

★ 服务热线: 400-615-1233  
★ 配套精品教学资料包  
★ www.huatengedu.com.cn

CHENGSHI GUIDAO JIAOTONG  
FUWU LIYI

# 城市轨道交通 服务礼仪



职业教育城市轨道交通系列精品教材

城市轨道交通服务礼仪

主编 汪武芽 张辉



定价: 39.00元

同济大学出版社  
TONGJI UNIVERSITY PRESS

同济大学出版社  
TONGJI UNIVERSITY PRESS

职业教育城市轨道交通系列精品教材

# 城市轨道交通 服务礼仪

主编 汪武芽 张辉



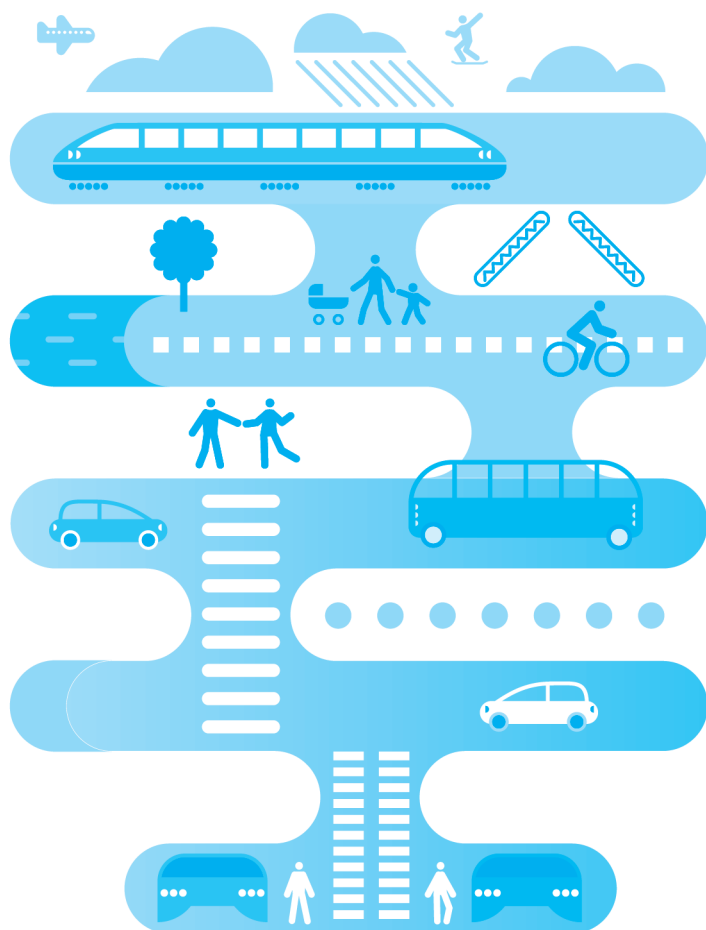
职业教育城市轨道交通系列精品教材

# 城市轨道交通 服务礼仪

主 编 汪武芽 张 辉  
副主编 莫 荃

CHENGSHI  
GUIDAO  
JIAOTONG  
FUWU  
LIYI

同济大学出版社·上海



## 内 容 提 要

本书共分为9个模块,内容包括城市轨道交通服务礼仪基础知识、城市轨道交通服务人员的素质培养、城市轨道交通服务人员的服饰礼仪、城市轨道交通服务人员的仪容礼仪、城市轨道交通服务人员的仪态礼仪、城市轨道交通服务人员的沟通礼仪、城市轨道交通车站客运服务礼仪、城市轨道交通乘客投诉处理和城市轨道交通服务的质量评价。

本书可作为职业教育城市轨道交通相关专业的教材,也可供相关人员参考使用。

### 图书在版编目(CIP)数据

城市轨道交通服务礼仪 / 汪武芽, 张辉主编. --上海: 同济大学出版社, 2021. 6

ISBN 978 - 7 - 5608 - 9095 - 1

I. ①城… II. ①汪… ②张… III. ①城市轨道交通-铁路运输-服务人员-礼仪 IV. ①F530.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2021)第 108840 号

---

---

## 城市轨道交通服务礼仪

主编 汪武芽 张 辉

责任编辑 张德胜 责任校对 罗 琳 封面设计 张瑞阳

出版发行 同济大学出版社 [www.tongjipress.com.cn](http://www.tongjipress.com.cn)

(地址: 上海市四平路 1239 号 邮编: 200092 电话: 021 - 65985622)

经 销 全国各地新华书店

印 刷 三河市骏杰印刷有限公司

开 本 787 mm×1 092 mm 1/16

印 张 11.75

字 数 243 000

版 次 2021 年 6 月第 1 版

印 次 2023 年 1 月第 2 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5608 - 9095 - 1

---

定 价 39.00 元

---

---

本书若有印装质量问题, 请向本社发行部调换 版权所有 侵权必究

随着经济的发展和国民生活水平的提高,城市轨道交通发展迅速,城市对城市轨道交通服务人员服务质量的要求也越来越高。城市轨道交通服务礼仪是城市轨道交通服务人员与乘客之间沟通的基石,完善、成熟、高效、规范的客运服务礼仪能够展示服务人员的外在美和内在修养,拉近服务人员与乘客之间的距离,提高乘客满意度,提升城市轨道交通运营企业的社会形象。

为了适应我国当前职业教育对人才培养的需要,满足“校企合作,工学结合”的人才培养要求,我们组织了具有丰富教学经验的一线教师和城市轨道交通一线工作人员联合编写了本书,针对城市轨道交通运营企业的岗位需求,系统而全面地阐述了城市轨道交通服务礼仪的相关知识。

本书内容及参考学时见下表。

模 块	内 容	学 时
1	城市轨道交通服务礼仪基础知识	4
2	城市轨道交通服务人员的素质培养	4
3	城市轨道交通服务人员的服饰礼仪	6
4	城市轨道交通服务人员的仪容礼仪	8
5	城市轨道交通服务人员的仪态礼仪	8
6	城市轨道交通服务人员的沟通礼仪	8
7	城市轨道交通车站客运服务礼仪	10
8	城市轨道交通乘客投诉处理	6
9	城市轨道交通服务的质量评价	6
合计		60

本书特色如下:

- (1) 本书以能力培养为主旨,结合教学实践,内容讲解透彻、全面。
- (2) 本书设置了实训环节,以调动学生的主观能动性,增强学生的实际操作能力。

(3)本书附录部分整合了一些城市轨道交通服务的常见案例,以帮助学生提高解决实际问题的能力。

(4)本书配有二维码微课等教学资源,以支持网络化及多媒体等现代教学方式,有效提高教学质量。

本书由江西交通职业技术学院汪武芽、河北交通职业技术学院张辉任主编,厦门信息学校莫荣任副主编。本书在编写过程中参考了一些相关教材及资料,在此向相关作者表示诚挚的谢意。由于编者水平有限,书中难免存在疏漏和不足之处,敬请广大读者批评指正。

编 者

	<b>模块 1 城市轨道交通服务礼仪基础知识</b>	/	1
	<b>1.1 服务与礼仪概述</b>	/	2
	1.1.1 服务的基础知识	/	2
	1.1.2 礼仪的基础知识	/	3
	1.1.3 服务礼仪的基本理论及其应用	/	9
	<b>1.2 城市轨道交通服务礼仪概述</b>	/	11
	1.2.1 城市轨道交通服务礼仪的含义和特性	/	11
	1.2.2 城市轨道交通服务礼仪的内容	/	12
	1.2.3 城市轨道交通服务礼仪的作用及意义	/	14
	<b>模块 2 城市轨道交通服务人员的素质培养</b>	/	17
	<b>2.1 城市轨道交通服务礼仪的原则和重要性</b>	/	18
	2.1.1 城市轨道交通服务礼仪的原则	/	18
	2.1.2 城市轨道交通服务礼仪的重要性	/	18
	<b>2.2 礼仪素养与服务素质</b>	/	19
	2.2.1 礼仪素养	/	19
	2.2.2 服务素质	/	20
	<b>2.3 服务态度与情绪管理</b>	/	22
	2.3.1 服务态度	/	22
	2.3.2 情绪管理	/	23
	<b>模块 3 城市轨道交通服务人员的服饰礼仪</b>	/	27
	<b>3.1 服饰礼仪的作用与影响</b>	/	28
	3.1.1 服饰礼仪的作用	/	28
	3.1.2 服饰礼仪的影响	/	28
	<b>3.2 服务人员着装的基本原则与注意事项</b>	/	29
	3.2.1 着装的基本原则	/	29
	3.2.2 着装的注意事项	/	30
	<b>3.3 服务人员服饰的选择与穿着</b>	/	33
	3.3.1 男士西装的选择与穿着	/	33

3.3.2	女士西装的穿着	/	36
<b>3.4</b>	<b>服务人员的饰品礼仪</b>	/	38
3.4.1	饰品的种类	/	39
3.4.2	饰品佩戴的原则	/	39
3.4.3	常见饰品的佩戴	/	40
<b>3.5</b>	<b>城市轨道交通服务人员的服饰礼仪的着装要求与规范</b>	/	44
3.5.1	城市轨道交通服务人员的着装要求	/	44
3.5.2	城市轨道交通服务人员的着装规范	/	44

 **模块 4 城市轨道交通服务人员的仪容礼仪** / 46

<b>4.1</b>	<b>仪容修饰的原则和要求</b>	/	47
4.1.1	仪容修饰的原则	/	47
4.1.2	仪容修饰的基本要求	/	48
<b>4.2</b>	<b>皮肤护理与化妆</b>	/	51
4.2.1	皮肤护理	/	51
4.2.2	化妆	/	53
<b>4.3</b>	<b>卫生习惯和行为习惯</b>	/	68
4.3.1	卫生习惯	/	68
4.3.2	行为习惯	/	68


 **模块 5 城市轨道交通服务人员的仪态礼仪** / 71

<b>5.1</b>	<b>面部礼仪和神态要求</b>	/	72
5.1.1	面部礼仪	/	72
5.1.2	神态要求	/	73
<b>5.2</b>	<b>站姿</b>	/	77
5.2.1	站姿的基本要求	/	77
5.2.2	站姿的种类	/	78
5.2.3	工作中常用的站姿形式	/	79
5.2.4	站姿禁忌	/	79
5.2.5	站姿训练	/	80
<b>5.3</b>	<b>行姿</b>	/	80
5.3.1	行姿的基本要领	/	80
5.3.2	行姿的种类	/	81
5.3.3	工作中常用的行姿标准	/	81
5.3.4	行姿禁忌	/	81
5.3.5	行姿训练	/	82
<b>5.4</b>	<b>坐姿</b>	/	82
5.4.1	坐姿的基本要求	/	82
5.4.2	坐姿的种类	/	83
5.4.3	坐姿禁忌	/	86

5.4.4	坐姿训练	/	87
<b>5.5</b>	<b>蹲姿</b>	/	87
5.5.1	蹲姿的基本要求	/	87
5.5.2	蹲姿的种类	/	87
5.5.3	蹲姿禁忌	/	88
5.5.4	蹲姿训练	/	88
<b>5.6</b>	<b>手势</b>	/	89
5.6.1	手势的基本要求	/	89
5.6.2	手势的种类	/	89
5.6.3	手势的禁忌	/	91
5.6.4	手势的训练	/	91
 <b>模块6 城市轨道交通服务人员的沟通礼仪</b>			/ 94
<b>6.1</b>	<b>语言沟通礼仪的基础知识</b>	/	95
6.1.1	语言沟通礼仪的基本要求	/	95
6.1.2	语言沟通的技巧	/	96
<b>6.2</b>	<b>会面礼仪</b>	/	97
6.2.1	问候礼仪	/	97
6.2.2	称呼礼仪	/	97
6.2.3	致意礼仪	/	98
6.2.4	鞠躬礼仪	/	99
6.2.5	握手礼仪	/	100
<b>6.3</b>	<b>交谈礼仪</b>	/	100
6.3.1	谈话的表情与态度	/	100
6.3.2	服务用语的要求	/	101
6.3.3	应答礼仪	/	102
<b>6.4</b>	<b>城市轨道交通客运服务用语</b>	/	103
6.4.1	客运服务沟通的特点和注意事项	/	103
6.4.2	客运服务基本用语	/	104
6.4.3	客运服务常用手语	/	106
6.4.4	车站站厅和站台服务人员的服务用语	/	107
 <b>模块7 城市轨道交通车站客运服务礼仪</b>			/ 110
<b>7.1</b>	<b>车站客运服务礼仪技巧</b>	/	111
7.1.1	积极的服务态度	/	111
7.1.2	了解乘客的需求	/	111
7.1.3	避免乘客纠纷	/	112
7.1.4	化解乘客矛盾	/	112
<b>7.2</b>	<b>车站客运服务工作的主要内容</b>	/	113
7.2.1	安检服务	/	113



7.2.2	站厅服务	/	114
7.2.3	乘客服务中心服务	/	117
7.2.4	站台服务	/	121
7.2.5	列车司机服务	/	123
7.2.6	车站维修人员服务	/	124
7.2.7	应急服务与特殊乘客服务	/	125

 **模块 8 城市轨道交通乘客投诉处理** / 129

<b>8.1</b>	<b>乘客投诉的基础知识</b>	/	130
8.1.1	乘客投诉的分类	/	130
8.1.2	乘客投诉产生的过程及原因	/	132
<b>8.2</b>	<b>乘客投诉事件的处理原则和技巧</b>	/	132
8.2.1	乘客投诉事件的处理原则	/	132
8.2.2	乘客投诉事件的处理技巧	/	135

 **模块 9 城市轨道交通服务的质量评价** / 139

<b>9.1</b>	<b>城市轨道交通服务质量的基础知识</b>	/	140
9.1.1	城市轨道交通服务质量的含义	/	140
9.1.2	城市轨道交通服务质量的内容	/	140
9.1.3	城市轨道交通服务质量的评价体系	/	141
<b>9.2</b>	<b>城市轨道交通服务质量评价模型与分类</b>	/	144
9.2.1	城市轨道交通服务质量评价模型	/	144
9.2.2	城市轨道交通服务质量评价的种类	/	146
<b>9.3</b>	<b>城市轨道交通服务质量评价方法与实例</b>	/	147
9.3.1	城市轨道交通服务质量评价方法	/	147
9.3.2	城市轨道交通服务质量评价实例	/	152

 **附录 城市轨道交通服务常见案例** / 158

<b>参考文献</b>	/	180
-------------	---	-----



模块

# 城市轨道交通服务礼仪基础知识



## 学习目标

- (1) 了解服务与礼仪基础知识。
- (2) 了解城市轨道交通服务礼仪的含义和特性。
- (3) 熟悉城市轨道交通服务礼仪的内容。
- (4) 了解城市轨道交通服务礼仪的作用及意义。

## 1.1 服务与礼仪概述

### 1.1.1 服务的基础知识

#### 1. 服务的含义

服务是服务方为了满足被服务方的需要,通过一定的方式,使被服务方从中受益的一种有偿或无偿的活动。服务的实施过程可以在为被服务方提供的有形产品上完成,也可以在为被服务方提供的无形产品上完成。

服务方是根据被服务方的意愿提供服务活动的一方,在服务过程中处于被支配地位。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。

服务是伴随着人类需求的不断增长而发展起来的,其目的是解决人们实际生活中的难题。

#### 2. 服务的特性

服务具有无形性、不可存储性、差异性和评价的复杂性等特性。

##### 1) 无形性

服务的无形性是指与有形的实体产品相比,服务的特质及组成服务的元素是无形、无质的,而且具有同时性的特征。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,是无形无质的。消费者不仅关注有形的物质产品,而且更加注重作为产品有机组成部分的无形性的服务,而服务质量在很大程度上是通过服务人员的表现来实现的。无形性是服务最基本的特征。

##### 2) 不可存储性

服务产品不像有形产品一样可以被存储起来以备将来销售,而是随着服务过程产生和被消费的。

##### 3) 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差异,很难控制。服务行业是以人为中心的行业,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。例如,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,充满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,同一名员工受到激励或缺乏激励时提供给客人的服务也会不一样。

##### 4) 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、不能存储的服务产品无疑要复杂得多,服务企业也很难通过标准化管理来保证服务的质量。

#### 3. 服务的要素

美国社会学家丹尼尔·贝尔说:“服务是人与人之间的游戏。”一个人能否用好这种游戏,取决于这个人对服务的理解深度。在服务的期望(如质量、数量等)中,一部分是对无形

商品的期望,如物美价廉的感觉、优雅的礼貌、清洁的环境、显示自我尊严等。

### 1) 服务意识

服务意识是指企业全体员工在与企业利益相关的人或企业的交往中所体现的为其提供热情、周到、主动服务的欲望和意识,即自觉主动做好服务工作的一种观念和愿望。其发自服务人员的内心。服务意识的表现可以归纳为如下几点:

- (1) 每一次接触乘客都是今天的第一次。
- (2) 乘客对与错并不重要,重要的是他们的感受。
- (3) 好的感受来自好的态度。
- (4) 做你擅长的,并且每天都要做得更好些。
- (5) 乘客的需要是我们工作的目标。
- (6) 让乘客满意是我们的服务宗旨。
- (7) 用心去服务乘客是我们职业的升华。
- (8) 我们从不怀疑——乘客永远是对的。
- (9) 永远比乘客想得多一些。

### 2) 规范标准

规范标准又称标准化服务,是由国家、企业制定并发布的某项服务(工作)应达到的统一标准,要求从事该项服务工作的人员必须在规定的时间内按标准进行服务(工作),包括操作规范、仪容仪表、行为举止、服务用语、时间限制等。

### 3) 服务技巧

服务技巧正确、巧妙的运用直接决定了服务的质量及客人的满意度。服务技巧可分为以下四个等级:

- (1) 初级:态度、质量、效率。
- (2) 中级:标准、规范、细化。
- (3) 高级:主动、亲情、延伸。
- (4) 超级:个性、差异、超值。

上述四个等级由低到高,由浅入深,混合交叉,互为关联。只有采用不同的服务技巧(如善于聆听、热情微笑、巧用沟通等),因人而异,灵活运用,才可以达到令乘客满意的最佳服务效果。

## 1.1.2 礼仪的基础知识

礼仪是人类在长期交往过程中形成的一种规范。随着经济的发展,人与人、群体与群体之间的交往日益密切,礼仪的作用也将越来越重要。它是人际交往的基础和保障。

### 1. 礼仪的含义

#### 1) 礼的含义

“礼仪”一词最早见于《诗经》。如今,人们习惯将礼和仪合在一起作为整体来理解,但在我国古代,礼和仪是作为两个不同的概念出现的。

礼的含义比较丰富,具体如下:

- (1) 礼是最高的自然法则,是自然的总秩序、总规律。《左传·昭公二十五年》曰:“夫礼,



图文

中华礼仪的演变及发展趋势

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。”

(2)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；分争辨讼，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；祷祠祭祀，供给鬼神，非礼不诚不庄。”

(3)礼是“法度之通名”，即国家的法律都可以通称为礼。

### 2) 仪的含义

按照《辞源》中的解释，仪包含以下两层含义：

(1)容貌举止。例如，《诗经·烝民》曰：“令仪令色，小心翼翼。”

(2)法度、标准。《国语·周语》中有“度之于轨仪”，这里的“仪”是指量器中的标准。《淮南子·修务训》中有“设仪立度，可以为法则”，这里的“仪”是指治理国家的法度。

### 3) 礼仪的含义

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人们所共同遵守的仪式。“仪”是指法度、准则、典范、仪式、容貌、风度等。

由此可见，“礼仪”一词的含义在我国古代与现代有着明显的不同。随着人类文明的发展，特别是受到西方现代文明的影响，礼仪逐渐演变成成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。

从不同的角度可以对礼仪做出如下不同的界定：

(1)从个人修养的角度来看，礼仪是一个人内在修养和素质的外部体现。通过一举一动、一言一行，一个人可以将其涵养、素质、才华等充分地展现在人们面前，给人以全面的印象。

(2)从道德的角度来看，礼仪是为人处世的行为规范和道德准则。

(3)从交际的角度来看，礼仪是人际交往中的一门艺术，即一种处理人际关系的交际方式或交际方法。

(4)从传播的角度来看，礼仪是在人际交往中进行有效沟通的技巧。

(5)从审美的角度来看，礼仪是一种形式美，是人的心灵美的必然外化。

(6)从民俗的角度来看，礼仪是在人际交往中必须遵守的律己敬人的习俗，也是人际交往中约定俗成的对人表示尊重、友好的做法。

## 2. 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。现代礼仪主要包括以下几方面的内容。

### 1) 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。现代社会倡导人人平等，因此礼节从形式到内容都体现出人与人之间的平等、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、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、舞会的礼节、宴会的礼节等。

#### 2) 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。

#### 3) 礼俗

人们常把民俗礼仪称为礼俗,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,是在一定的环境中,在人们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。

#### 4) 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高尚的道德品质,它与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。

#### 5) 仪式

仪式是指行礼的具体过程或程序,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。人们在社会交往或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,仪式中的有些程序是不可省略的,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、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。

### 3. 礼仪的特性

#### 1) 普遍性

礼仪是调整社会成员在社会生活中相互关系的行为准则,是全人类共同需要的。它可以跨越国界,不分国家、民族、宗教和政治信仰的界限,不论年龄、性别、阶层、贫富,只要存在着交往活动,人们就需要通过礼仪来沟通和表达相互的情感。

礼仪无处不有,无时不在。它被运用于各种场合、各个领域。大到国家的政治、经济、文化领域,小到个人的衣、食、住、行;不论是城市乡村,还是企业机关;不论是干部群众,还是集体个人;不论是国家要事,还是家庭琐事;不分场合大小,不论人数多少,只要有人际交往的活动,就需要人们去遵守约束行为的礼仪规范。

礼仪的普遍性还反映在它的丰富多样上,它与每个人都有密切的联系。它涉及个体在学习、生活、工作等不同的方面,同时也影响不同个体在其不同领域的不同礼仪要求等。

### 2) 差异性

礼仪是各个国家、地区、民族的人在社会交往中受历史传统、民族文化、宗教信仰、风俗习惯、时代潮流等因素的影响而形成的,所以不同的国家、地区的礼仪存在着差异。

同一礼仪形式可以因国家、地域的不同而使其表达的意思不同。例如,在大多数国家用点头表示“是”“同意”,但在保加利亚等国家的礼仪习惯是“点头不算摇头算”。又如,做出向上伸出大拇指、其余四指相握的手势,在中国、日本、斯里兰卡、法国和美国等都有不同的意思表示。

在不同的场合,针对不同的对象,用同一礼仪形式也会有差异。例如,同样是握手,新老朋友之间、男士与女士之间、长辈与后辈之间是有区别的。又如,打招呼,在不同的区域、不同的民族也不尽相同。

不同的行业、不同的职业、不同的场合也有不同的礼仪要求,如校园礼仪、商务礼仪、宾馆礼仪、办公礼仪、生产礼仪、求职礼仪、谈判礼仪、就餐礼仪等。

### 3) 综合性

礼仪是一门专门研究人与人之间交往的行为规范的学科,也是一门综合性的学科。它包含了社会学、心理学、行为学、民俗学、伦理学、传播学、美学、公共关系学等学科。

礼仪体现了实施个体的综合素质。它要求人们必须具有高尚的思想道德情操,良好、规范的行为习惯,优雅、得体的语言举止,宽容、豁达的心理素质,较高的认知水准和学识水平等。可以说,只有具备了综合素质的人,才称得上是讲文明、有风度、有魅力、有修养的人。

### 4) 实践性

礼仪是一门应用性很强的行为学科,它不同于纯粹的理论演绎、逻辑抽象和概念探讨,是理论与实践紧密结合的学科。

礼仪源于实践,又直接服务于社会实践。礼仪被应用于交际场合,是人类进行交往与应酬的实践活动。它不是纸上谈兵、不着边际,而是切实可行、实用有效的;不是故弄玄虚、神秘莫测,而是简明易学、便于操作的。

礼仪是通过人们的长期实践流传下来,并为人们所认同和遵守的外化的行为规范。因此,它是通过实践活动得以体现的。丰富多彩的人类交往实践活动使礼仪落到实处,成为“言之有物”“行之有度”的规范。

### 5) 变化性

与任何一个民族的文化一样,礼仪也是在不断变化和发展的,在变化发展的进程中取其精华、弃其糟粕,不断完善,与时俱进。

一方面,一个时期内被公认的礼仪规范随着历史的发展有的被肯定、继承,有的被否定、摒弃。同时,一些符合历史发展和时代特征的新内容又会被补充、吸纳,不断推陈出新。另一方面,随着国与国之间的交往越来越多,对外文化交流扩大,经济全球化和信息化的时代也随之到来,各国、各地区、各民族之间的交往日益密切,各自的礼仪也会互相渗透、互相影响、互相取长补短,并使其在传承历史的基础上不断被注入新的内涵。

## 4. 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。

### 1) 宽容的原则

人们在交际活动中运用礼仪时,既要严于律己,又要宽以待人。宽容就是要豁达大度,有气量,不过分计较得失,具体表现为一种胸襟、一种容纳意识和



微课  
礼仪的原则

自控能力。

#### 2) 敬人的原则

人们在社会交往中要常存敬人之心,处处不可失敬于人,不可伤害他人的尊严,更不能侮辱他人的人格。敬人就是尊敬他人,也包括尊敬自己,维护个人乃至组织的形象,不可损人利己。敬人也是人的优秀品格之一。

#### 3) 自律的原则

自律是礼仪的基础和出发点。学习、运用礼仪,最重要的就是要自我要求、自我约束、自我对照、自我反省、自我检查。自律即按照礼仪规范严格要求自己,知道自己该做什么、不该做什么。

#### 4) 遵守的原则

在交际应酬中,每一名参与者都必须自觉、自愿地遵守礼仪,用礼仪去规范自己在交际活动中的言行举止。遵守的原则是对行为主体提出的基本要求,更是行为主体人格素质的基本体现。只有遵守礼仪规范,才能赢得他人的尊重,确保交际活动达到预期的目标。

#### 5) 适度的原则

运用礼仪时要注意把握分寸,认真得体。适度就是把握分寸。礼仪是一种程序规定,而程序自身就是一种“度”。无论是表示尊敬还是热情,礼仪都应有一个“度”;没有“度”,施礼就可能进入误区。

#### 6) 真诚的原则

运用礼仪时,务必诚信无欺、言行一致、表里如一。真诚就是在交际活动中做到诚实守信,不虚伪、不做作。交际活动作为人与人之间传递信息、交流情感、沟通思想的过程,如果缺乏真诚则不可能达到目的,更无法保证交际效果。

#### 7) 从俗的原则

运用礼仪时必须做到入乡随俗,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。从俗就是指交往各方都应尊重彼此的风俗习惯,了解并尊重各自的禁忌,否则就会在交际中引起误会和麻烦。

#### 8) 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。礼仪是在平等的基础上形成的,是一种彼此之间的相互对待关系的体现,其核心问题是尊重及满足彼此之间获得尊重的需求。在交际活动中,既要遵守平等的原则,又要善于理解具体条件下对方的一些行为,不应过多地挑剔对方的行为。

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。作为在人类历史发展中逐渐形成并积淀下来的一种文化,礼仪始终以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。

### 5. 礼仪的功能和作用

#### 1) 礼仪的功能

在公共关系中,礼仪是社会公德、职业道德等的行为规范,协调着公共关系中的诸多关系。在人际关系中,礼仪是人际关系的调节器。礼仪的功能主要有以下三个方面:

(1) 约束功能。礼仪作为一种约定俗成的行为规范,一旦形成,对人们的行为就形成了一种强大的约束作用,人们都将自觉不自觉地受其制约。如果谁触犯了这一规范,就被视为



没有礼貌。例如,在严肃的工作会议上、高雅的音乐殿堂中骤然响起的手机铃声就会受到人们的侧目,被视为极不礼貌的行为。凡是注意个人形象的人无不在类似的问题上自我约束。

(2)协调功能。人是社会关系的总和,人际关系是人类社会关系中极为重要的关系。但是由于人们受教育程度不同、成长环境各异,再加上个性、职业、年龄、性别等方面的差异,就形成了人们在人际交往中不同的价值取向。在人际交往中,为了维护自身利益,人们在行为方式上往往不同程度地带有“利己排他”的倾向。这就必然会使交往双方发生不同程度的矛盾和冲突。这时,礼仪的原则和规范就会约束人们的动机,指导人们立身处世的行为方式,从而很好地协调人与人之间的关系、人与社会的关系,使人们在相互理解、相互尊重的前提下和睦相处,使社会生活井然有序。

(3)教化功能。礼仪作为一种道德行为规范,对全社会的每个成员都起着潜移默化的教育作用。现代许多国家把礼仪教育列入了国民素质教育体系中,在短时间内提高了全体国民的综合素质。新加坡可谓这方面的典范,新加坡国土的美丽,新加坡人的有“礼”,无不给去过这个美丽花园岛国的人留下深刻的印象,这与新加坡在国民中大力开展礼仪教育有很大的关系。20世纪70年代后期,当时的新加坡总理李光耀就提出了要把新加坡建成“富而有礼”的国家的目标。新加坡政府在大力抓国民经济的同时,将以礼仪教育为中心的国民素质教育提高到一个非常重要的位置,甚至将“忠、孝、仁、爱、礼、仪、廉、耻”八种美德列入政府须贯彻的“治国之纲”,使礼仪教育成为每个公民都必须接受的教育内容之一。为规范国民行为,使其养成良好的礼仪习惯,新加坡政府甚至运用了法律手段来强化国民的礼仪意识。这些措施最终使新加坡变成了现代“礼仪之邦”,提升了新加坡的国际地位,使其成为“亚洲四小龙”之一。

## 2) 礼仪的作用

礼仪作为在人类历史发展中逐渐形成并积淀下来的一种文化,始终以某种精神的约束力支配着每个人的行为,是适应时代发展、促进个人进步和成功的重要途径。礼仪具体的作用有以下几点:

(1)有助于个人提高自身修养。在人际交往中,礼仪往往是衡量一个人文明程度的准绳。它不仅反映一个人的交际技巧与应变能力,还反映着一个人的气质风度、阅历见识、道德情操、精神风貌等。因此,在这个意义上,完全可以认为礼仪即教养,只有有道德才能高尚,只有有教养才能文明。也就是说,通过一个人对礼仪运用的程度,可以察知其教养的高低、文明的程度和道德的水准。由此可见,学习礼仪和运用礼仪有助于提高个人的修养,真正提高个人的文明程度。

(2)有助于美化自身,美化生活。个人形象是一个人仪容、表情、举止、服饰、谈吐、教养的集合,而礼仪对上述方面有详尽的规范。因此,学习礼仪、运用礼仪无疑将有益于人们更好地、更规范地设计和维护个人形象,更好地、更充分地展示个人良好的教养与优雅的风度。当个人重视了美化自身,人人以礼相待时,人际关系将会更加和睦,生活将变得更加温馨,这也是礼仪所发挥的作用。

(3)有助于促进社会交往,改善人际关系。《红楼梦》中有言:“世事洞明皆学问,人情练达即文章。”讲的就是交际的重要性。一个人只要同其他人打交道,就不能不讲礼仪。运用礼仪,除了可以使个人在交际活动中充满自信、胸有成竹、处变不惊之外,还能够帮助人们规范彼此的交际活动,更好地向交往对象表达自己的尊重、敬佩、友好与善意,增进彼此之间的

了解与信任。

(4)有助于净化社会风气,推进社会主义精神文明建设。一般而言,人们的教养反映其素质,素质又体现于细节上,反映个人教养的礼仪是人类文明的标志之一。一个人、一个单位、一个国家的礼仪水准往往反映这个人、这个单位、这个国家的文明水平、整体素质和整体教养。古人曾经指出“礼义廉耻,国之四维”,并将礼仪列为立国的精神要素之本。荀子也曾说过:“人无礼则不生,事无礼则不成,国家无礼则不宁。”

### 1.1.3 服务礼仪的基本理论及其应用

#### 1. 服务礼仪的基本理论

服务礼仪的基本理论主要是指运用服务礼仪的一般规律,是服务礼仪及其运用过程的高度概括与抽象。服务人员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主要有以下几方面。

##### 1) 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。

##### 2) 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,有一个明确的目标定位,以此来约束和指导自己的行为。

##### 3) 双向沟通

在双向沟通的过程中,信息发送者和信息接收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收者,将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,直到双方共同明确和满意为止。

##### 4) 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。”白金法则的要点如下:

(1)行为合法,即不能要什么就给什么,做人、做事都需要有底线。

(2)交往应以对方为中心,要尽量满足对方的需要。

(3)对方的需要是基本的标准,而不是想干什么就干什么。

##### 5) “3A”法则

“3A”法则是指接受(accept)对方、重视(appreciate)对方、赞赏(admire)对方,如图 1-1 所示。

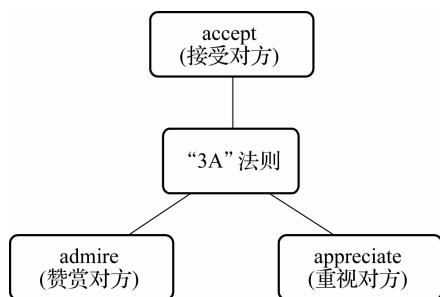


图 1-1 “3A”法则

(1)接受对方。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。因为每个人所处的位置不同,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。

(2)重视对方。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。

(3)赞赏对方。在人际交往中,不仅要善于欣赏对方,而且要对对方的优点予以肯定。实际上,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回来。人际交往是互动的,当善待别人时,别人就会善待自己;反之亦然。

位置决定态度,当与别人打交道时,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。因此,服务人员在日常工作中要坚持接受对方、重视对方、赞美对方。这既是一种教养,也是一种规范。如果服务人员都能够做到“3A”法则,那么其服务满意度可能会很高。如果每个人都能运用“3A”法则来处理与别人的关系,那么人们的相处就会友善和谐、其乐融融。

#### 6)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,是在对方脑海中形成并占据主导地位的效应。当人们第一次与某物或某人接触时会留下深刻的印象,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和作用。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。

#### 7)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。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。

#### 8) 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得以继续维持。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。

#### 9) 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。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,都是反面的例子。

## 2. 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。

#### 1) 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,还不能以貌取人。

#### 2) 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。

## 1.2 城市轨道交通服务礼仪概述

### 1.2.1 城市轨道交通服务礼仪的含义和特性

#### 1. 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,它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客运服务人员在自己的工作岗位上所需严格遵守的行为规范,即服务人员在工作岗位上通过言谈举止等对服务对象表示尊重和友好的行为规范与惯例。简单来说,城市轨道交通服务礼仪就是服务人员在工作场合使用的礼仪规范和

工作艺术。

行为是指人们受自己思想意志的支配而表现在外的活动,规范是指标准的、正确的做法。由此可见,行为规范是指人们在特定场合进行活动时标准的、正确的做法。轨道交通服务人员的行为规范主要包括服务人员与服务关系中所应有的仪容仪表和言谈举止。

服务关系是一种特殊的人际关系。任何服务关系的实质都是服务人员与服务对象之间相互需求的互酬关系。也就是说,它在一定程度上能满足关系双方的某些需求。但在服务过程中,双方之间的关系是一种服务人员满足服务对象的需求的关系,通过单向的需求满足关系体现出服务对象的优越感。

## 2. 城市轨道交通服务礼仪的特性

城市轨道交通服务礼仪除了具有一般服务礼仪的特征外,还具有其自身的特征,这些特征也决定了它在服务方面的理念和目标。

### 1) 规范性

由于城市轨道交通服务涉及区域广、服务对象多,不能做到一对一的特色服务,因此需要有严格、严谨的服务规范作为指导,以确保服务的质量和水平。

### 2) 时效性

快速高效是城市轨道交通吸引乘客的一个特征,城市轨道交通服务伴随着乘客出行的过程。因此,城市轨道交通服务人员及设备为乘客提供的服务要讲求时效性,要做到在短时间内与乘客完成沟通和互动,满足乘客的乘车需求并让乘客感受到被关心和尊重。

### 3) 先进性

城市轨道交通投资大、建设周期长、运行速度快、运载量大、自动化程度高,并采用先进的自动控制系统和设备设施。因此,其设备设施提供的服务也是相对先进的,要有先进的服务礼仪与之匹配。

### 4) 稳定性

城市轨道交通不仅仅是交通运输行业,它作为公共基础设施同样承担了社会责任,其服务内容和标准会受到社会事件的影响。因此,服务礼仪必须具有稳定性。

## 1.2.2 城市轨道交通服务礼仪的内容

运营城市轨道交通的作用就是满足乘客的位移需求,城市轨道交通运营企业为乘客提供安全、可靠、快捷、舒适的客运服务。城市轨道交通服务的对象就是选择乘坐城市轨道交通类交通工具的乘客。乘客乘车的流程如图 1-2 所示。

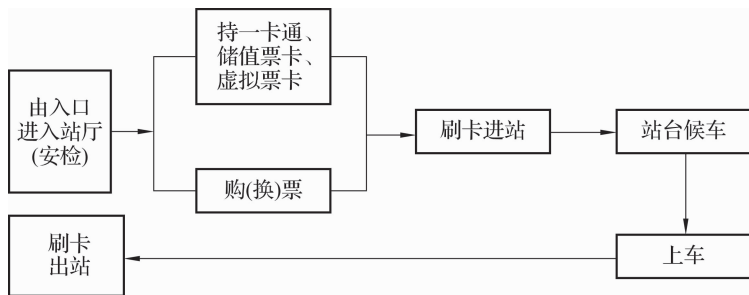


图 1-2 乘客乘车的流程

通过对乘客乘车流程的分析可以看出,城市轨道交通服务礼仪涉及的环节很多,从乘客的入站、购票、候车、上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。

城市轨道交通服务礼仪的基本内容主要包括轨道交通服务人员的素质培养、着装礼仪、仪容仪表、举止仪态礼仪、语言沟通礼仪、客运服务礼仪和乘客投诉处理等。

城市轨道交通运营企业为保障良好的客运服务质量,应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与地点,如图 1-3 和图 1-4 所示。

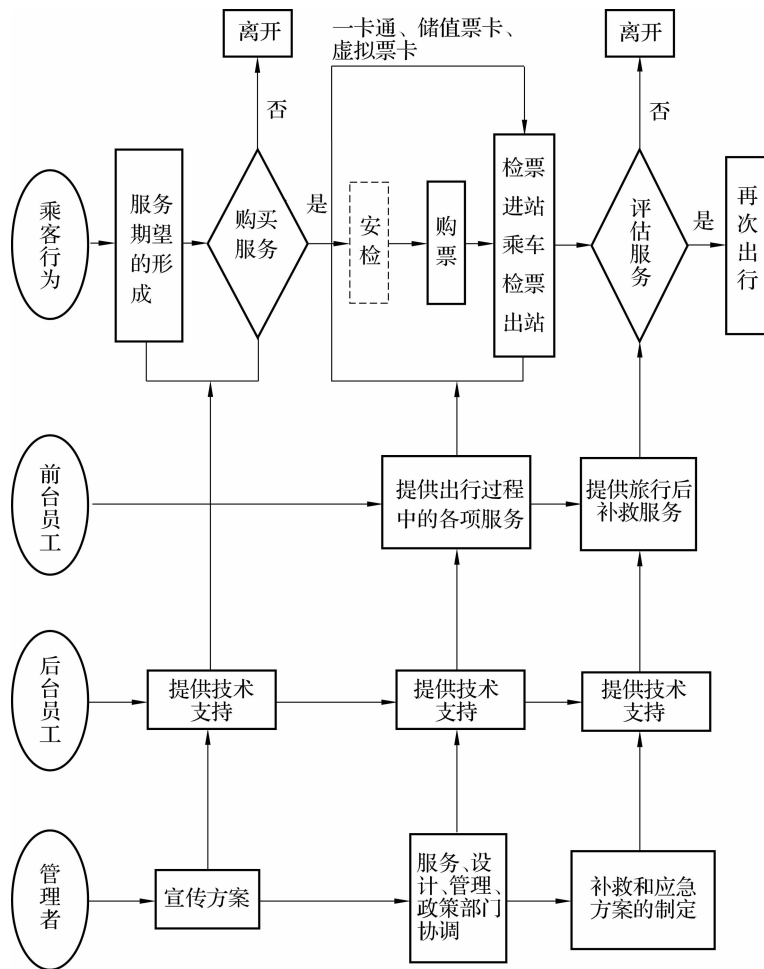


图 1-3 城市轨道交通运营企业服务质量管理体系

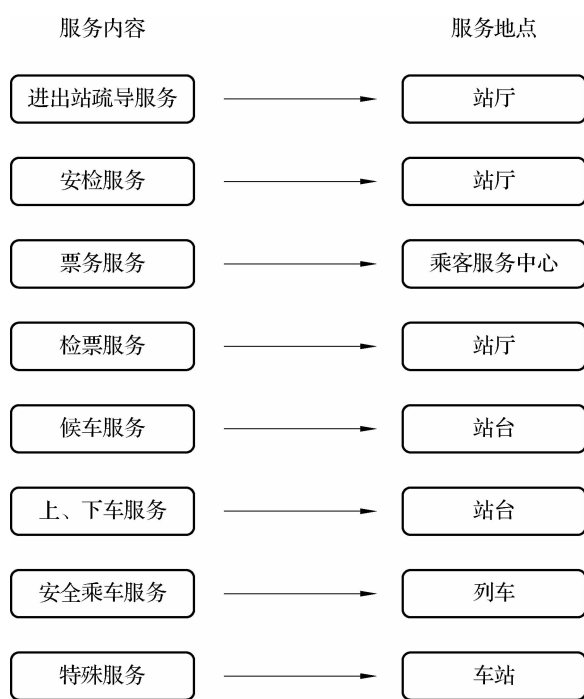


图 1-4 城市轨道交通车站客运服务内容与地点

在其中的每个具体环节上,城市轨道交通运营企业对于服务人员的工作应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。

### 1.2.3 城市轨道交通服务礼仪的作用及意义

#### 1. 展示区域、城市形象

大力发展城市轨道交通是解决城市交通拥堵的重要举措。近些年来,我国已有一批城市兴建了轨道交通项目,乘客出行有了更多的选择,越来越多的人开始乘坐地铁、轻轨等新式交通工具。城市轨道交通服务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。因此,城市轨道交通服务礼仪在城市轨道交通运营中起着十分重要的作用。

#### 2. 提升企业的整体形象

目前,我国多数城市轨道交通运营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。良好的服务礼仪是一个企业树立良好企业形象的关键。人们对一个企业的认识,首先是从感受该企业为服务对象提供的服务开始的。因此,优质的城市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。

#### 3. 提升企业的吸引力与竞争力

城市轨道交通运营企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。优质的服务礼仪可以使企业树立良好的形象,而良好的企业形象无疑会吸引更多的优质人才,这样的“相辅相成”会提升企业在行业内的竞争力。

#### 4. 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重要。企业之间的竞争再也不仅仅是有形产品之间的竞争,更多的是无形服务之间的竞争,良好的服务可以为企业带来可观的经济效益。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,社会文明的发展呼唤着服务礼仪的完善。服务礼仪可以为一个企业带来更多的社会效益,还可以使社会更和谐。

#### 5. 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行为的规范和要求,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优劣与服务水平的高低。服务质量主要由服务态度与服务技能两大要素构成。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。城市轨道交通服务礼仪有助于提高服务人员的服务意识和服务质量,使服务交往变得更加顺利,让服务对象感觉轻松和愉快。



### 实训1

### 中西方服务礼仪调查

#### 【实训目的】

了解中西方服务礼仪的相关内容,知道中西方服务礼仪的差异。

#### 【实训设备】

教学教具(计算机、多媒体设备等)。

#### 【实训内容】

- (1)由教师介绍实训的目的、方式和要求,调动学生参与实训的积极性。
- (2)教师对学生分组,确定各小组的组长和人员分工,采用小组学习的方式,制订小组学习计划。
- (3)由教师介绍一些中西方服务礼仪和相关案例,组织学生进行调查和讨论。
- (4)各小组可通过查找资料等方式对中西方服务礼仪进行调查和讨论。
- (5)根据各小组调查和讨论的情况撰写小结。
- (6)各小组相互评议,教师最后给出点评、总结。

#### 【实训考核】

对各组进行中西方服务礼仪调查考核,根据考核结果进行综合评定,并填写表 1-1。

表 1-1 中西方服务礼仪调查综合评定

评定内容	评定方式		
	自 评	小组评议	教师评议
了解中西方服务礼仪的相关内容			
了解中西方服务礼仪的差异			



续表

评定内容	评定方式		
	自 评	小组评议	教师评议
参与教学中的讨论和练习,并积极完成相关任务			
善于与同学合作			
学习态度,完成作业情况			
总评			