
乘兴而来 尽兴而归

——大兴机场人文机场模型及体系建设

一、项目简介

“四型机场”的提出契合新时代民航发展趋势，“人文”是基本功能，应“充分体现人文关怀，富有文化底蕴和价值品位”。在我国民航业快速发展的背景下，旅客对机场的需求从单一的交通属性逐步向多元化、个性化发展。但人文机场建设并没有固定模式，这是摆在机场人面前全新的课题。大兴机场以“人文”内涵为出发点，从理念体系、产品体系、管理体系三个方面探索构建人文机场建设模型，支撑人文机场体系建设和可持续发展。

自投运以来，大兴机场人文机场建设模型应用已初现成效，1月ACI旅客满意度5分，在线旅客满意度处于行业前列，民航局通报大兴机场投诉0起，落地17项亮点服务产品，收获旅客表扬666条，旅客点赞307条，大兴机场通过持续总结优化人文机场建设模型，以期为人文机场建设提供借鉴和参考。

二、大兴机场人文机场模型及体系建设

1. 人文机场建设模型

构建完善完备的建设模型是支撑人文机场建设不断提

升、持续发展的有效途径和有力保障。大兴机场深入贯彻“人民航空为人民”的行业宗旨，构建理念体系、产品体系和管理体系相互支撑的人文机场建设模型。提炼航空场景下的人文内涵和人文理念，形成具有大兴机场基因的理念体系。打造服务产品体系，支撑“赋智能 行至简”、“享食尚 购精彩”、“阅中国 越世界”、“情至真 礼至善”的多元出行体验。借鉴安全管理体系（SMS）的建设经验，以“以客户为中心、服务质量零缺陷”为服务管理理念，把握“关口前移，第一次把事情做对”的核心要义，从服务需求、服务设计、质量管控、服务文化四个维度搭建良性循环的客户服务管理体系（CSMS）。

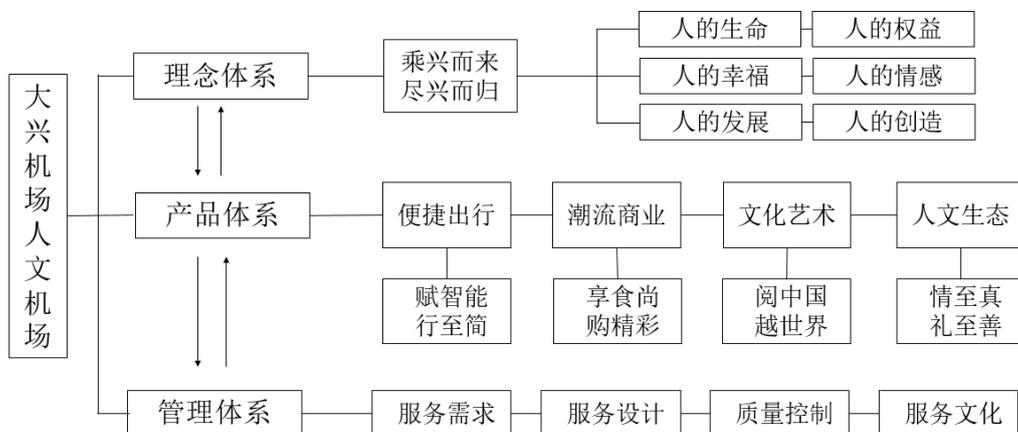


图 1 大兴机场人文机场模型

2. 机场人文内涵及理念

中国传统文化源远流长、博大精深，人文精神是它主要、鲜明的特征之一。在我国，“人文”一词最早可考于群书之

首《易经》：“观乎天文，以察时变；观乎人文，以化成天下。”孔孟之道注重“仁者爱人”，既关注个人德行修养，又成就他人、兼济天下。荀子提出的“人为天下贵”，强调人在天地中的地位。纵观古今，“人文”就是“重视人的文化”。

伴随着中国近现代社会发展，人文内涵也在不断深化。从毛泽东提出“为人民服务”到习近平新时代中国特色社会主义思想，要“永远把人民对美好生活的向往作为奋斗目标”。2016年冯正霖局长接受采访时强调“人民航空为人民”，“要在解决问题的过程中把困难留给自己，把方便让给群众、留给旅客”，也为航空场景下的人文体现定下了基调。而“人文”再进一步切分至机场场景下，又呈现出场景化的具象含义。

在我国民航业快速发展的背景下，旅客对机场的需求从单一的交通属性逐步向多元化、个性化、差异化发展。大兴机场从旅客基础出行需要入手，不断深入研究品质生活需要、情感归属需要和自我实现需要，进一步解读人文内涵。

（1）珍爱人的生命

采取一切措施，防控可能影响旅客人身安全的风险，从医疗救助、人体器官运输等各方面坚持人道主义原则，实现第一时间救助，打通生命优先绿色通道，持续开展医疗救护培训，倡导“人人帮扶”。

（2）保障人的权益

保障旅客基本出行权益，确保安全顺畅抵离。同时顾及特殊旅客、军人、院士等群体权益。确保所有旅客有尊严、无障碍的出行。

(3) 追求人的幸福

始终将满足旅客在机场的高品质出行和美好生活向往作为我们追求的目标。为旅客打造高效便捷的出行模式，提供个性化、定制化的出行服务，并从吃、住、行、游、购、娱等各方面努力创建一个集结美好生活元素的新空间，不断创新完善，确保旅客的持续获得。

(4) 关注人的情感

旅客在机场出发、到达、相聚、离别，关注旅客在机场场景内的特定情感诉求。同时剥离旅客标签，看到每一位旅客在社会中和家庭里的多重身份，关照旅客多重身份下的情感诉求，强调真情传递，引发情感共鸣，创造生命感动，传导正能量，形成正激励，引导树立美好信念，实现生命价值和理想追求。

(5) 支持人的发展

利用在机场驻足停留的时间，为旅客自我实现需要提供更多可能性，让旅客在机场空间内可以参与，可以创造，可以探索，可以发挥潜能。为员工创造良好的工作环境，给予全面的职业发展支持，不断自我提升，推动自我实现。

(6) 珍视人的创造

尊重人类创造的物质文明和精神文明成果，弘扬中华民族传统文化，兼容世界文明，传播积极正面的多元文化；依托科学和科技发展，积极应用最新技术，发挥“科技向善”的引导作用，让旅客在机场感受到人类文明的力量。

通过机场场景下人文内涵分析，大兴机场人文理念及服务愿景呼之欲出。大兴机场始终以人民美好生活向往为中心，以真情服务为基础，以人本设计为主线，以文化浸润为依托，通过实践“爱人如己、爱己达人”的人文情怀，让每一位旅客“乘兴而来、尽兴而归”，在抵离机场全过程都能收获难以忘怀的安全顺畅、便捷高效、贴心愉悦的中国服务新体验。

3. 客户服务管理体系（CSMS）

大兴机场客户服务管理体系（CSMS）通过对服务需求多渠道、多维度、多视角收集和科学化、精细化、智能化分析管理，推进服务供给侧改革，设计推出精准匹配服务需求的服务产品体系，通过建立有效的服务标准、服务评估、服务改进体系，对服务产品实施质量管控，并最终通过服务文化的提炼、培育和引领，依托活跃的员工队伍和跨组织边界的服务平台，实现持续改进与提升。通过这一闭环服务体系的不断循环升级，逐步形成一个良性循环、动态完善的服务生态系统，逐步实现从满足旅客需求到超越旅客期待。

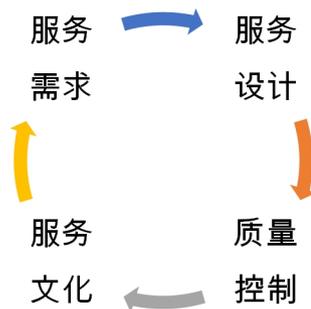


图2 大兴机场客户服务管理体系（CSMS）

（1）服务需求

在自媒体、大数据、人工智能等新技术广泛应用的年代，需要构建紧密的客户关系，精准洞察客户需求，吸引多方协同创新，才能在新消费时代掌握主动。大兴机场将尝试通过开展专业服务调查、跟进行业前沿趋势、构建高水平专家智库、打造亲密式旅客联盟等举措，逐步实现迅速对接满足旅客需求、精准分析引导旅客需求、科学预测创造旅客需求。

（2）服务设计

以“乘兴而来、尽兴而归”人文理念为核心，大兴机场正在积极探索实践，为旅客提供全流程、无断点、强感知的服务解决方案。大兴机场力争通过规划布局科技赋能的出行服务产品、活力丰富的商业产品和多元包容的文化产品，构建立体全面的服务产品体系，让旅客能够线上线下掌控出行，最终达成旅客满意、实现旅客感动、创造旅客价值。

（3）质量控制

“以客户为中心、服务质量零缺陷”、“关口前移，第一次把事情做对”是保障旅客体验的关键所在，大兴机场将通

过构建支撑旅客体验的标准体系、科学评估质量的评价体系和闭环有效的改进体系，实现服务管理关键节点的顺畅衔接和服务产品的质量管控，确保旅客持续获得。

（4）服务文化

人员是服务的关键要素，服务文化要持续发挥其培育人和凝聚人的作用。大兴机场以传统文化精髓、中国服务内涵、人文理念为精神源头，以“爱人如己、爱己达人”为核心取向，探索通过服务体系建设、服务队伍培养、协作平台搭建，做到培养好服务旅客的人、管理好服务旅客的人、服务好服务旅客的人，让员工成为需求洞察者、质量监察员、服务设计师、产品体验官和人文代言人。通过培养员工内生服务动力，实现中国服务真情传递。

三、人文机场建设初现成效

从旅客角度来说，人文机场建设成败关键在于服务产品是否能够满足旅客需求。大兴机场紧跟行业发展趋势，引入“定边界、画蓝图、找触点、造峰终”的产品设计模型和方法论，不断实践探索，逐步完善丰富现有服务产品体系。



图3 大兴机场服务产品设计模型

1. “赋智能、行至简”便捷出行

数字化转型是进入智能社会的必由之路，目前交通行业

整体数字化水平偏低。因此，数字化转型、推进智能应用，是解决传统机场服务痛点的关键。推动“家门到舱门”出行服务升级，让出行变得更简单，让旅客获得最大出行便利、最佳出行体验。

大兴机场在规划设计之初，就已着手布局科技出行，并在此基础上，多维度延展丰富“出行便捷”的内涵。流程优化方面，大兴机场将不断推进综合交通一体化、拓展城市航站楼服务、开发空地联运产品、全方位提升中转品质，确保旅客顺畅抵离。智慧出行方面，将通过推进全流程自助服务、无纸化出行、行李全流程跟踪、线上线下服务信息智能载体，逐步实现“端到端”的智慧出行。



图4 草桥城市航站楼



图5 停车机器人



2. “享食尚 购精彩”潮流商业

80 后、90 后成为消费主力，“千禧一代”登上消费舞台；消费场景革命，带来对空间感、体验感的追求；用户端的消费升级刺激餐饮零售行业升级等一系列消费结构的快速变化使得机场商业必须迅速顺势调整，把握时代机遇。

大兴机场以客户为中心，以创造商圈经济价值、社会价值、文化价值为导向，全面升级商业空间、商圈品质、客户体验、协作共赢，沉淀“在顾客要求之前服务，在职责范围之外服务，在旅客需求之上服务”的利他主义商业文化，实现“兴所见，心所向”的商业愿景，探索逐步达成旅客“所得即所需”、“所见即所想”和“可遇不可求”的需求满足三层次。提供令人耳目一新，创造价值，留下美好回忆的商业服务愉悦新体验。

通过布局大量优质大众消费餐饮品牌、国际知名餐饮品牌和网红新锐品牌，提升业态丰富性，且所有店面实现同城同质同价和明厨亮灶，力争为旅客创造实惠、放心、愉悦的用餐环境，开启“舌尖之旅”。

通过逐步落地大牌精选、智能产品、亲子童趣等主题商业区，并尝试引进新锐业态和文创体验项目，力争满足航空场景下的旅客社交需求，打造机场内的“购物天堂”。

通过逐步搭建机场网上商城和机场会员平台，深耕个性

场景应用，促进机场内、外部资源的流动互换，运用智能技术突破机场商业边界，实现权益多方叠加的“会员+”模式，构筑“指尖商城”。精准定位受众、打造更具吸引力的线下营销活动，提升营销效果，带动商圈效益提升。



图8 机场商业业态



图9 同城同质同价（左） 商业营销（右）

3. “阅中国 越世界”文化艺术

持续挖掘机场场景的人文表现力，提升航站楼等主体建

筑和相关设施的人文内涵，充分体现行业文化、地域特色，不忘本来、吸收外来、面向未来，彰显信仰之美、崇高之美、和谐之美，致敬中华优秀传统文化，展示当代中国风貌，成为传播中华文化艺术、增进世界文化交流舞台和社会美育平台。

在建筑文化表达方面，大兴机场持续深化五指廊主题园林内文化景观和互动体验设计，并依据机场地理位置特点，打造中轴线特色景观，塑造“一线一城”概念。

在文化艺术景观方面，本着功能性、艺术性相统一的原则，大兴机场更加注重绿植景观设计，并分步部署公共艺术设施，力争为旅客提供“一步一景、人在景中、景为人生、景随人动”的观景新体验。

在文化互动体验方面，大兴机场积极探索同专业机构开展战略合作，丰富机场文化元素，并尝试借助新技术手段，创新文化表达方式，推动沉浸式数码文化体验落地。邀请专业团队，开展符合节日调性的文化演出，烘托节日氛围。

在特色文化产品方面，大兴机场基于自身文化资源，将重点开发定制化的文化服务产品，着力打造“机场内的小旅行”，让机场不仅是出行始发站，更是旅行目的地。



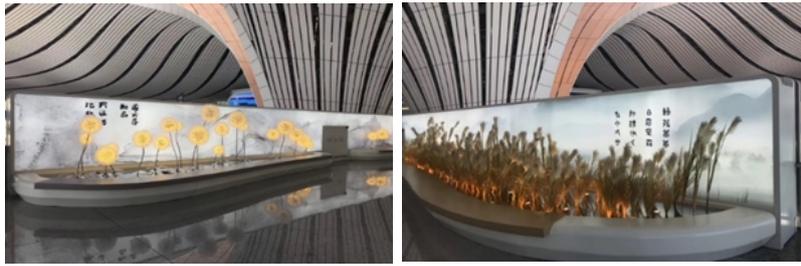


图 10 人文景观

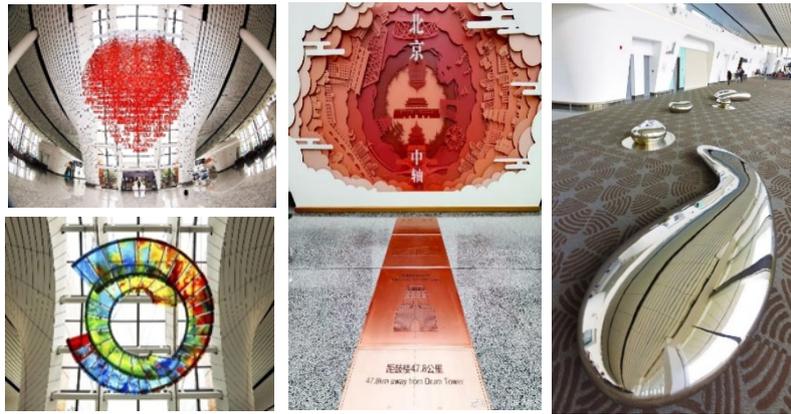


图 11 公共艺术设施



图 12 新年音乐会（左）“唐风宋舞”小年演出（右）

4. “情至真 礼至善”人文生态

以传统文化精髓、中国服务内涵、特色人文理念为精神源头，打造“爱人如己 爱己达人”的服务文化，让人文关怀贯穿始终，将机场建设成为有活力有温度的温馨港湾，共创具有大兴机场基因的服务生态。

旅客关怀方面，突出人本设计，彰显人文关怀。以“生

命至上”为原则，建立健全旅客急救保障机制，打通机场“生命绿色通道”，确保“第一时间救助”。解决特殊旅客出行痛点，形成“兴”心相印爱心服务品牌。优化服务空间功能设置，开发定制类服务产品，力争满足旅客多样化需求。

员工关怀方面，从“播种、萌芽、生长、开花、结果”进行服务文化涵养，形成服务生态效应，让服务发自内心。以仪式感为核心，深化服务文化感知，打造“爱人如己 爱己达人”的知觉环境，提高员工对服务文化的吸收度；以使命感为核心，完善驻场员工养成，丰富员工体验形式及渠道，推动服务培训系统化建设，促进员工碎片化学习；以参与感为核心，发挥驻场员工创意，多维度开展一线员工主题活动，发挥基层智慧，提升员工参与感、荣誉感；以认同感为核心，增强驻场员工关爱，通过员工激励与员工关爱，促进员工认同自身角色价值与使命，提升员工内驱力。



图 13 “兴”心相印爱心服务



图 14 志愿者服务（左） 服务设计师、产品体验官主题活动（右）

四、 结束语

大兴机场人文机场建设秉承“人民航空为人民”的行业宗旨，“一切从旅客的出行体验出发”，坚持以人为本，文化引领。大兴机场将持续推进人文机场系统性建设，打造践行真情服务、弘扬人文精神、彰显文化自信的新国门形象，全面展示“中国服务”的时代风采和品牌力量。

北京大兴国际机场服务品质部