航空”称号的企业，且从2011年起已经13次蝉联该荣誉。该荣誉是对海南航空杰出服务的高水平认可，也代表了广大旅客对海南航空优质服务品质的褒奖。

- 品牌目标：打造世界卓越航空品牌。
- 品牌理念：不期而遇 相伴相惜 FLY YOUR DREAMS。
- 品牌使命：让旅客感受最人性化的飞行服务体验。
- 品牌个性：活力、创新、现代东方神韵。
- 品牌核心价值：人性化、文化体验、超越预期。

（二）客舱服务是航空公司提高营销的组成部分

航空公司与旅客之间有多种接触与交流的方式。“客舱”是航空公司提供消费服务的主要场所，优质的客舱服务能够有效巩固现有旅客，赢得更多回头客，扩充大量长期忠实客户，是企业创造经济效益不可忽视的重要方面。最大程度提高旅客的满意度能为航空公司带来更多的潜在客户，从而促进航空公司的销售额不断增长。根据二八法则，航空公司80%的利润来源于20%的销售机会，而拥有优质的客舱服务有助于航空公司把握住20%的销售机会，赢得更大利润。

（三）客舱服务是航空公司服务能力的重要体现

客舱服务是旅客感知航空公司服务能力的直接接触点。通过乘务员的职业素养、服务态度、专业技能以及客舱环境设计等配套设施，旅客能直观感受到航空公司的服务能力。客



舱服务不仅是航空公司的“空中名片”，更是其综合实力的缩影，全面彰显航空公司的核心竞争力。



【案例赏析 1-4】一面锦旗表心意

2019年4月15日，上海航空客舱部收到了一面旅客专程送来的锦旗，上面写着“上航精英待客如亲”八个大字，表达着旅客对乘务员用心服务的衷心感谢。

当旅客见到当天航班的乘务员时，感激之情溢于言表。原来，不久之前在南宁至上海的航班中，两名男旅客带着一个10个月大的宝宝坐飞机，这两名旅客分别是宝宝的爸爸和爷爷。在登机过程中，细心的乘务员就主动帮忙拿行李并安排他们入座。飞机起飞后，宝宝吵闹不止，爸爸和爷爷无论怎样哄都无济于事，他们二人显得束手无策。刚做了妈妈的乘务员看到这种情况，便主动上前用温柔的声音安慰宝宝，并用飞机上的玩具逗宝宝，小宝宝慢慢平静下来并露出了可爱的笑容。后续的飞行途中，乘务员时不时地去帮忙照顾宝宝，冲奶粉、哄玩、哄睡……让爸爸和爷爷松了一口气。

三、客舱服务的含义

“客舱服务”是依托航空公司而存在的，是航空公司提供给旅客的安全、舒适、快捷的产品，该产品既有有形的部分，也有无形的部分。有形部分指的是航空公司提供给旅客的空中硬件服务，包括餐饮服务、机供品（报纸杂志、毛毯、洗漱品等）服务、视/音频服务、客舱环境、客舱设备等。无形部分指的是精神服务，这是一种高层次的服务，包括乘务员的仪容仪表、气质风度、精神面貌、文明用语以及客舱服务冲突处置和紧急情况应急处置等。

从广义上来说，客舱服务是以客舱为服务场所，以个人影响力和展示性为特征，将有形的技术服务与无形的情感传递融为一体的综合性服务。此概念强调了技术服务和情感传递两方面的内容，这是乘务员综合素质的体现。从狭义上而言，客舱服务是按照民航服务的内容、规范要求，以满足旅客需求为目标，为航班旅客提供服务的过程。

- 乘务员认为：客舱服务是一项工作。
- 管理者认为：客舱服务是由若干项目组成的服务产品。
- 专家学者认为：客舱服务是满足旅客需求的一系列特征和特性的总和。
- 旅客认为：客舱服务是旅客在飞行过程中的一种体验，是旅客对乘务员行为的感受，也是乘务员在服务中给旅客留下的印象。

四、客舱服务的内容

（一）旅客登机前

检查客舱、厨房、洗手间的服务设施状况；检查餐食饮料、供应品、服务用品的配备状况；检查客舱卫生状况；检查视频音频设备的工作状态；检查客舱灯光；核对机上免税

品的配备状况。

（二）旅客登机后

迎接旅客并引导入座；指导旅客摆放行李；为旅客提供书报杂志和娱乐用品；操作客舱门分离器。

（三）飞行中

进行中英文客舱广播；指导旅客使用客舱服务设施；保持客舱、厨房、洗手间整洁；指导旅客填写海关、边防、检疫申报表；为聋哑旅客、无成人陪伴儿童等特殊旅客提供服务；判断和处理晕机、压耳等机上常见病；用中英文回答关于航班时刻、飞行距离等航线知识的问询，同时处理旅客提出的航班延误、餐食质量等问题的投诉；为旅客提供餐食服务。

（四）飞机落地后

处理飞机滑行期间旅客站立、开启行李架等不安全行为；对客舱、厨房、洗手间进行清舱检查。

五、客舱服务的特点

（一）灵活多变

客舱服务工作，看似端茶倒水般简单易做，但要在空间有限的客舱内，短则几十分钟、长则十几小时的时间里，为旅客提供一个安全、舒心、满意的空中旅途并非信手拈来。乘务员需要面对不同的旅客和不同的情景，这意味着在工作中会有很多难以预料的事情发生，而航空公司的服务手册中并不能涵盖所有的操作规程和细节，需要乘务员灵活处理，发挥创造力，竭尽全力为旅客提供优质的服务。



【案例赏析 1-5】一杯奶茶暖人心

在从上海飞往越南胡志明市的航班上，乘务员正在为旅客提供晚餐。这时头等舱的呼唤铃响了起来，是2排A座的旅客。乘务员走到他面前，这位外国旅客说道“finished”并挥手示意将小桌上的食物收走。乘务员看到旅客面前的食物丝毫未动，甚至面包还未提供，心中十分不解，便问道：“先生，是不是我们提供的晚餐不合您的胃口？”旅客没有回答，只是再次示意把餐食收走，态度明确。乘务员继续问道：“那现在给您拿些甜点和水果，好吗？”“嗯，好吧。”这位旅客想了想才勉强同意。

旅客看着乘务员拿过来的水果和甜点摇了摇头，问道：“飞机上有没有饼干？”这时乘务员在脑海里迅速把飞机上配备的食物想了一遍，遗憾地回答说：“没有。”这位旅客此时有些懊恼地说：“我到了机场，想在候机楼用餐，可惜餐厅结束营业了，饿着肚子上飞机，但是机上的食物我一点也不感兴趣，实在太糟糕了。”听到这话，乘务员连连道歉。此时旅客翻看杂志不再说话。



回到厨房，乘务员与乘务长一起想办法，希望能为旅客找到一些他满意的食物。4个半小时的航程，怎么能让旅客空着肚子下飞机呢？乘务员们开始集思广益，吃饼干的人可能会喜欢甜食，而甜食会带来饱腹感和愉悦感，那么就从这点入手。头等舱的烤箱里还有为旅客提供的餐包，刚刚其他旅客大多选择了全麦面包，应该还有西式豆沙面包。但是，只有面包太单调了，最好再配上一杯甜味热饮。之前这位旅客喝的是红酒，机上的咖啡也未必符合他的口味，何不利用机上的资源，帮他调制一杯香浓的奶茶呢！特别的调制也代表着乘务组由衷的歉意和充分的尊重。随即，乘务员便开始了奶茶的制作：向玻璃杯中倒入三分之二的鲜牛奶，再放入红茶包，将玻璃杯放入烧水杯中缓慢加热，使红茶与牛奶充分融合。5分钟后取出热腾腾的奶茶，再加入半包黄糖，奶茶便调制好了。乘务员端着豆沙面包和调制的奶茶出现在这位旅客面前时，他几乎惊愕住了。“先生，这是热的豆沙面包和特别为您调制的奶茶，希望您能喜欢。”乘务员注意到这位旅客的表情开始慢慢舒缓。5分钟后，他再次敲响呼唤铃，而他面前是一个空杯和一个空碟。他笑盈盈地对乘务员说，“奶茶真的太美味啦”，并连连道谢。

（二）无私奉献

方寸客舱，容尽世间百态；每段航程，演绎迥异人生。客舱服务工作是乘务员时时刻刻关注旅客的需求，以兢兢业业的态度和全心全意为人民服务的理念为旅客解决问题、传递温暖。



【案例赏析 1-6】贴心服务，暖心归途

2019年春运中，在从巴黎飞往北京的航班上，一名身背旅行包、一手提行李袋、另一只手拉着行李箱的旅客登机后匆匆找到乘务员请求帮助。由于旅客购票时没注意转机时间，到北京后需要立即转机，否则会耽误后续行程。

乘务员在旅客登机结束后，第一时间将这名旅客调换到了客舱第一排，并帮助其在座位附近安放好行李，以便缩短其下机时间。飞机顺利抵达北京后，乘务员又主动找到地服转机工作人员并说明情况，希望能够帮助该旅客尽快转机。所有旅客下机后，乘务组做完最后的清舱工作离开飞机走到候机楼里后，却又看见了航班上那名焦急的旅客，原来是他下机时走得太急，背包拉链坏了，东西散落一地，整理好之后却找不到转机工作人员了。由于春运期间旅客太多，他跟随一些旅客来到了现在的位置，之后却不知如何是好。

虽然此时乘务员已下班，但看到旅客无助的眼神，她先安慰旅客不要着急，又向乘务长汇报了情况，随后主动陪同旅客一步步完成后续事宜：办理海关手续、前往改签柜台协助改签等。正是乘务员无微不至的真情服务，让旅客感受到了浓浓暖意。

（三）细致入微

人们常说，细节决定成败。细节就是品质，细节体现品位，细节无处不在。客舱服务

工作也是如此。乘务员在客舱服务中，着手于细微之中，通过细致观察，满足旅客的不同需求。细致性能反映出客舱服务工作的用心程度，可以说抓住细节就抓住了旅客的心，就抓住了客户忠诚度。



【案例赏析 1-7】细心服务暖客舱

某航班上，乘务员正在为旅客提供餐饮服务，11排A座的女士要了一杯咖啡。其间，飞机遇有颠簸，乘务员通过客舱广播提醒旅客系好安全带。待颠簸结束后，乘务长巡视客舱时，发现11排A座的女士正在用纸巾擦拭衣服上的咖啡，而且其胸口的皮肤已被烫红。乘务长马上意识到这名旅客因飞机颠簸而被热咖啡烫伤了。仔细观察，该女士穿了一件领口比较大的套衫，里面是件紧身衣。乘务长想到热咖啡泼进领口后，会与贴身衣物黏在一起，女士肯定很难受。她又看到相邻的B座和C座的旅客都是男士，就觉得可能是这位女士不好意思开口找乘务员帮忙。乘务长把这一切看在眼里、记在心里。她回到厨房拿了一条干净的小毛巾，又从药箱中取出烫伤膏，随即来到11排，主动带这位女士到前舱卫生间，用冷毛巾为她敷烫伤处并涂上烫伤膏。这位女士十分诧异且非常感动：“您真是太细心了，我本来都不好意思找你们帮忙。”下机时，该女士再次表达了诚挚的谢意：“今天真的谢谢你们的细心帮助，我现在好多了。”

（四）杜微慎防

航空运输是高风险行业，一旦发生事故，不仅会造成惨重损失，还将产生广泛且深远的影响。我国民航系统一直秉承着安全第一的方针政策，不断加强民航安全教育，提高飞行安全意识，尤其是对工作在一线的空勤人员。安全责任重于泰山，民航乘务员在工作中粗心大意、马马虎虎、懒于思考和观察，甚至存有侥幸心理，都会给飞行安全带来隐患。



【案例赏析 1-8】严谨认真保平安

某日，某航班在旅客登机阶段，乘务长迎客时发现一位旅客捧着一个箱子往客舱走，箱子上印有“锂电池保护板”的字样。乘务长立刻警觉起来，她知道锂电池属于限制运输的危险品。她跟随旅客来到客舱，详细询问了情况。原来，纸箱内放置的并不是锂电池而是码放整齐的集成电路芯片，每个芯片的尺寸大约为0.5 cm×2 cm。内附检测报告显示，此物品做过腐蚀性检测，腐蚀等级为8级，腐蚀率为34%。乘务长立刻将此情况向机长汇报，机长权衡后决定该物品需随机托运，不得带入客舱。为了保障飞行安全，乘务长说服旅客将此物品办理了托运。

（五）冷静果断

乘务员在客舱服务时要时刻保持警醒，树立高度的安全责任意识。一旦遇有突发事件，能够迅速反应、冷静应对、准确判断，并果断采取正确的处置措施。



【案例赏析 1-9】把火灾消灭在萌芽中

某航班已经进入平飞阶段，乘务员开始为旅客准备餐饮服务。这时，一名刚从洗手间出来的男性旅客从乘务员身边经过，其身上的古龙水味道中夹杂着一股烟味。出于职业的敏感性，乘务员立即询问该旅客是否有在洗手间内吸烟，旅客的回应躲躲闪闪、含糊其辞。乘务员立即打开洗手间门，里面弥漫着烟味，当查看废物箱时，烟雾扑面而来，并伴有废纸燃烧的味道。显然，没有熄灭的烟头已经将废物箱中的废纸点燃。灭火迫在眉睫！乘务员迅速拿起就近饮料车上的矿泉水倒向废物箱，明火被扑灭。为彻底消除隐患，乘务员又将废物箱取出，将里面的废弃物进行仔细检查，逐一确认。确保没有火灾隐患后，他才将此事报告给乘务长和机长。因为乘务员的果断处置，一起可能引发严重后果的火灾被消灭在萌芽之中。

（六）团结协作

民航运输以保障人机安全为最高原则，最大限度地预防客舱不安全事件的发生，减少突发事件带来的人员伤亡和财产损失。当出现非法干扰、机上偷盗、客舱释压、晴空颠簸或者人员突发疾病等情况时，乘务员要在机长的领导下，有序分工、紧密协作，规范地按照手册要求完成操作程序。



【案例赏析 1-10】同心协力防偷盗

某日，一架航班缓缓落地，旅客们有条不紊地下机。突然，客舱里响起了急促的呼喊声，一名坐在 43F 座位的旅客焦急地说道，他放在旅行包里的 3 万元现金不见了。乘务长和安全员得知这一情况后，立即阻止旅客继续下机，并向机场公安局报了案。在等待警察到来期间，乘务组分工协作，有负责安抚旅客的，有负责监控客舱的，有负责收集现场信息的，有负责与机组沟通的。通过在旅客中进行摸排，一位旅客反映了一个情况：他看到 44J 座位的旅客好像翻动过 43 排行李架上的行李。乘务长让安全员暗中控制好 44J 座位的旅客，并让其他旅客填写证人证词。

机场警察到来后，乘务长向警察汇报了情况并递交了旅客的证词。事后，警察反馈说，失窃的现金已经找到，并对乘务组的冷静处置、积极协助给予了高度赞扬。

六、客舱服务提升与创新

民航客舱服务正从“基础保障”向“品质化、差异化、科技化”转型，只有顺应时代发展，才能实现旅客体验与运营效率的双重提升。

（一）服务理念升级

1. 差异化服务设计

全服务航空公司与差异化服务航空公司的区别，可以概括为“一价全包”与“按需付



费”两种服务模式。在实施差异化服务之前，全服务航空公司提供的产品基本为“一价全包”式——无论旅客是否需要，标准化的服务产品和流程都会统一提供。差异化服务航空公司剥离了航班餐食、行李与机票的依附关系，把选择权交给旅客，以更优惠的票价让旅客完成空中旅行，最大限度满足旅客的需求，提高旅客对航空公司的满意度和忠诚度。无论是托运行李额度、机上餐饮服务，还是优先选座值机、出行保险等增值服务，旅客都可以根据自己的需要付费购买。通过客舱差异化服务，既能满足乘客的个性化需求，也能强化企业的品牌辨识度。

【拓展阅读】天津航空国内航班差异化定制服务的温馨提示

2018年10月，天津航空在其官网上发布了《关于天津航空国内航班差异化定制服务的温馨提示》，如图1-4所示。天津航空从此走上了从传统全服务航空公司向差异化服务航空公司战略转型的道路。

关于天津航空国内航班差异化定制服务的温馨提示

发布时间：2018-10-24

尊敬的金鹏俱乐部会员：

为了向您提供更多选择、定制化的航空出行服务，天津航空将全面推出国内航班差异化服务：自乘机日期2018年10月28日（含）起，为购买不同类型机票的旅客提供不同额度的免费托运行李服务。您可根据自身需求，通过天津航空官网、值机柜台按需购买逾重行李额度；同时，除尊享经济舱外，其他经济舱旅客将不再享受免费餐食，如有需要，您可在天津航空官网、微信服务号（tianjin-air）或乘坐的航班上购买餐食，享受多样差异化定制服务，如您有特殊餐食需求，请联系官方客服电话95350进行咨询。

一、免费行李额度等级标准：

舱位/折扣	对应舱位代码	对应免费托运行李额
公务舱	C/D/Z/I/R/J	30KG
全价机票/团队机票/尊享经济舱/ 金鹏积分兑换传统奖励机票经济舱舱位	Y/G/S/O/Q	20KG
超值经济舱	E	15KG
经济舱—92折（含）至4折（含）机票	B/H/K/L/M/X/V/N/P	10KG
经济舱—4折（不含）以下机票	A/A1/U/U1/T/T1	无免费托运行李额

金鹏俱乐部贵宾会员权益中包含的额外免费行李额仍然正常享受。

二、托运行李额度、机上餐食购买渠道

- 行李：天津航空官网-增值服务-[预付行李](#)、值机柜台
- 餐食：天津航空官网-增值服务-[餐食购买](#)、微信服务号（tianjin-air）、机上购买

天津航空温馨提示各位金鹏会员，预订机票时请仔细阅读相关服务内容，根据自身需求进行选择，感谢您的理解与配合，祝您旅途愉快！

具体内容详见《[天津航空国内航班差异化服务规定](#)》，感谢您选择天津航空！

天津航空有限责任公司

2018年10月19日

图1-4 天津航空差异化定制服务公告

2. 全流程服务优化

航空公司推行无纸化登机、电子行李追踪等数字化服务，简化旅客乘机流程；同时优



化登机资源分配、完善客票退改规则、缩短托运行李提取时间，全面提升服务响应效率。比如，石家庄机场将中转效率缩短至40分钟，并提升航班准点率；南航于2019年4月推出“绿色飞行”服务项目，创新采用“互联网+”的方式，通过提前获取旅客用餐需求、建设全流程一体化的跟踪平台，实现了餐食数量灵活可调、配餐信息实时可查、节能降耗精准可控。

（二）技术赋能

1. 数字化创新应用

国泰航空开发了“同行旅伴”应用程序，实时推送航班动态、行李追踪等信息，并支持无纸化通关，简化旅客乘机流程；国航提供机上WiFi、蓝牙娱乐系统及4K超高清屏幕，增强旅客空中互联与娱乐体验；东航通过大数据技术分析旅客偏好，推出精准化服务（如特殊餐食预选、座位偏好记忆等）。

2. 硬件设施升级

新西兰航空推出全球首架全面改造的波音787-9梦想客机，新增臻享豪华公务舱，配备可调节隔板、独立舱门及平躺睡床，并支持私人空间与社交模式的自由切换；阿联酋航空引入高端烈酒和米其林合作餐食，打造空中餐饮新标杆。

（三）个性与文化融合

1. 主题航班与特色服务

引入地域文化元素，推出民族风情主题航班。比如首都航空以“祥云”为灵感设计客舱装饰，打造京韵文化，并推出地域特色餐食；东方航空结合山西非遗文化，在太原—新加坡航线推出联名登机牌等。

2. 精细化人文关怀

针对特殊旅客（如聋哑人），航空公司强化乘务员的主动服务意识，通过肢体语言沟通提升旅客体验；优化适老化服务（如人工引导、轮椅协助）和无障碍设施，覆盖全年龄段旅客需求；提供多语言支持及文化培训，满足国际旅客文化适配性。比如，首都航空开展以“活力&关怀”为主题的服务培训，强化乘务员点餐技巧、旅客问询解答能力；东航针对3~12岁儿童旅客推出“奖励贴纸”机制，鼓励其保持安静，遵守客舱秩序，通过正向激励提升旅客舒适度。

（四）安全与效率同步强化

1. 安全服务专业化

民航局开展“整治机闹”专项行动，通过标准化沟通话术降低客舱冲突风险。各航空公司强化乘务员应急能力培训，确保突发情况处置效率。比如，国泰航空为乘务员提供为期七周的综合培训课程及文化素养提升课程，2024—2025年度培训超4000人。



2. 资源整合与协同管理

首都航空建立跨部门保障团队（如乘务组、地面服务、航食联动），优化航班运行衔接；国泰航空通过建立弹性工作制、明确晋升通道（乘务员至客舱经理），提升员工稳定性，保障服务可持续性。

【思考题】

1. 服务的本质是什么？
2. 服务的特征有哪些？
3. 什么是客舱服务？
4. 简述客舱服务的重要性。
5. 简述客舱服务的特点。
6. 简述客舱服务升级的意义。

第二章

客舱服务实施



【本章导读】

民航事业高速前进，既影响着人们的出行方式，又为行业发展带来了广阔的前景。越来越多的人会首选乘坐飞机出行，不仅安全快捷，还能享受到乘务员的优质服务。乘务员客舱服务的质量直接关系到旅客对航空公司的忠诚度。



【学习目标】

- 理解形象的重要性。
- 掌握乘务员的妆容、发型、服饰要求。
- 熟练掌握微笑与目光的基本要求。
- 熟练掌握站、坐、行、蹲的基本要求。
- 熟练掌握指引手势的基本要求。
- 掌握乘务员基本礼仪技能。
- 理解沟通的基本原则。
- 规范地操作端、拿、倒、送等动作。
- 掌握机供品的概念和类别。
- 了解机供品管理的意义。
- 规范书报杂志的发放。
- 掌握客舱隔帘的作用。
- 掌握卫生间的清洁标准。
- 了解客舱销售的意义。

第一节 乘务员职业技能规范

一、形象技能

形象能反映一个人的社会地位、身份、职业、收入、爱好，甚至文化水平、个性和审美品位。一名合格的民航乘务员，除了在飞机上为旅客提供周到细致的客舱服务外，良好的形象也能给旅客留下深刻的印象，是乘务员拉近与旅客的关系、促进客舱服务工作顺利开展的法宝。乘务员职业形象如图2-1所示。



图2-1 乘务员职业形象

（一）妆容要求

乘务员职业妆容通过“形”的塑造、“色”的晕染，折射出民航乘务员的灵气、靓丽、自信、光彩、大方的独特风采，表现出民航乘务员的精神风貌。

乘务员妆容有以下特性。

- 妆容要求：妆面、发型、服饰统一格调，符合公司标准，避免新奇特。
- 妆容特点：干净、整洁、自然、大方、稳重、高雅、富有亲和力。
- 妆容标准：突出职业特征、体现精神面貌、与制服和谐统一。
- 妆容忌讳：妆面过浓、过艳、过淡、过冷。

1. 女乘务员妆容

- (1) 着制服时应化妆，妆容柔和适中、大方得体，不应过于浓重。
- (2) 妆容自然且与制服颜色协调，面部粉底色与颈部、耳朵等部位应柔和过渡，不应有明显的痕迹与界限。
- (3) 眉毛应为自然色或偏深色系，线条不应过于生硬浓黑；不应佩戴过于夸张的假睫毛；不应佩戴美瞳或非瞳孔颜色的装饰性隐形眼镜。
- (4) 眼影不应带亮片或过于闪亮，色彩应与制服色系相协调。
- (5) 眼线不宜过粗或过分上扬或下垂，也不应过于闪亮。
- (6) 唇部应避免干燥，不宜使用过于油腻或闪亮的口红或唇彩，同时保持口气清新。
- (7) 腮红的颜色不应强于口红，宜使用柔和的色彩。
- (8) 手部应保持干净；指甲应修剪整齐，长度适中（1~2 毫米），值勤时涂抹指甲油应符合航空公司要求，不应有装饰图案。
- (9) 工作期间应随时注意妆容，不应在公共场合补妆。

2. 男乘务员妆容

- (1) 脸部应保持清洁、无胡须，唇部应避免干燥，保持口气清新。
- (2) 耳毛、鼻毛应清理干净，不应外露。
- (3) 手部应保持清洁，指甲应修剪整齐。

（二）发型要求

乘务员发型应符合职业要求，自然、整洁、大方，不留怪异发型；头发应保持自然色且发色均匀；如白发过多，宜染成与自身发色一致的颜色，不宜染成具有较大差异的颜色；应使用啫喱或发胶等定型产品，保持头发光滑平整，不松散。

1. 女乘务员发型

长发应梳起，于脑后盘绕成发髻，无碎发，宜使用发网固定；短发长度应左右对称，发尾不遮颈，刘海不遮挡眉毛，如图2-2所示。

2. 男乘务员发型

头发长度应适中，鬓角不遮耳、发尾不遮颈，如图2-3所示。

（三）制服要求

- (1) 客舱乘务员应按照航空公司要求，按季节、性别、职级、场合等穿戴制服。
- (2) 制服应穿着合体、尺寸适中、扣饰按标准扣好，应保持身体线条流畅，外套袖长以到手腕为宜。
- (3) 制服袖口和裤边都不应卷起，裤子应露出鞋跟，裤脚以刚好盖住脚面为宜。
- (4) 制服应干净整洁、无污渍，熨烫平整无褶皱。
- (5) 客舱乘务员应仅在工作值勤期间穿着制服，不应穿着制服乘坐公共交通工具或

进行私人活动。

（6）客舱乘务员穿着制服期间不应出现喧哗打闹、公众场合吸烟等行为。

（7）客舱乘务员因工作需要置位时，应按照航空公司要求执行制服与便装的更换。

（8）制服口袋内，不应放置手机或其他超尺寸物品，也不应把双手随意插入衣袋或裤袋内。



图2-2 女乘务员职业发型



图2-3 男乘务员职业发型

（四）配饰要求

（1）女士应按照航空公司标准配备帽子、丝巾、围巾、丝袜等配饰，配饰应保持干净整洁、熨烫平整；丝袜需选择公司标准颜色，且应保证弹性良好、颜色均匀，无刮丝、无抽丝现象。

(2) 男士应按照航空公司标准佩戴统一发放的领带、皮带等配饰，领带应保持干净平整；男士佩戴领带时，衬衫领口的纽扣应系好；穿马甲时，应将领带底端收放在马甲里；应着深色袜子，袜腰不应过短，以下蹲或就座时不露皮肤为宜。

(3) 应按照航空公司标准佩戴首饰饰物，不应佩戴夸张类饰物。

(4) 应着航空公司统一配发的制式皮鞋，如自己购买，应等同于发放标准，保持光亮、无破损。

(5) 应规范佩戴服务名牌，保持名牌镜面干净，文字、图案清晰。

(6) 应佩戴本人服务名牌，不应转借或佩戴他人服务名牌。

二、仪态技能

仪态是通过表情、手势以及身体动作来表达思想感情的“无声之语”。站、坐、行、蹲、微笑、握手等简单的仪态均能体现乘务员良好的教养与风度。在客舱服务中，乘务员通过面部表情、身体姿态、手势和动作传递着比有声语言更富有情感的信息。因为肢体语言大多是自然流露、不假思索的，所以透露的信息更加真实可靠，更能真实表现人的情操与品德。

(一) 微笑

乘务员在客舱服务中要保持微笑，不会微笑的乘务员不是合格的乘务员。乘务员与旅客交流时，露出微笑的面容，会让人觉得亲切可信，饱含诚意。当遇到无法满足旅客需求的情况时，乘务员微笑婉拒会使旅客感到不那么难堪。

微笑的基本要领如下。

(1) 亲切、自然、真诚。

(2) 嘴角自然上翘、露齿，如图2-4所示。

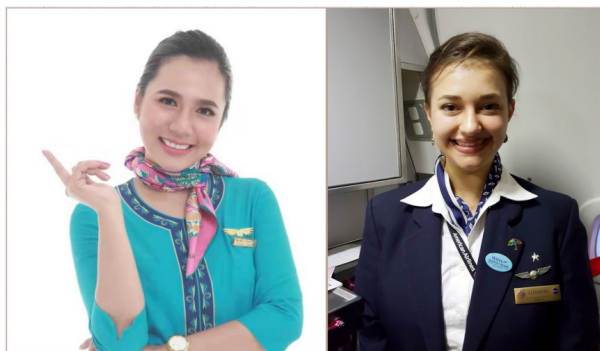


图2-4 乘务员的微笑

(二) 目光

眼睛是心灵的窗户，是人体传递信息最有效的器官。眼睛的传达力和表现力最强，能

反映出人内心的真实情感。所谓“一身精神，具乎两目”，说的就是目光的重要性。

目光运用的基本要领如下。

- (1) 乘务员在交谈和服务过程中应与旅客有目光交流。
- (2) 当乘务员与旅客近距离沟通时，应注视对方双眼，但时间不宜过久；如长时间沟通，宜注视对方脸上的三角部位（以双眼为上线、嘴为下顶角的区域）。
- (3) 当与旅客相距较远时，宜注视对方全身，不应上下打量。

（三）站姿

“站如松”是对健美站姿的形象描述。典雅的站姿，方能显示出乘务员的自信，衬托出乘务员高雅的气质和风度，给人留下美好的印象。

1. 基本要领

- (1) 女乘务员应优雅端庄，男乘务员应挺拔端正。
- (2) 身体端正，两肩放平，两眼自然平视前方，嘴角上扬，面带笑容。
- (3) 抬头、挺胸、收腹、提臀、下颌微收，双臂自然下垂。
- (4) 双手不应抱在胸前或插入口袋，身体不应倚靠在其他支撑物上，不应出现抖腿等不雅姿势。

2. 女乘务员站姿

脚跟并拢或呈丁字步，脚尖分开 45° 左右，双臂自然下垂置于体侧或叠放于腹前，如图2-5所示。

3. 男乘务员站姿

双脚分开与肩同宽，双手自然下垂置于体侧或叠放于腹前或者体后，如图2-5所示。



图2-5 男女乘务员站姿

（四）坐姿

坐姿是一种可以维持较长时间的形体姿势，也是一种主要的休息姿势。坐，是一种静态动作造型，所谓“坐如钟”。坐姿文雅端庄，是展示一个人气质与修养的重要形式。优美的坐姿，给人以稳重大方的美感。

1. 基本要领

- （1）头平正、挺胸、开肩、立腰，自然挺拔。
- （2）女士双膝双脚自然并拢，男士双膝双脚打开，与肩同宽。
- （3）两手自然放置于腿上，或半握放在身前，手心向下。
- （4）女士谈话时，可以侧坐，侧坐时上身与腿同时朝向一侧。
- （5）客舱乘务员在执勤座位就座时，应系好安全带（肩带和腰带），时刻保持坐姿端正，精神饱满，如图2-6所示。



图2-6 乘务员客舱执勤坐姿

2. 坐姿分类

- （1）正襟危坐式：适用于正式场合的女士坐姿。上身与大腿、大腿与小腿均呈直角，小腿垂直于地面，双膝、双脚完全并拢。
- （2）双腿斜放式：适用于女士着裙装就座于较低处。双腿并拢，双脚向左或向右侧斜放，腿部与地面呈45°夹角。
- （3）垂腿开膝式：多为男士所用。上身与大腿、大腿与小腿皆呈直角，小腿垂直于地面，双膝分开，不超过肩宽。
- （4）双脚交叉式：男女皆可选用。双膝并拢，双脚在踝部交叉，交叉后双脚可内收或斜放，但不宜向前伸，如图2-7所示。



图2-7 坐姿分类

（五）行姿

行走是一种动态动作造型。“行如风”就是用风行水上来形容轻快自然的步态。静态的美虽能令人心动，动态的美同样扣人心弦。

行走的基本要领如下。

（1）行走时抬头、挺胸、收腹，上体挺直，双目平视，嘴微闭，面露笑容，肩部放松，两臂自然下垂摆动，前后幅度约 45° ，如图2-8所示。



图2-8 乘务员行姿



- (2) 脚步不宜过重、过大、过急，不应左右摇晃。
- (3) 步伐自信大方，脚跟走成两条直线；行走时不应走“外八字”或“内八字”，不左顾右盼、手插口袋或与他人勾肩搭背。
- (4) 在机场等公共区域行走时不直接打手机。
- (5) 执行飞行任务携带箱包集体行进时，应自然列队，保持箱包携带方向一致。

（六）蹲姿

蹲是人们在特殊情况下采用的一种暂时性的姿态。当腰弯至低于 45° 时，需采用蹲姿。乘务员除非工作需要，否则工作时不要采取蹲姿。

蹲的基本要领如下。

- (1) 轻蹲缓起，背部尽量保持自然挺直。
- (2) 下蹲时，如左脚在前、右脚在后，左脚应完全着地，小腿基本垂直于地面，右脚脚掌着地，脚跟踮起，臀部向下，以右腿支撑身体；反之亦然。
- (3) 女士双腿应尽量靠紧，男士双腿可以适度分开，如图2-9所示。



图2-9 乘务员蹲姿

（七）指引

手势作为肢体语言的一种，能很直观地表达人的情绪和态度，对言语表达也有一定的辅助作用。

指引的基本要领如下。

- (1) 动作自然轻柔，目光与所指方向一致。
- (2) 指示时，五指并拢，拇指向内侧略微弯曲，根据指示距离的远近调整手臂的高度和肘部的弯曲程度，如图2-10所示。
- (3) 身体随着手的方向自然转动，收回时手臂应略成弧线再收回。
- (4) 不应使用单个手指指示方位。

（八）鞠躬

鞠躬，即弯身行礼，是一种表示对他人尊重、恭敬的礼节。



图2-10 乘务员引领

鞠躬的基本要领如下。

- (1) 迎客鞠躬：角度约 15° 。
- (2) 致礼致谢鞠躬：角度约 30° ，保持基本站姿，面带微笑，目光与旅客交流并随鞠躬自然下移，最终落至脚前 1~1.5 米处，动作轻缓。
- (3) 致歉鞠躬：角度约 45° ，表情诚恳。如图2-11所示。

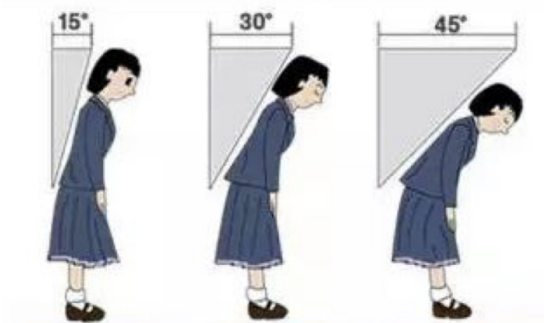


图2-11 乘务员鞠躬示意图

（九）递接、展示物品

递送的基本原则是举止要尊重他人。

递接、展示物品的基本要领如下。

- (1) 应使用双手，不方便使用双手时应尽量使用右手。
- (2) 物品应直接递送到旅客手中，并留出便于旅客接取物品的位置。
- (3) 递送带有文字/标识的物品时，应将文字/标识正面朝向旅客；递送尖锐物品时，不应将尖锐面朝向旅客。
- (4) 递接时伴以语言提醒，注意目光交流。
- (5) 展示物品位置不宜过高，以便旅客看清展示物，如图2-12所示。



图2-12 乘务员递接、展示物品

三、礼仪技能

（一）基本礼仪

- （1）与同事相遇时，应微笑示意、主动问好，态度诚恳亲切；在工作区域应使用普通话，不应使用方言；与人交流时应多用敬语，做到亲切、准确、热情。
- （2）应保持个人卫生整洁，口气清新，身体无异味，保持优雅举止。

（二）着装礼仪

- （1）在工作区域着便装时，应大方得体，衣衫整洁，不应着奇装异服，不应穿拖鞋、睡衣、破洞牛仔裤及薄、露、透等衣物。
- （2）着制服时应配以职业妆容，以淡雅、庄重、自然、协调为宜。

（三）工作场合礼仪

- （1）密切配合机组，自觉服从机长领导，应按机组要求对旅客诉求作出相应回答。
- （2）出入各地机场等公共区域时，全组成员应自然成队，不应聊天打闹，不宜使用手机。
- （3）在候机楼等待飞机时，应保持职业站姿、坐姿，箱包应按规定摆放整齐，不应在旅客面前饮食、大声喧哗。
- （4）交谈时，语气应亲切自然、音量适中，正确使用文明敬语，不应使用不规范、非职业化称呼；客舱乘务员之间沟通应回避旅客，不高谈阔论，不发表有损公司形象的言论；不应在工作期间扎堆聊天、谈论与工作无关的话题。
- （5）用餐时应避开旅客视线。
- （6）在厨房区域操作设备及走路时动作要轻，以免影响旅客休息。
- （7）与地面工作人员交接工作或与其他部门工作人员协作配合时，应亲和大方、谦逊有礼，建立良好的协作关系。

（四）公共场合礼仪

- （1）做好自媒体管控，不应泄露旅客隐私。
- （2）遵守驻组/驻外酒店管理要求，离开酒店时应整理好房间，做到干净整洁退房；公共场合应着装整齐，避免穿着睡衣、拖鞋等；在酒店就餐时应杜绝浪费。



(3) 应维护公共场所的秩序，两人及以上人员同行时，不应勾肩搭背、大声喧哗、嬉笑、打闹等。

（五）外交礼仪

- (1) 应尊重当地国家礼仪，遵守法律法规及驻外纪律。
- (2) 应尊重当地风俗文化，了解社交礼仪，体现人文素养。
- (3) 应尊重当地宗教信仰，学习并掌握当地风俗和禁忌。

（六）职业道德礼仪

- (1) 应自觉遵守各国海关、边防、检疫等规定，不应违规“捎、买、带”。
- (2) 不应涉足吸毒、赌博、色情等场所。
- (3) 不应在飞机上吸烟（包括电子烟）。

四、沟通技能

沟通是人与人之间、人与群体之间思想与感情的反馈和传递过程。沟通不仅能让人与人之间更靠近，还能促进合作，实现共赢。



【案例赏析 2-1】你不说我怎么知道你是怎么想的

格林豪泰商务酒店 715 房间客人周先生到前台退房结账。外面正下着雨，客人提出请前台服务员帮他打一下伞，他要到马路对面打出租车。

当天前台值班的是两位女员工（前厅副经理和一名同事），听到客人的要求时，前厅值班经理考虑到她们俩的个子都比较矮，不到 1.6 米，而客人比较高，超过 1.8 米，给客人撑伞不太方便，想到店里的销售员同事身高 1.78 米，给客人打伞比较合适。

于是，前厅经理对客人说了一句“请您稍等一下”，然后就开始打电话给销售员。但电话刚接通，客人就走了。经理想叫住他，却没有得到回应。

最后，这名客人在宾客满意度调查评分中给了 0 分。



【案例赏析 2-2】对不起，没关系

在从北京飞往杭州的航班上，乘务员在起飞前做客舱安全检查时，一名旅客提出自己的阅读灯无法打开。乘务员检查后发现确实不亮，但是前后排的阅读灯都能正常开启，于是对旅客说：“这个灯坏了。”说完便离开了。

飞机起飞后，这位旅客按呼唤铃，询问乘务员是否有耳机，乘务员又立刻回应道：“不好意思，我们飞机上没有耳机。”说完就走了。

这位旅客对乘务员处理问题的方式非常不满。而这一幕恰好被正在巡视客舱的乘务长看到了，乘务长在了解了事情的前因后果后，首先为旅客更换了座位，又亲自带领乘务员给这位旅客道歉。旅客见到乘务长重视他的感受，便表示接受乘务员的道歉。

（一）沟通的必要性

沟通是建立人际关系的桥梁。乘务员每天在工作中都需要与各种各样的旅客打交道。能否有效、恰当地与旅客进行沟通，很大程度上决定着乘务员能否提供优质的服务。从小处说，良好的沟通能帮助乘务员在工作中有效处理问题、化解冲突，从而保证工作有序开展；从大处说，良好的沟通能有效提高民航服务质量，提升民航企业形象。

（二）沟通的基本原则

1. 清晰

清晰（clear）是指乘务员所表达的信息要条理清晰、重点突出，且能够被旅客理解。比如，旅客询问飞机几点落地，乘务员回答：“飞机预计13:45到达北京，现在是12:50，还有55分钟。”

2. 简明

简明（concise）是指乘务员在传递信息时要尽可能使用简单明了、通俗易懂的语言，使旅客准确、快速地接收信息。比如，旅客询问如何预订特殊餐食，乘务员回答：“在航班起飞前24小时，致电航空公司客服热线，说明需要的特殊餐食种类并提供个人乘机信息即可。”

3. 准确

准确（correct）是指乘务员在说话时要注意传递信息的准确性，不能引起歧义。比如，旅客在飞机落地后滑行阶段想向乘务员要一杯水喝，乘务员直接回答“我们都封了”，旅客对此回答并不理解。“封了”是乘务员之间的习惯用语，指的是“饮料车已经铅封了”。因此，即使乘务员在表达时头脑中的信息是准确的，若表达方式不准确，也有可能无法被旅客准确理解。

4. 完整

完整（complete）是指乘务员要注意语言信息表达的完整性，避免旅客断章取义，造成误解。比如，乘务员在客舱分发餐食时，询问旅客：“先生，您是要饭还是要面？”由于表达信息不完整，把“米饭”和“面条”中的“米”和“条”字省略了，会让旅客觉得被冒犯。

5. 建设性

建设性（constructive）是指乘务员在沟通中要提出有建设性的意见，切实帮助旅客解决遇到的问题，从而提升旅客满意度。比如，旅客向乘务员要一份《环球时报》，但客舱中的《环球时报》已经发完了，乘务员可以这样说：“很抱歉女士，《环球时报》已经发完了，我们还有《北京日报》和一些杂志，我现在给您拿过来，您先看着。等其他旅客的《环球时报》看完了，我第一时间给您送过来，可以吗？”



6. 礼貌

礼貌（courteous）是乘务员沟通的重中之重，也是基本职业素养。良好的仪态、得体的语言、优雅的举止和热情的态度都能在服务沟通中给旅客留下美好的印象，从而促进沟通目标的达成。

（三）沟通的实用技巧

1. 了解旅客需求

- （1）留意旅客谈话。
- （2）观察旅客非语言行为。
- （3）用不同的方式询问旅客需求。

2. 学会倾听

认真倾听是有效交流的重要前提，不应随意打断旅客陈述，在对方陈述间歇宜以“对”“是的”“好的”等简短的认同语句表达对旅客陈述的理解。

倾听首先需要注意力投入；其次还要学会共情，即将自己置于他人的位置，体会他人的情绪与想法，理解他人的立场和感受，并站在他人的角度思考和处理问题；最后是积极反馈，旅客陈述完毕后，乘务员应积极回应。

3. 学会有效表达

- （1）有效表达的准则：层次清晰、重点突出、通俗易懂。
- （2）有效表达的技巧：善用“我”和“我们”、避免说教、使用柔性语言、巧用幽默、恰当使用非语言行为。

（四）沟通的注意事项

1. 尊重他人文化背景

不同的文化背景，如种族、民族、生活方式及受教育程度等的差异，常常会使沟通受到阻碍。为使沟通顺利进行，乘务员在与旅客沟通时要充分尊重旅客的文化背景。

2. 避免照搬经验

经验有一定的价值，它可以帮助民航服务人员在一定程度上解决沟通过程中遇到的类似难题。然而，经验又有局限性，因为沟通对象和沟通情境不可能完全相同。因此，在沟通过程中，应避免直接照搬经验。正确的做法应该是结合经验，同时考虑当前情境的特殊性，灵活应对。

3. 避免情绪影响沟通

情绪会影响人的正常思维和行为，并直接影响沟通结果。乘务员在与旅客沟通时要控制自己的负面情绪，积极面对沟通过程中出现的问题。



五、服务技能

规范的端、拿、倒、送，是乘务员的基本服务技能，体现了其职业素养。操作时要动作标准、技能娴熟、仪态优雅、语言得体。

（一）端

端托盘的规范动作如图2-13所示。



图2-13 乘务员端托盘

- (1) 无论托盘大小，都要竖着端。
- (2) 端托盘时，手放在托盘的后1/3处，即靠近身体的一侧。
- (3) 拇指扶住托盘的边沿，其余四指支撑在托盘底部。
- (4) 端托盘的高度位于腰际，不可高于座位上旅客的肩膀。
- (5) 端大托盘在客舱转身时，托盘不转身体转。
- (6) 端大托盘时，托盘只能留在客舱过道处，不能伸进旅客座位中。
- (7) 用大托盘端水杯时，每盘最多摆放15杯，如图2-14所示。



图2-14 大托盘端水



（二）拿

（1）拿杯子时，应手拿杯子的下1/3处，从而避免手指污染杯口且方便旅客接拿，如图2-15所示。



图2-15 拿杯子

（2）拿饮料时，应手持饮料瓶下半部，如图2-16所示。

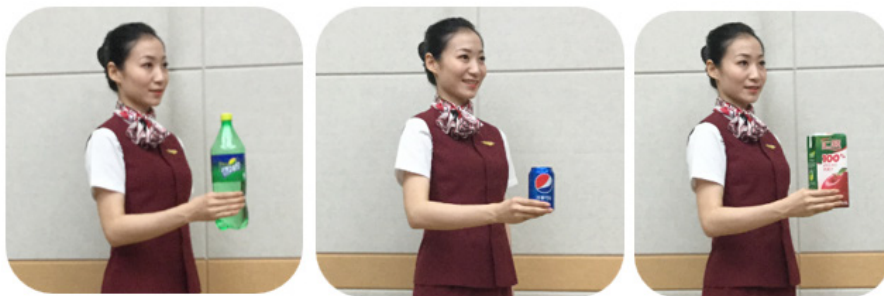


图2-16 拿饮料

（3）持空托盘进入客舱时，不必端着，拿在身体一侧即可，如图2-17所示。



图2-17 拿空托盘



(4) 拿热水壶时，一手握住水壶把手，一手托住水壶底部，壶嘴朝向过道一侧，并借助小毛巾保护自己，如图2-18所示。

(三) 倒

(1) 倒水或者倒果汁时，应倒至杯子七成满处。
 (2) 倒热饮时借助小毛巾，避免烫伤。
 (3) 倒带气的酒水时，要沿着杯子边缘倒入，防止气泡或者泡沫溢出。

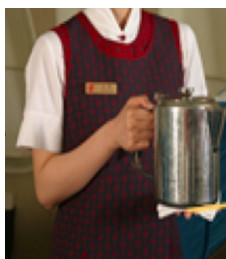


图2-18 拿水壶

(4) 为儿童倒水时，应倒至杯子五成满处，并交于监护人手中。如图2-19所示。



图2-19 倒水或倒饮料

(四) 送

(1) 送礼品时，礼物正面朝向旅客。
 (2) 送水时，杯子上的航徽朝向旅客，如图2-20所示。



图2-20 送水、送礼物

(3) 送餐时，热食摆在餐盘中靠近旅客的位置。
 (4) 送餐时，餐盘沿着桌面递给旅客，禁止从旅客头顶上方传递，如图2-21所示。
 (5) 从餐车中抽取餐盘的顺序是由下往上依次取出。



图2-21 送餐

(6) 送餐顺序为从前往后、从里往外、从左往右、女士优先。

(7) 乘务员提供服务时，应面对旅客45°站立，双脚并拢，上身略微前倾，面带微笑，眼神专注，语言轻柔。

（五）收放

(1) 放置物品的基本原则是轻、稳、准，乘务员无论在客舱内还是在厨房里都要遵守此原则。

(2) 乘务员回收餐盘时，应从上至下依次放入餐车中。

(3) 使用托盘回收杯子时，杯子应在托盘中从内侧向外侧依次摆放。

(4) 空杯子摆放在托盘中，最多不超过五个摞在一起，以防颠簸时散落，如图2-22所示。



图2-22 乘务员收放杯子

（六）餐车操作

1. 餐车推拉

- （1）推餐车时，双手扶住餐车的两侧。
- （2）拉餐车时，双手抓住餐车的横把手，如图2-23所示。
- （3）在客舱中使用餐车提供服务时，随时使用刹车板固定餐车，避免车辆失控。



图2-23 推拉餐车

2. 餐车摆放

在客舱服务中，乘务员使用餐车为旅客送餐送水。

（1）送餐时，餐车的摆放如图2-24所示。

- ① 冷盘或者冷食盒放在车内。
- ② 热食码放在餐车上面，不能超过两层，防止遇有颠簸时热食滑落。
- ③ 余下的热食放入餐车内的冷盘中，或者用大托盘盛装放入餐车内。
- ④ 送餐时，需要将餐车门始终保持打开状态。

（2）送水时，水车的摆放如图2-25所示。

- ① 将水车布铺在水车上。
- ② 水托放置于水车上面中部。
- ③ 茶壶与咖啡壶放在水车内，用大托盘盛装。
- ④ 水桶内装入冰块和冰勺，挂于水车侧方。



图2-24 餐车摆放



图2-25 水车摆放

- ⑤ 备用饮料与其他物品放入水车内。
- ⑥ 水车门保持关闭状态。
- ⑦ 水托内饮料摆放要求：饮料盒标志朝外摆在两侧、瓶装水摆在中间、水托内纸杯高度不超过瓶装水饮高度。

3. 乘务员相互传递水壶操作

在客舱服务中，乘务员会经常相互传递水壶。为了保证安全，防止因颠簸导致热水溅落烫伤旅客和自己，乘务员传递水壶时需要按照以下标准操作。



- (1) 一手握住壶把，一手用小毛巾托住水壶底部。
- (2) 将壶把转向对面乘务员。
- (3) 在水车上方传递。
- (4) 传递水壶时要传得稳、接得准，如图2-26所示。



图2-26 传递水壶

第二节 客舱机供品管理规范

一、机供品的概念

机上供应品简称机供品，是航空公司在航班运行过程中向旅客提供服务所消耗的物资，包括旅客供应品、旅客服务用品和机上清洁用品。比如食物饮料、书报杂志、杯碗碟盘、毛毯靠枕等。

机供品若存在安全隐患，比如其中混入危险物品，可能直接影响飞行安全。因此，机供品需通过风险评估，遵循相应法规且进行全流程监控。

二、机供品的类别

按照机供品的使用途径可将其分成六类。

（一）餐食

机上餐食分为旅客餐食和机组餐食。旅客餐食按照舱位等级不同可分为头等舱餐食、公务舱餐食和经济舱餐食，如图2-27所示；机组餐食分为机长餐食和其他机组成员餐食。



图2-27 机上旅客餐食

（二）饮品

机上饮品分为无酒精饮品和含酒精饮品两大类。无酒精饮品包括各式果汁、矿泉水、带气饮料、乳品、茶水和咖啡等；含酒精饮品包括啤酒、葡萄酒、香槟和洋酒等，如图2-28所示。



图2-28 机上饮品

（三）服务用具

机上服务用具指的是餐具、餐车、折叠板车、储物箱等。餐具包含以下物品，如图2-29所示。

- 杯具：纸杯、玻璃杯、葡萄酒杯、香槟杯、咖啡杯、茶杯、茶壶等。
- 餐具：餐盘、汤碗、汤勺、面包盘、不锈钢刀叉、塑料刀叉、铝箔盒等。
- 辅助用品：餐布、餐巾、面包夹、面包篮、大小托盘、冰桶、开瓶器、毛巾夹、杯垫、烧水杯、水托等。



图2-29 机上餐具

餐车用于存放餐食、饮品和免税品，折叠板车用于摆放书报杂志或头等舱饮品等，如图2-30所示。



图2-30 餐车和折叠板车

储物箱用于存放各类服务用具，如图2-31所示。



图2-31 储物箱内的物品

（四）服务用品

机上服务用品是方便旅客在客舱中休息时使用的物品，比如拖鞋、眼罩、毛毯、靠枕、耳机、洗漱包、睡衣、婴儿摇篮、醒后服务卡等，如图2-32所示。航空公司为了提升服务品质，会定期更新和调整机上服务用品。

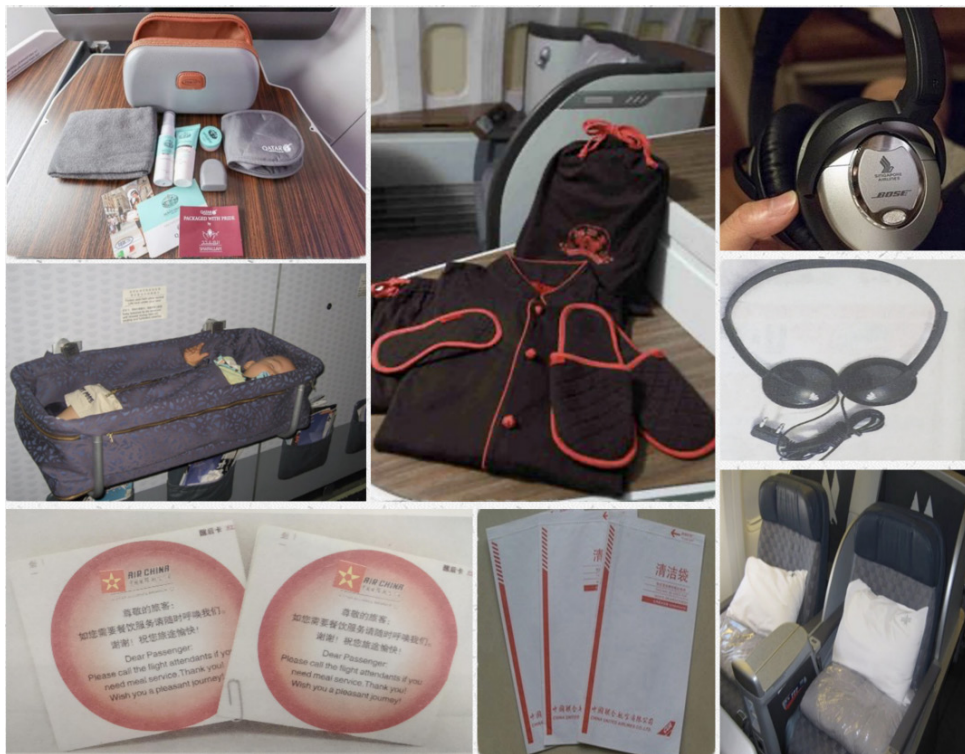


图2-32 服务用品

（五）娱乐用品

娱乐用品指的是为旅客准备的各类书报杂志和扑克牌等物品，如图2-33所示。同时，航空公司还为不同年龄段的儿童准备了各种玩具，比如魔方、玩偶、拼图和画笔等，如图2-34所示。



图2-33 机上书报杂志和扑克牌



图2-34 机上儿童玩具

（六）盥洗室用品

盥洗室用品包括卷纸、擦手纸、马桶垫纸、湿巾、小毛巾、洗手液、护手霜、润肤乳和鲜花等，如图2-35所示。



图2-35 盥洗室用品

三、机供品管理

（一）机供品管理的意义

1. 有助于充分发挥机供品的效能

机供品是客舱服务不可或缺的重要组成部分。乘务员要充分利用机上配备的这些资源，结合旅客需求、航班特点和季节因素等实际情况，合理调配与使用，最大限度发挥其效能，从而提高旅客的满意度。

比如，国内航线的经济舱通常不会满配毛毯和靠枕，乘务员在分发毛毯和靠枕时要把握适度原则，优先提供给老人、孕妇、儿童等特殊旅客，并做好适当预留，以备旅客急用时能及时提供。

2. 有助于推进精细化管理

机供品是航空公司的成本支出，乘务员要树立成本控制意识，加强对机供品的使用管理，实现降本增效。

比如，头等舱配备的小毛巾，需湿润后提供给旅客，乘务员要根据旅客人数适量地预备湿润毛巾。切莫因贪图省事、方便，而将毛巾全部浸湿以待用，致使剩余的毛巾无法回收而造成浪费。再比如，乘务员在客舱提供饮料时，若旅客选择同类饮品，可提醒其重复使用纸杯。既满足了旅客需求，又能降低纸杯的使用量，体现航空公司绿色环保、减少环境污染的理念，这也是航空公司应承担的社会责任。

（二）掌握配备标准

机供品配备的内容和数量不是一成不变的，航空公司会根据航季变化、航班时刻调整和旅客需求等因素做出相应修订。



清点机供品时，乘务员要注意以下三点。

1. 核查铅封

按照航空安全运输的要求，机供品从仓库运输到飞机上的过程中必须进行铅封。乘务员需仔细核对铅封号，并对机供品进行全面检查，防止外来物品夹带。图2-37所示为清点机供品。



图2-37 清点机供品

2. 认真清点

乘务员根据机供品单上的配备数量和种类进行核对，避免出现机供品数量短缺或种类不符的情况，以免对后续的服务造成影响或导致航班延误。

3. 质量抽查

乘务员要抽查机供品的装配质量，比如餐食外包装完好、餐具干净、零食保质期有效等，确保符合健康卫生安全的要求。

（四）加强过站监控

航班在过站期间会对机供品进行配送和增补。乘务员要了解乘机人数临时变化的情况，及时通知地面工作人员做好配送和增补；同时加强过站期间的监控，防止发生机供品不必要的损耗。

1. 旅客人数变化

乘务员在航班过站期间要及时了解下一航段的旅客人数，一旦发生人数变化，与机供品配备数量不符合，要及时通知地面工作人员进行补充或回退。如果发生旅客大量增加，除了做好餐食的调整外，还需要做好饮料、餐具等用品的补充，保障客舱服务工作正常开展。

2. 防止意外损耗

航班过站期间会有客舱清洁、设备检修等地面工作人员进入客舱，乘务员要加强对机供品的保管和监控，避免其被当作废弃物卸下飞机，这不仅会造成意外的浪费，还会影响

后续航班的正常服务。

（五）航后回收交接

航班任务结束后，乘务员要对剩余机供品进行清点、整理和分类，并将数量准确填写在机供品单上。当地面人员上机后完成交接工作。

第三节 客舱娱乐服务提供规范

一、机载娱乐系统

（一）音频

乘务员打开娱乐系统总电源，旅客将机载耳机插入座椅扶手上的耳机插孔内，通过调节音量和频道，可以收听10个以上音频频道的节目，如图2-38所示。



图2-38 音频节目

（二）视频

机载娱乐系统中装配了丰富多彩的视频节目，旅客可通过吊装式显示器或椅背式显示器进行观看，如图2-39所示。乘务员可在L1门处的控制面板中对娱乐系统进行监控。



图2-39 吊装式显示器及椅背式显示器



在没有配置椅背式显示器的机型上，旅客可通过吊装式显示器观看视频节目，通过客舱扬声器或座椅扶手上的耳机插孔（需连接耳机）接收声音。乘务员播放节目时需要注意，90分钟以内的航班尽量不播放电影，可选择空中博览、综艺节目、纪录片、城市介绍等；90分钟以上的可以选择播放电影。

配有椅背式显示器的机型，旅客通过触摸显示器屏幕或操作遥控器进入主页，选择自己喜欢的节目，如图2-40所示。



图2-40 椅背式显示器及遥控器

二、书报杂志服务

（一）机上刊物介绍

飞机上除了丰富多彩的娱乐节目，还配有多种书报杂志供旅客阅读。机上阅读刊物通常分为三类：新闻类、财经类、时尚休闲类，如图2-41所示。通常以航空公司所在地的报刊为主，各航空公司的杂志种类略有差异。

（二）机上刊物提供方式

在飞机上为旅客提供书报杂志有三种方式：折叠板车、报架和乘务员发放。

1. 折叠板车

将书报杂志分类整理好，放置在折叠板车上，便于旅客登机时自选。当飞机对接廊桥时，将折叠板车推放至廊桥与主登机口对接处，如图2-42所示；当飞机对接客梯车时，将折叠板车推放至主登机口对面的舱门区域。





图2-41 机上刊物样式



图2-42 用折叠板车提供刊物

2. 客舱报架

乘务员将书报杂志分类折叠，美观整齐地摆放在报架上；头等舱中可以将刊物摆放在吧台上或旅客座椅旁边的台面上，如图2-43所示。



图2-43 用报架或头等舱台面提供刊物

3. 乘务员发放

待旅客全部登机后，乘务员手持书报杂志，在客舱内按需发放给旅客，如图2-44所示。



图2-44 乘务员发放书报杂志

（三）提供刊物注意事项

- （1）熟悉机上配备的书报杂志名称。
- （2）杂志与报纸不能混发。
- （3）发放时做好延伸服务，为有需要的旅客打开阅读灯。
- （4）发放顺序为从前往后、从里往外、从左往右、女士优先。
- （5）发放时，乘务员面对旅客45°站立，上身略微前倾，面带微笑，眼神专注，语言轻柔。

（6）语言训练：“女士/先生您好，今天航班上准备了《环球时报》《新京报》和《生命时报》，请问您需要吗？”

（四）提供刊物规范操作

1. 书报杂志的拿法

- （1）左手四指并拢掌心朝上托住书报杂志底部。

- (2) 左手拇指在内侧。
- (3) 右手四指并拢掌心朝上托住书报杂志侧边。
- (4) 右手拇指扶在书报杂志右上角。
- (5) 保持乘务员标准站姿，面带微笑。如图2-45所示。



图2-45 书报杂志拿法

2. 报纸的发放方法

- (1) 将相同的报纸叠放在一起，不同种类的报纸呈扇形展开。
- (2) 左手四指并拢掌心朝上托住报纸底部。
- (3) 发放时，用右手拇指和食指捏住报纸左上角，沿报纸上边缘滑至报纸右上角。
- (4) 抽取报纸时，右手掌心朝上，拇指压在报纸上面，其余四指在下面，将报纸首页面向旅客送出。
- (5) 最上面的报纸直接拿取递送。如图2-46所示。



图2-46 报纸发放方法



3. 杂志的发放方法

- (1) 相同的杂志不需要叠放，呈扇形展开即可。
- (2) 左手四指并拢掌心朝上托住杂志底部。
- (3) 用右手拇指和食指将旅客需要的杂志直接抽出来。
- (4) 右手掌心朝上，拇指压在杂志上面，其余四指在下面，将杂志正面朝向旅客送出。如图2-47所示。



图2-47 杂志发放方法

第四节 客舱环境操作规范

一、客舱温度

客舱温度通过驾驶舱顶部面板中的温度选择器或者L1门处乘务员控制面板中的TEMPERATURE功能进行调节。通常，客舱温度在18℃（64°F）~30℃（86°F）之间。在调节客舱温度时，需要注意以下几方面因素。

（一）旅客人数

客座率在90%以上时，通常选择20~22℃；当客座率在50%及以下时，可适当提升客舱温度至22~24℃。

（二）飞行时间段

白天飞行时，旅客比较活跃，客舱温度通常选择20~22℃；夜晚飞行时，旅客大多处于安静状态，客舱温度通常选择22~24℃。

（三）巡航阶段

旅客用餐期间，客舱温度通常选择20~22℃；旅客休息期间，客舱温度通常选择



22~24℃。

此外，人体在高空中容易缺氧，客舱环境属于高空低气压环境，若客舱温度过高，会增加旅客昏厥、晕倒的可能性。故而客舱温度应尽可能保持在较低的范围。

二、客舱灯光

客舱灯光系统由多种LED灯、荧光灯和白炽灯组成，分布在旅客座椅区域、客舱进入区域、厨房区域、乘务员工作区域、卫生间和储物柜等位置。每个区域的灯光均有不同的档位或者色彩之分。乘务员可通过客舱控制面板（见图2-48）来控制灯光。

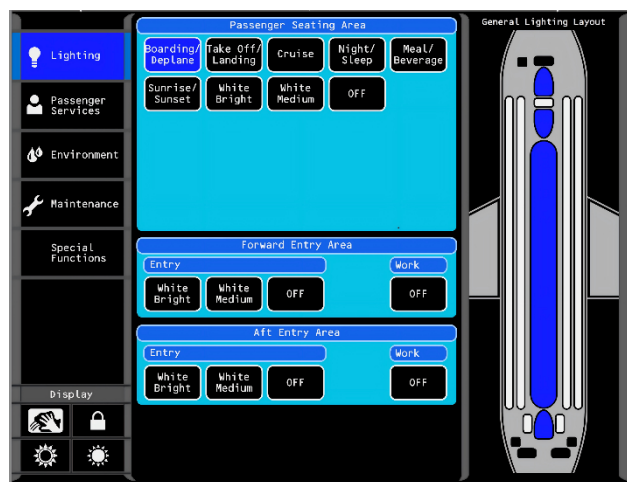


图2-48 客舱控制面板的“灯光操作”界面

飞行途中，为了给旅客营造更好的客舱氛围，乘务员应根据不同服务内容与服务时段，随时调整客舱灯光的明暗度与色彩。

- （1）旅客上下飞机时，客舱灯光调至BRT/Boarding/Deplane档，厨房灯光调至BRT档。
- （2）飞机起飞或下降时，客舱灯光调至Take off/Landing/DIM2/Low档，厨房灯光调至Low档。
- （3）白天巡航时，客舱灯光调至DIM1/Middle/Cruise档，厨房灯光调至BRT档。
- （4）夜间巡航时，客舱灯光调至DIM2/Low/Night档，厨房灯光调至Low档，并打开工作灯。
- （5）供餐期间，客舱灯光调至BRT/Meal/Beverage档，厨房灯光调至BRT档。
- （6）旅客阅读时，主动帮其打开阅读灯。

三、客舱音乐

当旅客上下飞机时，乘务员可通过客舱控制面板播放音乐，作为欢迎曲或者欢送曲。

通常曲目的选择应以节奏优美、曲调舒缓为宜，不适合播放摇滚乐。每逢节假日，应播放相应的节日歌曲。播放音乐时，需注意音量的大小以不影响两人交谈为宜。如图2-49所示。



图2-49 登机音乐播放操作

四、客舱隔帘

在客舱不同区域之间、客舱与厨房之间均安装有门帘，用以分隔舱位等级并遮挡旅客视线，如图2-50所示。当飞机起飞、下降、滑行时，必须将门帘收起并扣好，只有在巡航阶段，才能展开门帘。



图2-50 客舱隔帘

隔帘的操作方法如下。

(1) 展开操作：面对隔帘45°，解开隔帘扣，双手轻轻展开隔帘，注意两片隔帘间不要留有缝隙。

(2) 收起操作：面对隔帘45°，轻轻收起隔帘，系好隔帘扣。如图2-51所示。



图2-51 隔帘操作

五、卫生间的清洁标准

卫生间是客舱服务设施的重要组成部分，其整洁程度直接关系到客舱服务质量的优劣。乘务员从登机开始，就要对卫生间实施监管、监控和清洁工作。

卫生间的清洁标准如下。

(1) 卫生用品齐全，包括洗手液、擦手纸、润肤霜、润肤水、香水、鲜花、马桶垫纸、卫生纸、棉签、卫生巾和清洁袋等。

(2) 擦手纸抽出一半，卫生纸叠成三角形，马桶垫纸铺好，如图2-52所示。

(3) 做到“四净”：镜面干净、洗手池台面干净、马桶干净、地面干净，如图2-53所示。

(4) 飞机在起飞和下降阶段需要盖好马桶盖，防止卫生间的服务用品滑入马桶中，造成马桶堵塞，影响旅客使用。

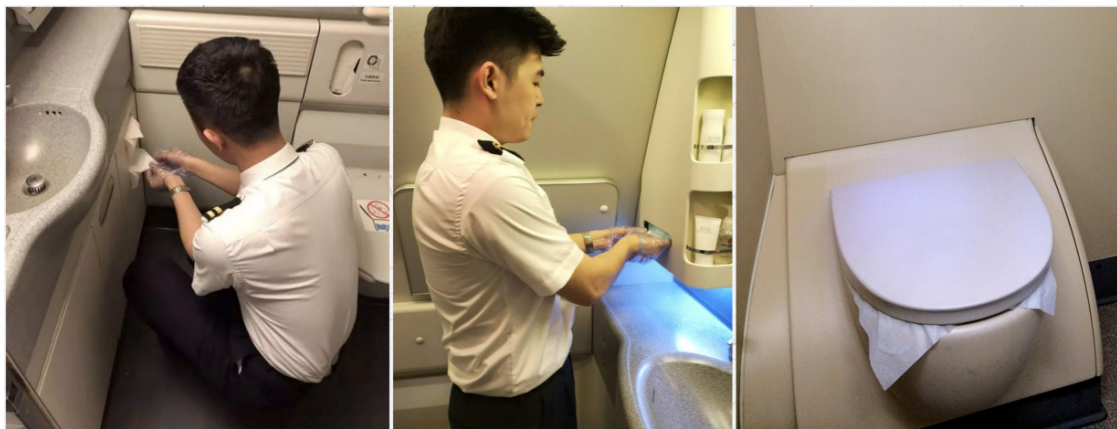


图2-52 乘务员整理卫生间纸类



图2-53 乘务员清洁卫生间

第五节 客舱销售操作规范

一、销售的意义

随着民航业的多元化发展，不断扩展客舱服务项目成为各航空公司巩固自身品牌价值和提高盈利能力的重要途径。机上销售就是航空公司重点推广的一项服务，国际航线有免税品销售，国内航线有精选商品销售。

（一）客舱销售是航空公司增加收入的重要途径

在市场环境变化和竞争加剧的背景下，航空公司面临着控制运行成本和优化资源以扩大市场份额的压力。客舱销售作为一种辅助性收入来源，能够帮助航空公司缓解经营压力，特别是在廉价航空领域，机上销售成为提高辅助性收入的关键手段。

（二）客舱销售有助于提升客户体验和满意度

通过在客舱内提供商品和服务，航空公司能够满足旅客的多样化需求，提升服务的个性化水平。高质量的客舱服务不仅能满足旅客对心理尊重的需求，还能通过细心观察和服

务细节的优化,提供更加人性化的服务质量,从而增强客户的满意度和忠诚度。

(三) 客舱销售还具有宣传地方特色和助力乡村振兴的作用

通过在航班上销售沿途地区的特色产品,航空公司不仅能为旅客提供独特的旅行体验,还能为地方特色产品的销售开辟新渠道,促进地方经济的发展。比如,春秋航空曾推出云端商城销售沿途地区的农特产品,获得良好的市场反响。

(四) 客舱销售对航空公司来说是一种有效的营销手段

通过在客舱内进行商品销售和宣传,航空公司能够直接面向乘客推广其服务和产品,增强品牌知名度和社会效益。这种面对面的营销方式能够帮助航空公司更好地理解客户需求,优化产品设计和服务质量。

二、商品销售

机上商品销售主要存在于低成本航空公司中,比如春秋航空、首都航空、祥鹏航空、西部航空等。销售的商品多种多样,包括飞机模型、面膜、化妆品、丝巾、儿童书包、水杯、闹钟等,如图2-54所示。



图2-54 乘务员销售商品

商品销售的操作流程如下。

- (1) 乘务员广播介绍并展示商品。
- (2) 推商品车在客舱内走动,使旅客能够直观地看到物品。
- (3) 对有购买需求的旅客做详细讲解。
- (4) 销售结束后清点核对车内物品,确保账款一致。
- (5) 确认无误后,将钱物单据装入车内。

三、免税品销售

免税品销售是航空公司执行国际航线时,为旅客提供的一项服务。乘务员需要了解各

国海关规定，识别主要流通货币，掌握POS机的操作方法及可以使用的信用卡种类，了解各种商品的特点等。

免税品销售的操作流程如下。

(1) 乘务长在开“航前准备会”之前领取免税品销售包。销售包里面包含POS机、小票打印纸、订书器、备用签封、钱袋、备用金、免税品车钥匙、免税品销售明细单等，如图2-55所示。

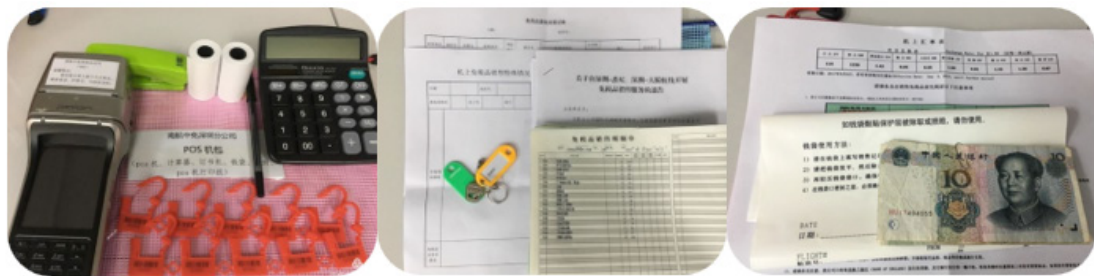


图2-55 免税品销售包内的物品

(2) 登机后，负责销售免税品的乘务员需要检查核对免税品车。确保车上的签封号与免税品销售明细单中的签封号一致，锁头完好无损，如图2-56所示。



图2-56 乘务员核对签封号

(3) 飞行途中，乘务员按照乘务长的要求，在餐饮服务结束后开始销售免税品，如图2-57所示。

(4) 进行销售广播。通过广播，乘务员可以迅速有效地调动旅客的购买积极性。

(5) 乘务员将免税品展现在免税品车上，推车在客舱内走动，使旅客能够直观地看到物品。



图2-57 乘务员销售免税品

- (6) 适当进行产品推荐与宣传。根据各国海关规定，提醒旅客适量购买。
- (7) 飞机进入下降阶段结束免税品销售。
- (8) 清点核对车内物品，款账一致，填写免税品销售明细单。
- (9) 确认无误后，将钱物单据装入车内，免税品车上锁、上签封。

四、注意事项

- (1) 对销售商品的特点、优点、卖点需要全面了解。
- (2) 商品在销售车上展示时，摆放成金字塔样式，内高外低，方便旅客阅览，如图2-58所示。
- (3) 商品名称、商标、图案等朝向外侧。
- (4) 确保商品摆放的稳定性与安全性。
- (5) 商品销售可以配以节日主题，色彩搭配上凸显主题元素，如图2-59所示。
- (6) 销售商品广播时语速适中，音量适度，语调舒缓流畅，并注意强调重点。
- (7) 销售态度诚恳、自然、亲切，既不过分推销也不消极冷淡。
- (8) 保持良好的销售心态。



图2-58 商品摆放成金字塔样式



图2-59 新年主题：红色元素



【思考题】

1. 乘务员的妆容特点是什么？
2. 男女乘务员发型都有哪些要求？
3. 航空公司对乘务员制服有哪些要求？
4. 微笑的要领是什么？
5. 乘务员站姿的基本要领是什么？
6. 乘务员行姿的基本要领是什么？
7. 乘务员指引手势的基本要领是什么？
8. 乘务员公共场合礼仪有哪些？
9. 沟通的基本原则有哪些？
10. 服务技能中“端”的操作需要注意什么？
11. 什么是机供品？
12. 机供品包含哪些内容？
13. 机上服务用品都有哪些？
14. 简述机供品管理的意义。
15. 简述清点机供品的注意事项。
16. 简述提供书报杂志的注意事项。
17. 根据哪些指标可以调节客舱温度？
18. 客舱销售的意义是什么？
19. 什么是免税品销售？
20. 简述机上商品销售的注意事项。