

基于旅客情感需求视角的空乘客舱服务质量提升策略研究

苏佳

上海民航职业技术学院，上海，200232；

摘要：在当今竞争激烈的航空市场中，提升空乘客舱服务质量已成为航空公司赢得旅客青睐、增强品牌竞争力的关键所在。然而，传统的服务质量提升策略往往侧重于硬件设施的优化和服务流程的标准化，忽视了旅客作为服务主体的情感需求。随着旅客对航空旅行体验要求的日益提升，基于旅客情感需求视角的空乘客舱服务质量提升策略显得尤为重要。本研究旨在深入探讨基于旅客情感需求视角的空乘客舱服务质量提升策略。通过梳理旅客在航空旅行中的情感需求特点，提出针对性的改进建议。期望通过本研究，能够为航空公司提供一套科学、系统的服务质量提升策略，帮助其在激烈的市场竞争中脱颖而出，实现可持续发展。

关键词：旅客；情感需求；空乘客舱；服务质量

Research on the improvement strategy of flight cabin service quality based on the perspective of passengers' emotional needs

Sujia

Shanghai Civil Aviation Vocational and Technical College, Shanghai 200232

Abstract: In today's highly competitive aviation market, improving the quality of cabin service has become the key for airlines to win the favor of passengers and enhance brand competitiveness. However, traditional service quality improvement strategies often focus on the optimization of hardware facilities and standardization of service processes, ignoring the emotional needs of passengers as service subjects. With the increasing requirements of passengers for air travel experience, the improvement strategy of flight cabin service quality based on the perspective of passengers' emotional needs is particularly important. The purpose of this study is to explore the improvement strategy of flight cabin service quality based on the perspective of passengers' emotional needs. By combing the characteristics of passengers' emotional needs in air travel, this paper puts forward some suggestions for improvement. It is expected that this study can provide a set of scientific and systematic service quality improvement strategies for airlines to help them stand out in the fierce market competition and achieve sustainable development.

Key words: passenger; Emotional needs; The flight attendant cabin; Service quality

DOI: 10.69979/3029-2700.24.8.021

旅客的情感需求涵盖了从购票、值机、安检、候机、登机到客舱服务、行李提取等整个旅行链条中的各个环节。这些需求不仅关乎旅客的舒适度与满意度，更直接影响到他们对航空公司的整体印象与忠诚度。因此，航空公司必须转变服务理念，从旅客的情感需求出发，重新审视并优化空乘客舱服务。

1 空乘服务概述

1.1 概念

空乘服务作为航空旅行中不可或缺的一环，其本质是一套规范体系，旨在指导空乘人员在执行飞行任务及为旅客提供服务时，能够展现出高度的专业素养与服务精神。这一服务理念，根植于对德、智、体、美全面发

展的追求，要求空乘人员不仅具备较高的政治素质和法律意识，还需注重礼仪修养，拥有出色的口语表达能力和扎实的英语基础。然而，空乘服务的独特之处，在于其要求从业者必须熟练掌握空中服务的专业知识和基本技能，这是其他服务行业所无法比拟的。空乘服务作为一套行为规范，贯穿于整个航空服务的始终，它既是空乘人员的服务标准，也是其行为准则。在服务过程中，空乘人员需严格遵守职业道德，展现出强烈的服务意识，同时，还需具备出色的公关、协调及灵活应变能力，以应对各种突发状况。此外，针对旅途中可能遇到的个别服务及特殊服务需求，空乘服务礼仪还制定了专门的规范要求，以确保每一位旅客都能享受到贴心、周到的服务体验。因此，空乘服务不仅是空乘人员的基本职责，

更是提升航空服务质量、塑造航空公司良好形象的关键因素^[1]。

1.2 意义

空乘人员作为航空公司的直接面向旅客的窗口，其专业化的职业素养与规范化的服务技能，无疑成为衡量航空公司整体服务水平的重要标尺。他们不仅是航空公司对外的形象大使，更是连接航空公司与旅客情感的桥梁。优质的空乘服务，不仅仅是简单的微笑与问候，它更深层次地体现了航空公司对旅客的尊重与关怀，是航空公司核心价值观的直观展现。在此基础上，空乘服务的质量成为打造优势航空服务品牌的关键所在。通过不断优化空乘服务流程，提升空乘人员的服务技能与应变能力，航空公司能够进一步推进航空服务水平的全面提升，从而增强旅客的满意度与忠诚度。这种由内而外的服务升级，不仅有助于塑造航空公司良好的社会形象，更能再激烈的市场竞争中脱颖而出，为公司赢得更多的社会经济效益，实现可持续发展。

2 空乘服务礼仪分析

2.1 谈吐礼仪

在空乘服务的广阔领域中，与乘客的有效沟通占据着举足轻重的地位，而谈吐礼仪则是这一互动过程中不可或缺的润滑剂。空乘人员作为航空公司形象的直接体现，其言谈举止不仅关乎个人职业素养，更深刻影响着乘客的整体服务体验。因此，掌握并运用良好的谈吐礼仪，对于空乘人员而言，是一项至关重要的能力。

在谈吐礼仪的实践中，空乘人员需首先展现出亲和力的魅力，通过话语间流露出的温暖与关怀，营造出一种轻松愉悦的沟通氛围^[2]。交谈时，保持微笑与温和的目光接触，是对乘客尊重与重视的直接表达，能够迅速拉近双方的心理距离。同时，语气的自然大方、精神饱满以及语速的适中，是空乘人员传递专业与耐心的重要载体，它们共同作用于乘客的听觉感受，使乘客感受到被重视与呵护。此外，空乘人员在语言表述上亦需精益求精。简洁明了的语言，既体现了空乘人员的专业素养，也便于乘客理解；语意的完整性则确保了沟通的准确性，避免了因信息遗漏或误解而产生的误会。空乘人员需充分照顾乘客的情绪，给予其充分表达问题与意见的空间，这不仅是对乘客主体地位的尊重，也是实现有效沟通的关键所在。在沟通过程中，空乘人员还可以通过微笑、

点头等肢体语言，表达对乘客观点的认同与理解，从而进一步提升乘客的信任感与满意度，为空乘人员后续服务工作的顺利开展奠定坚实的基础^[3]。

2.2 形象礼仪

空乘人员的形象礼仪作为航空公司形象塑造的关键一环，其重要性不言而喻。乘客在踏上航班的那一刻起，空乘人员的外在形象便成为他们最直观、最深刻的视觉体验，直接关联着航空公司的品牌形象与服务质量。

形象礼仪的塑造涵盖了容貌、仪态、服饰以及个人卫生等多个维度。在容貌方面，空乘人员需依据航空公司的相关规定，精心打理发型，确保整洁有序，同时，妆容的选择也需得体大方，既要突出职业特色，又要避免过于浓艳或夸张，如避免使用亮彩色或颜色不健康的口红，以免给乘客带来不适。在服饰上，空乘人员需统一着装，保持整洁与规范，通过专业的制服展现出航空公司的专业形象与团队精神。个人卫生方面，空乘人员需时刻保持手部的清洁与指甲的整洁，这不仅是对乘客健康的负责，也是个人职业素养的体现。在服务过程中，若妆容出现破损，空乘人员需及时在私密空间进行补妆，确保始终以最佳的精神面貌呈现在乘客面前，但切记不可在乘客面前补妆，以免破坏服务的专业性与严肃性^[4]。

2.3 行为礼仪

空乘人员的行为礼仪是衡量航空公司服务水平的重要标尺，它不仅关乎个人职业素养，更直接反映着航空公司的整体形象与文化底蕴。在行为礼仪的塑造上，空乘人员需具备良好的个人修养与行为礼貌，这体现在日常工作的每一个细节中。例如，在工作区域进行服务操作时，若遇领导、同事或乘客，空乘人员应主动微笑问好并礼貌驻足让道，这一行为不仅体现了个人素质，更彰显了航空公司内部良好的礼仪风气与团队协作精神。

3 基于旅客情感需求视角的空乘客舱服务质量提升策略

3.1 客舱服务

在现代航空业中，基于旅客情感需求的客舱服务质量提升已成为航空公司增强竞争力、提升乘客满意度的关键策略之一。其中，个性化服务作为核心要素，正逐步重塑航空服务的内涵与外延。个性化服务是通过定制化设计，精准对接特定个体或群体的独特需求，从而在

服务层面实现深度契合与情感共鸣。

航空公司要实施个性化客舱服务，首要任务是细化旅客类型，构建精细化的旅客画像。这包括但不限于年龄、性别、职业、旅行目的、偏好等多维度信息，以此为基础，设计出针对性的服务方案。例如，针对儿童旅客，航空公司可推出“亲子乐园”服务，不仅提供儿童餐食、玩具等硬件设施，还可安排专门的儿童陪伴服务，营造温馨、趣味的飞行环境；对于孕妇旅客，则可设立“安心旅程”服务，提供优先登机、舒适座椅、孕期营养餐等贴心服务，确保旅途中的安全与舒适。新加坡航空公司推出的“提前订餐”服务，便是个性化服务的典范。该服务不仅满足了旅客对食物特殊需求的精准对接，如素食、无麸质、低盐等，还通过提前预订的方式，有效提升了餐食准备的效率与质量，减少了机上服务的不确定性。更重要的是，这一服务策略还巧妙地将个性化需求与商业效益相结合，既提升了乘客体验，又通过增值服务增加了收入来源，实现了双赢。个性化服务的实施要求航空公司具备强大的数据分析与预测能力。通过对历史服务数据的深度挖掘，航空公司能够识别出不同旅客群体的典型需求与偏好，进而在设计服务方式、服务技巧乃至服务产品时，更加精准地把握市场脉搏，实现服务的持续优化与创新。例如，通过分析旅客的旅行频率、舱位选择、机上消费等行为数据，航空公司可预测其未来可能的服务需求，提前布局，提供更加个性化、差异化的服务体验^[5]。

3.2 机场服务流程

在航空旅行体验中，机场服务流程作为旅客接触航空公司的首个环节，其质量与效率直接关系到旅客的整体满意度与忠诚度。基于旅客情感需求视角，优化机场服务流程，特别是通过个性化服务策略，成为航空公司提升服务质量、增强竞争力的关键举措。

对于占比较大的普通旅客群体，他们普遍追求的是手续办理的快速、简洁与便利。为此，航空公司应致力于流程的精简与自助化升级，以科技赋能，减少旅客的时间成本。例如，通过整合保险购买与乘机手续，实现一站式办理，既简化了流程，又避免了信息的重复录入，提升了效率。同时，利用智能设备，如自助值机机、人脸识别安检通道等，进一步缩短旅客的等待时间，使机场服务更加人性化、便捷化。此外，航空公司还应关注信息的透明度，通过APP、网站等渠道，提供详尽的航

班动态、登机口信息等，让旅客能够随时掌握行程状态，减少焦虑感。

而对于商务、政务等特殊旅客群体，他们的需求则更加多元化、个性化。这类旅客往往对时间管理有着极高的要求，且期望在旅途中也能保持高效的工作状态。因此，航空公司在设计服务流程时，需充分考量其个性化需求，提供定制化的服务方案。比如，针对商务旅客，可推出会议预约服务，与机场内的商务中心合作，为旅客提供临时办公空间、视频会议设施等，确保商务活动不受旅行影响。对于政务旅客，则可提供专属的接送服务，包括车辆预约、贵宾休息室使用等，以彰显尊贵身份，提升旅行体验。此外，考虑到这类旅客对餐饮品质的高要求，航空公司可与机场内的高端餐饮品牌合作，提供多样化的餐饮选择，包括健康轻食、特色菜肴等，满足旅客的味蕾需求。在实施机场服务流程的过程中，航空公司还需注重数据的收集与分析，通过旅客的行为数据、反馈信息等，不断优化服务流程，提升服务精准度。同时，加强员工培训，提升员工的服务意识与专业能力，确保个性化服务能够得到有效执行，真正让旅客感受到航空公司的关怀与尊重^[6]。

3.3 布局设计

在航空旅行中，旅客的情感需求日益成为影响服务体验的关键因素。为了全面提升空乘客舱及机场服务的质量，航空公司必须从旅客的角度出发，精心设计机场的商业区布局，以个性化、人性化的服务理念，满足旅客多样化的需求，进而增强旅客的满意度与忠诚度。布局设计作为提升服务体验的重要手段，其核心理念在于根据旅客的行为模式与情感需求，合理规划机场的商业空间。在具体实践中，航空公司可灵活运用集中型与分散式两种布局策略，以实现商业区与旅客需求的精准对接。

对于人流密集区域，如候机大厅、到港出口等，旅客往往拥有较长的等待时间，且处于相对放松的状态，对休闲娱乐、购物消费的需求较为强烈。因此，在这些区域，航空公司应采用集中型的商业布局设计，精心规划购物、餐饮、娱乐等多种业态的商业店铺，形成丰富多元的商业集群。这不仅能为旅客提供丰富的消费选择，还能营造出轻松愉悦的氛围，有效缓解旅客的等待焦虑，提升整体的旅行体验。同时，商业店铺的集中布局也有助于形成规模效应，吸引更多品牌入驻，提升机场的商

业价值。相比之下，在人流相对分散的区域，如休息区、出入口等，旅客的流动性较大，停留时间较短，且大多以功能性需求为主，对购物消费的兴趣相对较低。因此，在这些区域，航空公司应采用分散式的设计策略，以自动贩卖机、小型便利店等灵活便捷的购物形式为主，满足旅客的基本购物需求。这种设计既避免了商业空间的浪费，又能确保旅客在需要时能够轻松获取所需商品，体现了航空公司对旅客需求的细致入微的关怀^[7]。在实施布局设计的过程中，航空公司还需注重细节的优化与创新。例如，在商业店铺的选品上，应充分考虑旅客的多元化需求，引入特色商品、地方特产等，增强购物的吸引力；在店铺的装修风格与氛围营造上，也应与机场的整体风格相协调，营造出和谐统一的视觉效果。

4 结束语

通过对基于旅客情感需求视角的空乘客舱服务质量提升策略的深入研究，我们不难发现，旅客的情感需求是航空服务中不可或缺的一环。只有真正理解和满足旅客的情感需求，航空公司才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。本研究提出的策略建议，不仅有助于航空公司提升空乘客舱服务质量，还能增强旅客的满意度与忠诚度，为航空公司的长远发展奠定坚实基础。然而，

服务质量的提升是一个持续的过程，需要航空公司不断关注旅客需求的变化，及时调整服务策略，以提供更加个性化、人性化的服务体验。

参考文献

- [1] 龚燕飞. 基于提升乘客满意度的民航餐饮服务探析[J]. 食品与机械, 2024, 40(06): 245.
 - [2] 尉壮壮. 浅析客舱广播的语言特征与播音技巧[J]. 新闻传播, 2023, (22): 103-105.
 - [3] 于振兴. 民航客舱服务现状与质量提升举措[J]. 北京工业职业技术学院学报, 2023, 22(01): 112-115.
 - [4] 沈巧. 加强客舱安全建设提升服务标准化水平[J]. 中国标准化, 2021, (20): 58-60.
 - [5] 张薇. 乘务礼仪对提高客舱服务质量的作用[J]. 营销界, 2021, (34): 106-107.
 - [6] 王隽涵. 空乘服务礼仪及航空个性化服务策略[J]. 中国航务周刊, 2021, (31): 56-57.
 - [7] 尹绪彪. 航空公司客舱言语交际中的问题及解决对策研究[J]. 文化创新比较研究, 2020, 4(20): 153-155.
- 作者简介：苏佳（1983.1-）女，汉，上海，硕士，讲师，研究方向：民航，空中乘务；