

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



策划编辑 刘建  
责任编辑 胡思佳  
封面设计 黄燕美

CHENGSHI GUIDAO JIAOTONG FUWU LIYI

# 城市轨道交通 服务礼仪

城市轨道交通  
服务礼仪

主编 杨治东 王桂琴

上海交通大学出版社

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

主编 杨治东 王桂琴

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

ISBN 978-7-313-14771-4



9 787313 147714

定价: 38.00元



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

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

主 编 杨治东 王桂琴  
副主编 陈春燕 张芳明 王 玮



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

## 内容提要

全书分8个模块, 主要内容包括城轨服务礼仪概述、城轨客运服务人员的仪容仪表礼仪、城轨客运服务人员的举止体态礼仪、城轨客运服务人员的服饰礼仪、城轨客运服务人员的语言沟通礼仪、城轨客运服务、城轨乘客投诉处理、礼仪实训。

本书适合作为职业院校城市轨道交通相关专业教材, 也可供相关技术人员参考。

## 图书在版编目(CIP)数据

城市轨道交通服务礼仪/杨治东, 王桂琴主编. —  
上海: 上海交通大学出版社, 2016(2025 重印)

ISBN 978-7-313-14771-4

I. ①城… II. ①杨… ②王… III. ①城市铁路—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(2016)第 068510 号

## 城市轨道交通服务礼仪

CHENGSHI GUIDAO JIAOTONG FUWU LIYI

主 编: 杨治东 王桂琴

出版发行: 上海交通大学出版社

邮政编码: 200030

印 制: 大厂回族自治县聚鑫印刷有限责任公司

开 本: 787 mm×1 092 mm 1/16

字 数: 229 千字

版 次: 2016 年 4 月第 1 版

书 号: ISBN 978-7-313-14771-4

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

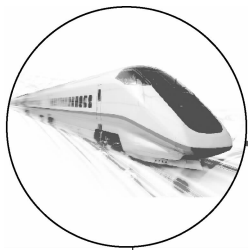
印 张: 11.25

印 次: 2025 年 8 月第 9 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: 0316-8836866



# 出版说明

近年来，我国经济持续快速发展，城市规模不断扩大，城市人口不断增加，导致城市交通拥堵问题日益严重，地面交通承载能力日显不足。在此形势下，大力发展轨道交通已经成为解决城市交通问题的重要手段。

截至 2024 年年底，中国内地共有 58 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 12 160.77 km。

我国正在经历着有史以来规模最大的城市轨道交通建设，城市轨道交通的高速发展带来了社会对城市轨道交通专业人才的巨大需求，同时，这样的需求也为职业教育城市轨道交通专业的发展带来了良好的契机。

为了适应和促进我国高等职业教育城市轨道交通专业教学的发展，规范城市轨道交通系列教材体系的建设，结合职业教育“校企合作，工学结合”的教学改革特点，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这套城市轨道交通系列规划教材。

本系列教材具有如下特色：

第一，严格遵循国家和行业现行标准与规范，同时结合国内各大城市轨道交通建设运营的实际组织编写。

第二，注重职业教育特点，采用项目式教学模式，侧重实际工作岗位操作技能的培养。

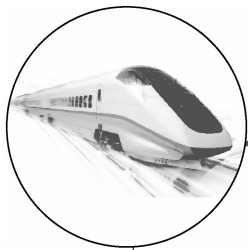
第三，注重理论与实践的有机结合，根据需求和实际情况有针对性地设置实训环节，以增强学生的实际操作能力。

为了支持“立体化”教学，我们特别为本系列教材精心策划了精品教学资料包，为广大读者提供丰富的教学资源，以满足网络化及多媒体等现代教学需求，有效提升教学质量。

希望各院校在使用本系列教材的过程中提出宝贵的意见和建议，我们将认真听取，不断完善本系列教材。

编审委员会





# 前言

目前,我国的城市轨道交通(以下简称为城轨)正处于快速发展时期,它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。城轨的大规模发展,对改善人民群众的出行条件、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。但与此同时,城轨的快速发展也造成了城轨行业专业技术人员、管理人员等的严重短缺,这对开设有城轨类专业的院校提出了更高的要求。

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,我们特组织一批具有丰富教学经验的教师和城轨一线工作人员联合编写本书,针对城轨运营企业的岗位需求,系统全面地阐述了城轨服务礼仪的相关知识。

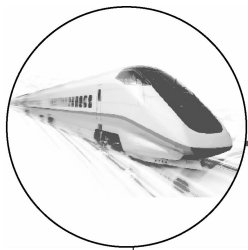
本书的编写,以能力培养为主旨,结合教学实践,在讲解城轨服务礼仪理论知识的同时,增加了实训环节,同时将城轨客运服务过程中的一些案例进行了汇编,以便培养和提高学生解决实际问题及拓展思考的能力。

本书的主要特点如下:

- (1)根据现行标准和规范安排内容,内容讲解透彻全面,去冗从简。
  - (2)特别设置“阅读材料”板块,以拓展学生的知识面。
  - (3)设置了“学习评价”板块,让学生对自己所学的知识有一个全面且客观的评价。
  - (4)单独设置了实训模块,以增强学生对实际服务礼仪的训练。
  - (5)附录中收录了城轨服务常见案例,供学生学习和教师授课使用。
- 本书由杨治东、王桂琴任主编,陈春燕、张芳明、王玮任副主编。编写分工如下:模块1由杨治东编写,模块2至模块4由王玮编写,模块5由王桂琴编写,模块6和模块7由陈春燕编写,模块8和附录由张芳明编写。

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



# 目 录

<b>模块 1 城轨服务礼仪概述</b>	<b>1</b>
<b>学习目标</b>	<b>1</b>
<b>1.1 服务的含义和特征</b>	<b>1</b>
1.1.1 服务的含义	1
1.1.2 服务的特征	2
<b>1.2 礼仪的基础理论知识</b>	<b>2</b>
1.2.1 礼仪的含义	2
1.2.2 礼仪的内容	3
1.2.3 礼仪的分类	4
1.2.4 礼仪的特征	4
1.2.5 礼仪的原则	5
<b>1.3 中西方礼仪的差异</b>	<b>7</b>
1.3.1 从不同方面看中西方礼仪的具体差异	7
1.3.2 中西方礼仪文化呈现出的不同特色	8
1.3.3 中西方礼仪文化差异的成因	9
<b>1.4 城轨服务礼仪的含义和特征</b>	<b>9</b>
1.4.1 城轨服务礼仪的含义	9
1.4.2 城轨服务礼仪的特征	10
<b>1.5 城轨服务礼仪的内容和意义</b>	<b>10</b>
1.5.1 城轨服务礼仪的内容	10
1.5.2 城轨服务礼仪的意义	12
<b>阅读材料</b>	<b>13</b>
<b>学习评价</b>	<b>15</b>
<b>思考与练习</b>	<b>16</b>





**模块 2 城轨客运服务人员的仪容仪表礼仪** 17

学习目标 17

**2.1 仪容仪表礼仪的基础知识** 17

2.1.1 头部 17

2.1.2 面部 18

2.1.3 手部 19

2.1.4 体味 19

**2.2 仪容仪表修饰的原则和要求** 20

2.2.1 仪容仪表修饰的原则 20

2.2.2 仪容仪表修饰的要求 21

**2.3 城轨客运服务人员仪容仪表的具体要求** 24

2.3.1 微笑服务 24

2.3.2 眼神交流 26

阅读材料 30

学习评价 30

思考与练习 31

**模块 3 城轨客运服务人员的举止体态礼仪** 33

学习目标 33

**3.1 站姿礼仪** 33

3.1.1 站姿的基本要领 33

3.1.2 站姿的种类 34

3.1.3 站姿禁忌 35

3.1.4 站姿训练 35

**3.2 坐姿礼仪** 36

3.2.1 坐姿的基本要领 36

3.2.2 坐姿的种类 37

3.2.3 坐姿禁忌 39

3.2.4 坐姿训练 40

**3.3 蹲姿礼仪** 40

3.3.1 蹲姿的基本要领 40

3.3.2 蹲姿的种类 41

3.3.3 蹲姿禁忌 42

3.3.4 蹲姿训练 42

<b>3.4 行姿礼仪</b>	<b>43</b>
3.4.1 行姿的基本要领	43
3.4.2 行姿的种类	44
3.4.3 行姿禁忌	44
3.4.4 行姿训练	45
<b>3.5 指引手势礼仪</b>	<b>45</b>
3.5.1 指引手势的基本要领	45
3.5.2 指引手势的种类	46
3.5.3 指引手势禁忌	48
3.5.4 指引手势训练	48
<b>3.6 递物和接物礼仪</b>	<b>48</b>
3.6.1 递物礼仪	49
3.6.2 接物礼仪	49
阅读材料	50
学习评价	50
思考与练习	51
<b>模块4 城轨客运服务人员的服饰礼仪</b>	<b>53</b>
学习目标	53
<b>4.1 服饰礼仪的基础知识</b>	<b>53</b>
4.1.1 服饰礼仪的作用与影响	53
4.1.2 服饰礼仪的要求	55
4.1.3 服饰礼仪的基本原则与禁忌	56
<b>4.2 男士服饰的穿着规范与禁忌</b>	<b>57</b>
4.2.1 男士西服的穿着规范	57
4.2.2 男士西服的穿着禁忌	58
<b>4.3 女士服饰的选择、穿着规范与禁忌</b>	<b>59</b>
4.3.1 女士职业装的选择	59
4.3.2 女士职业装的穿着规范	59
4.3.3 女士职业装的穿着禁忌	60
<b>4.4 饰品佩戴礼仪</b>	<b>60</b>
4.4.1 饰品佩戴的原则	60
4.4.2 常见饰品的佩戴礼仪	61
阅读材料	62
学习评价	66
思考与练习	67



**模块 5 城轨客运服务人员的语言沟通礼仪** 68

学习目标 68

**5.1 语言沟通礼仪的基础知识** 68

5.1.1 语言沟通礼仪的基本要求 68

5.1.2 语言沟通礼仪的技巧 69

**5.2 语言沟通礼仪的具体要求** 70

5.2.1 会面礼仪 70

5.2.2 电话礼仪 74

5.2.3 交谈礼仪 76

5.2.4 引导礼仪 78

阅读材料 80

学习评价 80

思考与练习 81

**模块 6 城轨客运服务** 83

学习目标 83

**6.1 城轨客运服务的要求** 83

6.1.1 服务的基本要求 83

6.1.2 仪容仪表和着装的要求 84

6.1.3 行为举止和服务用语的要求 85

**6.2 城轨客运服务工作的主要内容** 87

6.2.1 乘客服务中心的服务 87

6.2.2 站厅和站台服务 92

6.2.3 车站应急服务 99

6.2.4 列车司机和车站维修人员服务 101

**6.3 城轨客运服务的技巧** 103

6.3.1 秉承积极的服务态度 103

6.3.2 了解乘客需求 104

6.3.3 避免与乘客发生纠纷 105

6.3.4 化解与乘客之间的矛盾 105

阅读材料 106

学习评价 108

思考与练习 109

<b>模块 7 城轨乘客投诉处理</b>	<b>110</b>
学习目标	110
<b>7.1 城轨乘客投诉的基础知识</b>	<b>110</b>
7.1.1 城轨乘客投诉的分类	110
7.1.2 城轨乘客投诉产生的过程	113
7.1.3 城轨乘客投诉的原因	113
<b>7.2 城轨乘客投诉事件的处理原则</b>	<b>113</b>
7.2.1 安全第一、乘客至上的原则	114
7.2.2 先处理感情、后处理事件的原则	114
7.2.3 不推脱责任的原则	115
7.2.4 包容乘客的原则	116
<b>7.3 城轨乘客投诉的处理技巧</b>	<b>117</b>
7.3.1 用心倾听	117
7.3.2 了解乘客投诉的心理期望	118
7.3.3 真诚道歉	119
7.3.4 协商解决	119
7.3.5 快速采取措施	120
7.3.6 感谢乘客	121
阅读材料	121
学习评价	123
思考与练习	124
<b>模块 8 礼仪实训</b>	<b>125</b>
实训 1 社交情景实训	125
实训 2 面试情景实训	126
实训 3 城轨售票处服务情景实训	128
实训 4 城轨候车大厅服务情景实训	128
实训 5 城轨站台服务情景实训	129
<b>附录</b>	<b>130</b>
附录 1 城轨服务常见案例汇编	130
附录 2 求职面试礼仪	161
<b>参考文献</b>	<b>168</b>





# 模块

# 1

# 城轨服务礼仪概述



## 学习目标

- (1) 了解服务的含义和特征。
- (2) 了解礼仪的含义、内容、分类、特征及原则。
- (3) 熟悉城轨服务礼仪的含义和特征。
- (4) 熟悉城轨服务礼仪的内容。
- (5) 了解城轨服务礼仪的意义。

## 1.1 服务的含义和特征

城轨是一个城市的交通动脉,它的服务水平直观地体现了一个城市服务系统的水平和能力。

### 1.1.1 服务的含义

服务是为了满足顾客需要,通过一定的方式和活动,使顾客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顾客提供的有形产品上完成,也可以在为顾客提供的无形产品上完成。

而具体到城轨服务,则是为了满足乘客出行的需要,在乘客出行发生前、乘客出行过程中、乘客出行结束后提供的有形及无形的产品和活动。这些产品和活动使得乘坐城轨的乘客在完成自身的位移需求外,还能够感受安全性、舒适性、便利性等。

## 1.1.2 服务的特征

与普通的有形产品相比,服务具有无形性、不可存储性、差异性和评价的复杂性等特征。

(1)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,而不具有可视性。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。无形性是服务的最基本特征。

(2)不可存储性。服务产品并不能像有形产品一样可以储存起来,以备将来销售;而是随着服务过程产生和被消费。

(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,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,同一位员工受到激励和缺乏激励时提供给客人的服务也不会一样。

(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。

## 1.2 礼仪的基础理论知识

礼仪是在人类长期社会交往中形成的,是人们在社会交往活动中共同遵守的行为准则和规范,是人类文明的重要标志。

### 1.2.1 礼仪的含义

礼仪是指人们在社会交往中由于受到历史传统、风俗习惯、宗教信仰、时代潮流等因素的影响而形成的,既为人们所认同,又为人们所遵守,以建立和谐关系为目的的各种符合交往要求的行为准则和规范的总和。

从不同的角度,可以对礼仪做出不同的界定。

(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、才华充分展现在人们面前,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种艺术,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,礼仪是人际交往中必须遵守的律己敬人的习俗,也是人际交往中对人表示尊重、友好的习惯做法。

### 1.2.2 礼仪的内容

随着历史的发展、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。在阶级社会中,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,因而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、不同地区、不同民族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,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。我们常把民俗礼仪称为礼俗,它泛指不同文化、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,从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,包括容貌、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。

(5) 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,有些则可以简化。现在的仪式呈现出简化的趋势。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、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。

### 1.2.3 礼仪的分类

按照应用范围和适用对象的不同,礼仪一般可分为政务礼仪、商务礼仪、服务礼仪、社交礼仪和涉外礼仪等几类。

(1) 政务礼仪。政务礼仪是国家公务人员在行使国家权力和管理职能时所必须遵循的礼仪规范。

(2) 商务礼仪。商务礼仪是在商务活动中相互尊重的行为准则。它的核心是用一种行为准则来约束商务活动中的方方面面。它的核心作用是为了体现人与人之间的相互尊重。

(3) 服务礼仪。服务礼仪是指服务行业的从业人员在从事本职工作时应具备的基本素质和应遵守的行为规范。

(4) 社交礼仪。社交礼仪也称为交际礼仪,是指社会各界人士在一般性的、日常性的人际交往中应具备的基本素质和应遵守的道德规范。

(5) 涉外礼仪。涉外礼仪又称为国际礼仪,是指在对外交往中,用以维护自身形象、对对外交往对象表示尊敬与友好的习惯做法。

### 1.2.4 礼仪的特征

现代礼仪主要有以下几项特征:

(1) 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,既包括对他人的尊重又包括对自己的尊重,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。例如,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,这些都体现了人们在日常生活中的文明。总之,礼仪是人们内心文明与外表文明的综合表现。

(2)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。随着社会生产、生存环境和生活形态的变化,礼仪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,每个人都不可避免要参加交际活动,而礼仪正是一门将交际活动导向成功的科学。每个国家、地区或民族的礼仪,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。

(3)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,细心维护。这也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,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。

(4)特定性。礼仪主要适用于交际场合,适用于一般的人际交往与应酬。离开了这个特定的范围,礼仪未必适用。礼仪不是放之四海而皆准的规则,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,甚至差异很大。

(5)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,既有精华又有糟粕。我们的现代礼仪必须要从传统的礼仪中批判地继承,在继承我国古代民族特色礼仪精华的同时,还要注意汲取外国礼仪的合理部分,特别要注意汲取目前通行的当代国际礼仪的一切长处。

(6)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政治、经济、文化、道德等各方面的面貌,如礼宾待遇、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。

(7)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,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。

### 1.2.5 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,需要掌握以下原则:

(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。理解宽容就是说要豁达大度,有气量,不计较和不追究。其具体表现为一种胸襟,一种容纳意识和自控能力。

(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,敬人也是人的品格问题。

(3)自律的原则。自律是礼仪的基础和出发点。学习、应用礼仪,最重要的就是自我要求、自我约束、自我对照、自我反省、自我检查。自律是按照礼仪规范严格要求自己,知道自己该做什么和不该做什么。

(4)遵守的原则。在交际应酬中,每一位参与者都必须自觉、自愿地遵守礼仪,用礼仪去规范自己在交往活动中的言行举止。遵守的原则是对行为主体提出的基本要求,更是人格素质的基本体现。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。应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”。礼仪无论是表示尊敬还是热情都有一个“度”的问题,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。真诚就是在交际过程中做到诚实守信,不虚伪、不做作。交际活动作为人与人之间信息传递、情感交流、思想沟通的过程,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。由于国家、民族、文化背景的不同,需要做到入乡随俗,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,如果不注意禁忌,就会在交际中引起障碍和麻烦。

(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,给予同等程度的待遇。礼仪是在平等的基础上形成的,是一种平等的、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相互之间获得尊重的需求。在交际活动中既要遵守平等的原则,同时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,它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。

## 1.3 中西方礼仪的差异

由于各国的历史与文化底蕴不同,各国人民在交往时的习惯有很大差异。尤其是中西方在礼仪上的差别很大。

### 1.3.1 从不同方面看中西方礼仪的具体差异

在不同方面,中西方礼仪表现出不同的差异。

(1)在称谓或称呼方面,西方人通常是比较笼统的,通常一个称呼可以涵盖我国的很多个称呼。例如,西方人称呼男性为先生,称呼女性为女士或者小姐。而“先生”一词在我国各类词典中的第一解释就是“教师”,是对教师最古老、最悠久的称谓,已经流传了几千年。中华人民共和国成立后,我国熟人之间相互称呼经常在姓名后面加上“同志”一词,如开会的时候,某领导讲话要求“向××同志学习”等。但是,随着改革开放的发展,“先生”已经成为我国社会上最流行的尊称口语。

(2)在见面交往礼节方面,中国人在见面时通常喜欢点点头、握握手或行拱手礼,或者微微欠身然后握手,而西方人觉得欠身似乎显得自卑。在西方,特别是在欧美国家,拥抱礼是十分常见的见面礼与道别礼,亲吻礼和吻手礼也是常见的西方见面礼。这种习惯逐渐演变成今天作为见面和告辞的“握手”礼节,被大多数国家所接受。在我国,握手礼不但在见面和告辞时使用,而且还可以表达祝贺、感谢或相互鼓励,是社交中应用最广泛的致意礼节。见面、道别时的礼貌演变到今天就是“你好”“再见”两个短语,再客气一些的就是再互相握下手。然而,在西方国家,见面则是先送贴面礼、亲吻礼或吻手礼,对于这些,我们国家的人可能很不习惯或不能接受。

(3)在宴客方面,饮酒历来被视为做生意、交朋友等社交场合不可缺少的一环。中国人通常遵循的是酒杯不能空、茶水不能太满;而西方人通常喜欢啤酒、葡萄酒,不喜欢劝酒,他们的行为会随女主人的动作而进行。中国是一个酒文化大国,几千年流传下来的酿酒工艺和人们赋予酒的美好寓意,使饮酒成为中国人宴请宾朋、交际应酬等活动中不可缺少的内容。中华民族博大精深的酒文化也令西方人折服,使他们对中国的白酒满怀好奇,但他们对中国酒桌上的强行劝酒比较反感。就如很多中国人排斥西方人的贴面礼一样。

(4)在禁忌与习俗方面,中国人不喜欢说4,并觉得8非常吉利,而西方人不喜欢13。中国人视4为不吉利,因为4与“死”同音;而在荷兰语中4却是个喜庆的数字,因为与荷兰语“庆祝”一词的发音相近。

(5)中国人通常以登门拜访表现自己的热忱。西方人在拜访前则先要跟主人预约,



忌突然造访;否则,受访者会感到不快,因为这突如其来的拜访打乱了他的工作安排,并给他造成了极大的不便。但对于约好的拜访一般要准时。

(6)中国人见面客套时喜欢问“去哪儿”“吃了吗”等,而西方人却认为这是在侵犯对方的隐私,对此感到很怪异。“吃了吗?”这是中国人在吃饭前后打招呼的常用语。西方人分手时通常说“Good-bye”“Bye-bye”,相当于中国人说“再见”。如有贵客或不太熟的人来访或串门儿,客人离开时,按中国人的习惯,主人要把客人送到房门口或大门口;客人对主人说“请留步”,主人最后要说“走好”“慢走”“慢点儿骑(自行车)”之类的客套话。而西方人则微微一笑并做个表示再见的手势就可以了。

(7)如今,中国人穿着打扮日趋西化,正式场合男女着装已与西方并无差异。

(8)中国人通常会在女官员、女企业家、女学者、女明星等面前遵循女士优先的原则,却很少理会女翻译、女导游、女陪同、女记者等;而西方人对这些人一视同仁。

### 1.3.2 中西方礼仪文化呈现出的不同特色

中西方礼仪文化呈现出各自不同的特色,主要可以归纳为以下两点:

(1)中国传统礼仪文化强调谦虚谨慎,西方则是在得体的基础上强调个体和个人价值。西方人崇拜个人奋斗,尤其为个人取得的成就而自豪,从来不掩饰自己的自信心、荣誉感及获得成就后的喜悦。相反,中国则不主张炫耀个人荣誉,提倡谦虚谨慎,大多反对或蔑视“王婆卖瓜”式的自吹自擂。然而,中国式的自我谦虚或自我否定却常常使西方人大为不满。在西方人看来,这不仅否定了本身,还否定了赞扬者的鉴赏力,甚至有欺骗的嫌疑。可见,这种中国式的谦虚在西方的竞争市场是行不通的。在中国人看来,西方人的思维方式更为简单直接,表现在言语上就是表里如一,即“是”就是“是”,“不是”就是“不是”。

(2)中国传统文化提倡尊卑次序,西方社会提倡自由平等。东方文化等级观念强烈,无论是在组织还是在家庭中,都有一定的辈分等级。尽管传统礼制中的等级制度已被消除,但等级观念至今仍对东方文化产生影响。传统的君臣、父子等级观念在中国人的头脑中仍根深蒂固。例如,父亲在儿子的眼中、教师在学生的眼中有着绝对的权威。而西方大多数国家则更倡导平等观念。特别是在美国,崇尚人人平等。在家庭中,美国人不讲辈分,只要彼此尊重。在家庭成员之间,不分长幼尊卑,一般可互称姓名或昵称。在家里,孩子可以直接叫爸爸、妈妈的名字。对所有的男性长辈都可以称“叔叔”,对所有的女性长辈都可以称“阿姨”。这在我们中国是不行的,必须要分清楚长幼辈分等关系,否则就会被认为不懂礼貌。

### 1.3.3 中西方礼仪文化差异的成因

造成中西方礼仪差异的根本原因是中西方文化环境的不同,这使得各国人民有着不同的道德标准体系和价值观。礼仪是与本土的思想文化相对应的,由于形成礼仪的重要根源——宗教信仰不同,使得世界上信仰不同宗教的人们遵守的礼仪各不相同。张之洞在著名的《劝学篇》里面讲道:“中学为内学,西学为外学;中学治身心,西学应世事。”在礼仪的表现中,西方更多地聚焦在行为、语言上;而中国礼仪在长期历史发展过程中,不仅行为人的语言、行动本身具有话语意义,同时行为的客体还需从行为人的语言、行动中去“悟”出一些东西。东方文明和西方文明都是在一定的社会历史条件下产生和发展的,没有孰优孰劣的问题。就西方文明来说,其居民的流动性很大,众多民族和种族都融合在一起,文化的兼容性很强。他们信奉的西方精神,是在英雄主义和献身精神的基础上建立起来的。

用“和而不同”的态度来对待东西方礼仪文化差异,承认和尊重差异,探寻礼仪文化的互通性,有助于增强对文化差异的敏感性和对其他文化的适应力,从而提高交际效率。认清东西方礼仪文化的差异,并将两者合理有效地融合,方能建立适合中国当代社会的礼仪文化体系,逐步实现和谐社会的理想。

创建和谐社会,必须先从礼仪开始。我国现在面临着前所未有的挑战,无论是物质、精神、文化,还是其他各方面,都急迫地需要一套完整且合理的价值观以进行统一。我国是一个开放的国家,我们需要不断加强国际礼仪交往等知识的学习,向世界人民展示我们的形象。

## 1.4 城轨服务礼仪的含义和特征

作为行业的服务礼仪,城轨服务礼仪有着不同于其他行业的含义和特征。

### 1.4.1 城轨服务礼仪的含义

城轨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。城轨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需严格遵守的行为规范,即轨道交通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。简单地说,城轨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。而城轨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标准、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。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。

### 1.4.2 城轨服务礼仪的特征

城轨服务礼仪除了具有一般服务礼仪的特征外,还具备自身的特征,这些特征也决定了它在服务方面的理念和目标。

(1)规范性。因为城轨服务涉及区域广、服务对象多,不能做到一对一的特色服务,因此需要严格严谨的服务规范作为指导,以确保服务产品的质量和水平。

(2)时效性。快速高效是城轨吸引乘客的一个特征,城轨的服务过程伴随着乘客出行的过程产生,因此,城轨服务人员及设备为乘客提供的服务同样要讲求时效性,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且尽可能让乘客感受到被关心和尊重。

(3)先进性。城轨投资大、建设周期长、运行速度快、运载量大、自动化程度高,并多采用当今世界上最先进的自动控制系统和设施。因此,其设备设施提供的服务也是相对先进的,对于服务礼仪而言,要有先进的服务过程与之匹配。

(4)稳定性。城轨不仅仅是交通运输企业,它作为公共基础设施同样承担了社会责任,它的服务内容和标准会受到社会事件影响。

## 1.5 城轨服务礼仪的内容和意义

### 1.5.1 城轨服务礼仪的内容

运营城轨的目的就是满足乘客的位移需求,城轨企业需要为其提供安全、可靠、快捷、舒适的客运服务。因此,城轨服务的对象就是选择乘坐城轨类交通工具的乘客。乘客乘车

的流程如图 1-1 所示。

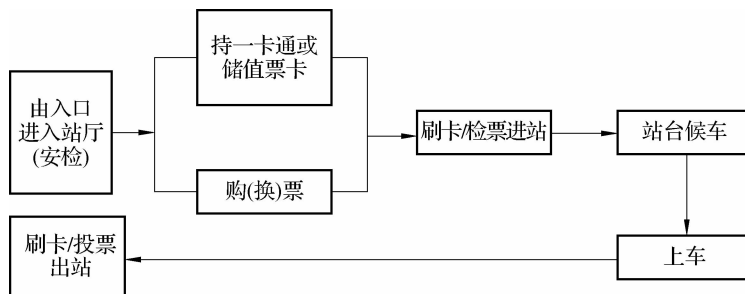


图 1-1 乘客乘车的流程

通过对流程图的分析可以看出,城轨服务礼仪涉及的环节很多,从乘客入站、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,城轨服务礼仪包括的内容很多。

城轨服务礼仪的基本内容包括轨道交通服务人员的职业礼仪、仪容仪表礼仪、服饰礼仪、举止体态礼仪、语言沟通礼仪、客运服务和乘客投诉处理等。

城轨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,制定出城轨运营企业服务质量管理体系和城轨车站客运服务内容,如图 1-2 和图 1-3 所示。

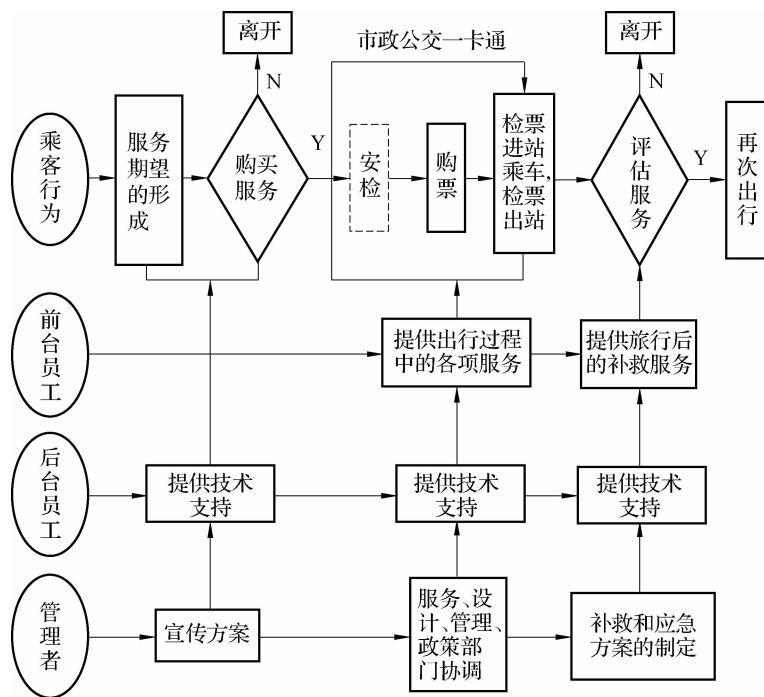


图 1-2 城轨运营企业服务质量管理体系



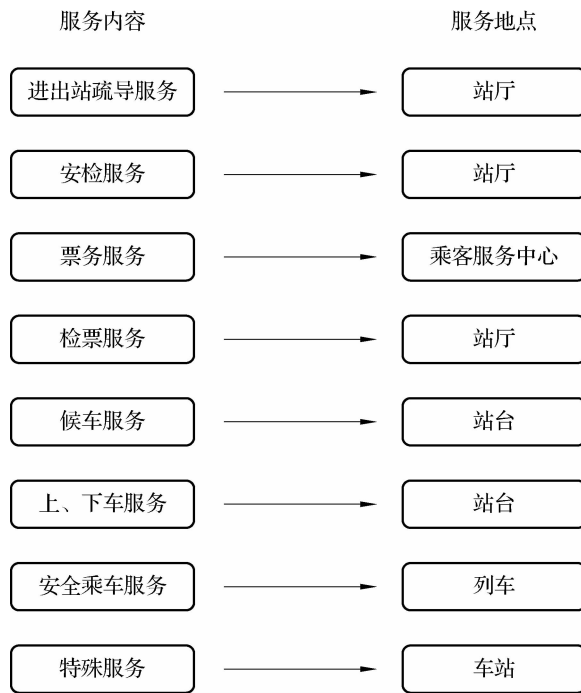


图 1-3 城轨车站客运服务内容

在其中的每个具体环节上,城轨运营企业服务礼仪对于服务人员的工作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。

## 1.5.2 城轨服务礼仪的意义

### 1. 是展示区域、城市形象的窗口

大力发展城轨是解决城市交通拥堵的重要举措,近些年来,我国已有多座城市兴建了自己的轨道交通项目,因此,乘客出行有了更多的选择,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,城轨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。所以,城轨服务礼仪格外重要。

### 2. 提升企业的整体形象

目前,我国多数运营城轨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,优质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。

### 3. 提升企业的吸引力与竞争力

城轨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的人才,以增强企业自身的实力。优质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,这样的结合,能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是有形产品之间的竞争,而更多的是无形服务之间的竞争,企业已经意识到良好的服务可以为其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。服务礼仪也可以给一个企业带来更多的社会效益,它会促使社会更加和谐、世界更加美好。

### 5. 有助于提高服务人员的个人素质与服务质量

城轨服务礼仪作为对服务人员的行为规范,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。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,使服务交往变得更加顺利,让服务对象感觉轻松和愉快。

## 阅读材料

### 三大绝招提升地铁服务<sup>①</sup>

我国城轨正经历从高速发展到高效发展的转型。国外主要大城市地铁服务人性化、精细化、标准化的做法,或许可以为提高我国地铁服务的水平和质量提供借鉴。

#### 1. 人性化体现服务宗旨

在英国伦敦,乘客下火车或下飞机后即可换乘地铁。有的地铁还连着旅馆的后

---

<sup>①</sup> 张向蓉. 三大绝招提升地铁服务[EB/OL](2010-12-19)[2016-02-23]. [http://www.zgjtbt.com/content/2010-12/19/content\\_181444.htm](http://www.zgjtbt.com/content/2010-12/19/content_181444.htm).



门,从旅馆出门就可以搭乘地铁。口袋版的地铁线路图在每个地铁站都可以领取到。在一些复杂的地铁出口处,不仅有由每个出口可到达的街道名称,还有出口外街道的地图。车厢内有老年人和残疾人专座。车内灯光明亮,方便乘客读报、看书。地铁票价根据区间范围的不同而有所差异。

在法国巴黎,地铁线路繁多,但换乘却比较方便,线路按照1~14来编号,并且用不同的车体颜色加以区分。站厅内的指示标志比较完善,较长的换乘通道还设置传送带,以为乘客提供良好的服务。每个车站都有供残障人士使用的升降电梯,几乎每个车站都设有座椅。巴黎地铁的票务系统也充分考虑了多种需求,有单张票、观光票、月票等,还有针对儿童、学生等设置的不同票种。

在日本东京,地铁站内设有升降机,可以将坐轮椅的乘客直接从地面送到地铁站台。银座线、丸之内线等重要线路上行驶的列车,其车厢内还为盲人提供盲文指示图标,方便了残疾人乘坐地铁。地铁列车每节车厢都装有空调,冬天列车的座椅会自动加温,夏天车厢内冷气充足。地铁站内的厕所干净整洁,并免费提供卫生纸。如果乘客需要马桶垫、纸巾等其他卫生用品,可以从厕所内的自动售货机上购买。

### 2. 精细化保障服务质量

在美国纽约,地铁的票制分为许多种,包括7天卡、30天卡、30天快速巴士加地铁卡、一日通票等。65岁以上者还可以享受车票半价的优惠。

伦敦地铁车票也分单程票、往返票、日票、周票和月票等。伦敦地铁还提供优惠票,如周末双日票、节日票、家庭票、学生票等。乘客可通过互联网或电话购买地铁票,而且地铁票一般都和公共汽车联用,有的票还可以用来乘坐轻轨列车。

纽约地铁昼夜不间断运营。列车运行间隔在高峰时为3~5 min,平峰时为10~12 min,零点至凌晨5时为20 min。地铁上都设有播音系统以及地铁线路详图。乘客可在站厅向售票员免费索取地铁线路详图。

### 3. 标准化是发展方向

自1863年英国诞生第一条地铁以来,地铁发展已经有150多年的历史。各国在总结大量进步技术和管理经验的基础上,不断完善地铁客运服务,不仅为乘客提供人性化的服务,还考虑到与环境的和谐,充分利用先进的技术、材料和工艺,从设计、施工到管理建立了比较完整的标准体系,制定了具有法律性质的标准、规程来规范地铁客运服务企业的行为。

城轨服务标准化满足了城轨作为服务业需要建立质量管理体系的要求,是保证城轨服务具有标准公共产品特征的基本手段,能够提高服务质量,降低城轨运营管理成本,并促进城轨装备国产化。

德、法两国都是积极开展服务标准化工作的国家。除积极制定服务标准以外,这两

个国家还积极开展质量认证和监督工作。国外地铁服务标准的发展趋势是：标准的制定、修订能充分反映高新技术在该领域的应用，鼓励新材料、新工艺、信息技术应用于城轨行业；安全、服务、环境保护等方面在标准制定、修订中的地位更加突出。

## 学习评价

学习完本模块后，请根据自己的学习所得，结合下表所列内容进行打分评价。

模块1 学习评价表

评价内容	评价方式			评价等级
	自 评	小组评议	教师评议	
课前预习本模块相关知识、相关资料				A. 充分 B. 一般 C. 不足
了解服务的含义和特征				A. 充分 B. 一般 C. 不足
了解礼仪的含义、内容、分类、特征及原则				A. 充分 B. 一般 C. 不足
熟悉城轨服务礼仪的含义和特征				A. 充分 B. 一般 C. 不足
熟悉城轨服务礼仪的内容				A. 充分 B. 一般 C. 不足
了解城轨服务礼仪的意义				A. 充分 B. 一般 C. 不足
参加教学中的讨论和练习，并积极完成相关任务				A. 充分 B. 一般 C. 不足
善于与同学合作				A. 充分 B. 一般 C. 不足
学习态度，完成作业情况				A. 充分 B. 一般 C. 不足
总评				



## 思考与练习

### 1. 填空题

(1)城轨服务是为了满足乘客\_\_\_\_\_的需要,在乘客出行发生前、乘客出行过程中、乘客出行结束后提供的\_\_\_\_\_及\_\_\_\_\_的产品和活动。

(2)服务的\_\_\_\_\_是指服务的构成成分及质量水平存在不同,很难控制。

(3)\_\_\_\_\_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。

(4)\_\_\_\_\_是城轨吸引乘客的一个特征,城轨的服务过程伴随着乘客出行的过程产生。

(5)目前,我国多数运营城轨线路的企业为政府直接管理,\_\_\_\_\_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。

### 2. 简答题

(1)什么是服务? 服务有哪些特征?

(2)什么是礼仪? 礼仪有哪些特征?

(3)礼仪可分为哪几类?

(4)简述城轨服务礼仪的特征。

(5)城轨服务礼仪的意义是什么?