



面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果

旅游服务礼仪

Tourism Service Etiquette

■ 主编 孙素 陈萍



 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

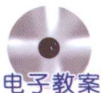
责任编辑：张慧峰

封面设计：广通文化



面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果

- 旅游学概论
- 旅游公共关系
- 旅游心理学
- 旅游资源概论
- 旅游法规教程
- 中国旅游地理
- 中国旅游文化
- 前厅客房服务与管理
- **旅游服务礼仪**
- 旅游经济学
- 旅游市场营销
- 导游实务
- 旅游景区管理
- 饭店管理概论
- 客源国（地区）概况
- 旅行社经营与管理
- 餐饮服务与管理
- 旅游电子商务
- 旅游管理信息系统
- 旅游企业会计
- 旅游英语
- 中外民俗
- 旅游财务管理实务
- 饭店财务管理
- 饭店人力资源管理
- 现代餐饮营销
- 旅游美学基础
- 饭店前厅管理与服务
- 饭店客房管理与服务
- 康乐服务与管理
- 景区规划与开发
- 饭店服务英语
- 食品营养与卫生
- 中国饮食文化概论



免费电子教案下载地址
www.bitpress.com.cn

ISBN 978-7-5640-3527-3



9 787564 035273 >

定价：36.00元

参考文献

- [1] 钟敬文. 中国礼仪全书 [M]. 2版. 合肥: 安徽科技大学出版社, 2001.
- [2] 何浩然. 中外礼仪 [M]. 大连: 东北财经大学出版社, 2001.
- [3] 舒伯阳, 刘名检. 旅游实用礼貌礼仪 [M]. 天津: 南开大学出版社, 2001.
- [4] 陆永庆, 王春林. 旅游交际礼仪 [M]. 大连: 东北财经大学出版社, 2001.
- [5] 王希, 牟红. 旅游实用礼宾礼仪 [M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2002.
- [6] 秦启文. 现代公关礼仪 [M]. 重庆: 西南大学出版社, 1996.
- [7] 陈刚平, 周晓梅. 旅游社交礼仪 [M]. 北京: 旅游教育出版社, 2000.
- [8] 朱立安. 国际礼仪 [M]. 广州: 南方日报出版社, 2001.
- [9] 林晓娴. 规范礼仪必读 [M]. 北京: 中国商业出版社, 2001.
- [10] 刘小清. 现代营销礼仪 [M]. 大连: 东北财经大学出版社, 2002.
- [11] 王水华. 公关与商务礼仪 [M]. 南京: 东南大学出版社, 2001.
- [12] 李鸿军. 交际礼仪学 [M]. 武昌: 华中理工大学出版社, 1997.
- [13] 王继平. 服饰文化学 [M]. 武昌: 华中理工大学出版社, 1998.
- [14] 张怡. 涉外礼仪与技巧 [M]. 北京: 中国纺织大学出版社, 1999.
- [15] 李柳缤. 商务礼仪 [M]. 北京: 中国商业出版社, 1996.
- [16] 李兴国. 现代商务礼仪 [M]. 哈尔滨: 黑龙江科学技术出版社, 1998.
- [17] 侯宪举, 周俊安. 实用中外礼仪 [M]. 西安: 西安交通大学出版社, 1989.
- [18] 高世杰. 新编国际礼仪手册 [M]. 北京: 中国妇女出版社, 1995.
- [19] 黄治华, 荆瑜, 祝丹. 现代礼仪与习俗 [M]. 重庆: 重庆大学出版社, 1992.
- [20] 李兴民. 现代公共关系与礼仪 [M]. 成都: 电子科技大学出版社, 1994.
- [21] 秦启文. 现代公关礼仪 [M]. 重庆: 西南师范大学出版社, 1994.
- [22] 杨淑华. 世界习俗面面观 [M]. 北京: 中国国际广播出版社, 1990.
- [23] 赵景年. 商业服务礼仪 [M]. 2版. 北京: 中国商业出版社, 2000.



面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果

... 高等学校... 课程改革... 研究成果... 旅游服务礼仪... 孙素 陈萍... 孟晓虹... 田丽娜 杨慧

旅游服务礼仪

Tourism Service Etiquette

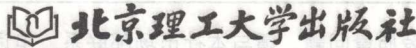
主编 孙素 陈萍

副主编 孟晓虹

参编 田丽娜 杨慧

8. 0105... 北京理工大学出版社... 2010.8

ISBN 7-302-22222-2
 I·261.2
 北京理工大学出版社
 地址：北京市海淀区中关村大街58号
 邮编：100081
 电话：(010) 88250000
 网址：http://www.bitpress.com.cn
 发行：全国各地新华书店
 印刷：北京中印伟业印刷有限公司
 尺寸：185mm×260mm
 印张：15.2
 字数：310千字
 定价：38.00元



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

08824888 (010)

· 内容提要

本书从专业的角度阐述了旅游服务礼仪的基本理论,并结合各个具体方面的实际情况,有针对性地进行讲解,以期提高旅游从业人员的基本技能。本书注重我国传统礼仪与现代国际礼仪的结合以及实践与理论相结合,可操作性强。

本书共十章,包括绪论、旅游工作者的仪表礼仪、旅游社交的语言礼仪、其他旅游社交礼仪、酒店服务礼仪、旅行社服务礼仪、宗教礼仪、我国少数民族礼仪及习俗、我国主要旅游客源国与目的地国家和地区的习俗礼仪、出入境礼仪及规范。同时还附有《中国饭店行业服务礼仪规范(试行)》。本书以启发式的方式培养学生发现问题、分析问题和解决问题的能力。在各章的结尾还设置了与本章节重点、难点知识相关的思考习题,以期达到培养、提高学生综合能力的目的。

本教材既可以作为高等院校旅游服务类专业教材,也可作为企事业单位相关高级从业人员业务素质提高的拓展培训教材。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

旅游服务礼仪/孙素,陈萍主编. —北京:北京理工大学出版社,2010.8
ISBN 978-7-5640-3527-3

I. ①旅… II. ①孙… ②陈… III. ①旅游服务—礼仪—高等学校—
教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第149409号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (办公室) 68944990 (批销中心) 68911084 (读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京市通州京华印刷制版厂

开 本 / 710毫米×1000毫米 1/16

印 张 / 16.5

字 数 / 310千字

版 次 / 2010年8月第1版 2010年8月第1次印刷

责任校对 / 王丹

定 价 / 36.00元

责任印制 / 母长新

图书出现印装质量问题,请与本社市场部联系,电话:(010) 68944990

出版说明

Publisher's Note

根据世界旅游组织的预测，2020年中国将成为世界第一大旅游目的地国，并成为世界第四大旅游客源国。在我国旅游业迅速发展的过程中，需要大量优秀的专业人才。旅游业是我国“十一五”期间发展的重点领域之一，据国家旅游局统计数据 displays，2009年全国旅游业从业人员约为600万人，而实际需要专业旅游人才在800万人以上，因此人才缺口至少在200万人以上，平均每年需求约增40万人。

教材建设是旅游人才培养的基础。随着我国旅游教育层次与结构的完整与多元化，高等教育对旅游专业人才的培养目标更为明确，也急需一套与我国旅游教育发展相匹配并符合高等院校旅游教育现状的专业教材。

根据教育部提出的“要紧紧抓住提高人才培养质量这条生命线，确保教学工作的中心地位，以培养满足国家和地方发展需要的高素质人才为目标，以提高学生国际竞争能力为重点，整合各类教学改革成果，加大教学过程中使用信息技术的力度，加强科研与教学的紧密结合”的宏观要求，为配合各高等院校进一步贯彻落实《教育部关于加强高等学校本科教学工作提高教学质量的若干意见》《教育部关于启动高等学校教学质量与教学改革工程精品课程建设工作的通知》及《教育部办公厅关于印发〈国家精品课程建设工作实施办法〉的通知》的精神，切实推进教育创新，深化教学改革，促进现代信息技术在教学中的应用，共享优质教学资源，进一步促进教授上讲台，全面提高高等教育教学质量，提升我国高等教育的综合实力，推动全国高等院校“精品课程”建设工作，并着眼于“十二五”国家级规划教材的申报工作，北京理工大学出版社策划出版了《面向“十二五”高等教育课程改革项目研究成果》。

本系列教材由四川大学历史文化（旅游）学院、四川师范大学历史文化与旅游学院等十多所高等院校联合编写，全面地研究和借鉴国外相关教材的教学方法，融入国内著名学校先进的教学成果，根据教育部相关教学大纲的指导思想进行编写，使教材建设具有实用性和前瞻性，与市场结合得更加紧密，并面向全国高等院校旅游专业课程的建设，大力推广，在全国范围内普及。

本系列教材适合高等院校旅游类专业使用，也可作为企事业单位相关高级从业人员业务素质提高的拓展培训教材，欢迎广大师生及专家学者对本套教材提出批评和意见。

北京理工大学出版社

前 言

Preface

随着国内旅游业的高速发展，我国旅游教育事业开始面临一些新的情况和变化。为满足旅游教育事业的发展需要，我们特地编写了《旅游服务礼仪》一书。本书是高等院校旅游管理专业、酒店管理专业的教学用书，也可作为旅游服务行业培训教材。通过服务礼仪的基础理论和实际操作技能的学习，使高等院校学生能够掌握旅游工作者所必需的基本知识和基本技能，以提高实践水平。

本教材的主要内容包括绪论、旅游工作者的仪表礼仪、旅游社交的语言礼仪、其他旅游社交礼仪、酒店服务礼仪、旅行社服务礼仪、宗教礼仪、我国少数民族礼仪与习俗、我国主要旅游客源国与目的地国家及地区礼仪、出入境礼仪与规范等。

本教材从我国旅游业的实际需要和高等院校学生的实际水平出发，深入浅出地介绍了旅游服务礼仪的基础理论和基本技能。以强化应用为教学重点，内容侧重结合旅游服务的实际，以大量案例为辅助，用模块的形式编写，突出专业技能的操作训练，具有“实用”和“实践”两大特点，从而使学生能学以致用。

编 者

课程介绍

Course Introduction

一 课程性质

旅游服务礼仪是高等院校旅游管理专业的一门核心课程，以介绍社交礼仪及旅游服务专业礼仪知识为主，对培养学生的导游服务能力、带团技能、讲解技能、应变能力及职业素养有较强的指导作用。本课程也是全国导游资格证考试的必考科目，是一门把导游服务理论运用到导游实践之中并指导导游工作，使理论与实践紧密结合的应用性课程。

二 培养目标

通过老师的系统讲授、示范操作与训练，使学生掌握社交及旅游服务礼仪的基本概念、常识、基本原理及方法技巧，为今后从事旅游服务工作、塑造良好形象、提高服务质量打下坚实的基础。

◎知识目标

通过本课程的学习，使学生了解旅游服务礼仪规范，基本掌握社交礼仪的本质、起源、功能、原则、表现形式，以及社交礼仪在人际交往中的重要作用；学会在日常生活及交往中以礼仪指导、约束自己的言行。

◎能力目标

通过本课程的学习，使学生在理论的指引下能够为旅游者提供规范化的服务，具备较强的岗位协调能力及工作中的创新和自我约束能力，并注意社交及相关能力的培养，同时指导学生打造和完善个人魅力，学会建设和维护自己的人际关系网络。

◎素质目标

通过本课程的学习，要求学生具备良好的个人修养和旅游服务礼仪专业知识，较强的人际沟通和处理问题的能力，较强的语言能力以及较好的社交适应能力，培养学生的团队精神和协作共事的能力。

由于课程设置是依据职业岗位分析，因此较好地体现了以素质教育和职业能力培养为主的目的，能够满足预期就业岗位的要求。课程体系结构科学、合理，专业课程体系符合高技能人才培养目标和相关技术领域职业岗位（群）的任职要求。

三 学科定位

本课程是在旅游学概论、中国旅游地理、旅游经济学、旅游心理学等课程之后开设的专业核心课程，也为旅行社经营与管理、景区规划与开发、导游实务等后续课程打下了良好的基础，因此可以说是旅游专业的支柱课程。

第一章 绪论 / 1

第一节 礼仪的内涵 / 2

第二节 礼仪与道德文化的关系 / 8

第三节 礼仪修养 / 12

第四节 旅游礼仪的内涵 / 18

第二章 旅游工作者的仪表礼仪 / 23

第一节 旅游工作者的仪容礼仪 / 24

第二节 旅游工作者的仪态礼仪 / 30

第三节 旅游工作者的服饰礼仪 / 36

第三章 旅游社交的语言礼仪 / 43

第一节 旅游工作者的常用交际技巧 / 45

第二节 口头语言的表达技巧与方法 / 52

第三节 旅游工作者的体态语言 / 57

第四章 其他旅游社交礼仪 / 63

第一节 见面与介绍礼仪 / 64

第二节 拜访与接待礼仪 / 71

第三节 电话礼仪 / 75

第四节 馈赠礼仪 / 79

第五节 宴请礼仪 / 81

第六节 乘坐交通工具礼仪 / 85



第五章 酒店服务礼仪 / 91

- 第一节 酒店服务概述 / 92
- 第二节 前厅服务礼仪 / 95
- 第三节 客房服务礼仪 / 99
- 第四节 餐厅服务礼仪 / 101
- 第五节 宴会服务礼仪 / 105

第六章 旅行社服务礼仪 / 113

- 第一节 旅行社门市接待服务礼仪 / 115
- 第二节 导游服务礼仪 / 119
- 第三节 旅游商务活动礼仪 / 127

第七章 宗教礼仪 / 135

- 第一节 宗教文化与旅游 / 136
- 第二节 佛教礼仪 / 139
- 第三节 基督教礼仪 / 145
- 第四节 伊斯兰教礼仪 / 150
- 第五节 道教礼仪 / 155

第八章 我国少数民族礼仪及习俗 / 161

- 第一节 蒙古族礼仪及习俗 / 162
- 第二节 回族礼仪及习俗 / 167
- 第三节 维吾尔族礼仪及习俗 / 170
- 第四节 藏族礼仪及习俗 / 173
- 第五节 壮族礼仪及习俗 / 178
- 第六节 满族礼仪及习俗 / 181
- 第七节 朝鲜族礼仪及习俗 / 183
- 第八节 哈萨克族礼仪及习俗 / 185
- 第九节 其他有关少数民族的必备知识 / 188





第九章 我国主要旅游客源国与目的地国家和地区的习俗礼仪 / 191

- 第一节 亚洲主要国家和地区习俗礼仪 / 193
- 第二节 欧洲主要国家和地区习俗礼仪 / 201
- 第三节 美洲主要国家和地区习俗礼仪 / 207
- 第四节 大洋洲主要国家和地区习俗礼仪 / 213
- 第五节 非洲主要国家和地区习俗礼仪 / 215
- 第六节 港澳台地区习俗礼仪 / 218

第十章 出入境礼仪及规范 / 221

- 第一节 出入境手续的办理 / 222
- 第二节 涉外活动的一般要求 / 226
- 第三节 与外国人交往的礼仪 / 229
- 第四节 出境证件的办理手续 / 232

附录 / 239

参考文献 / 253

第一章 绪论

CHAPTER ONE

■本章导读

本章讲述了礼仪在中西方的发展、礼仪的基本内容与基本原则，并分析了礼仪与道德文化的关系，使读者能对礼仪有一个宏观的、基本的认识。同时还阐述了礼仪修养的相关内容
及旅游礼仪的内涵。

学习目标

- 了解礼仪的概念、礼仪的基本内容、礼仪的特点与基本原则
- 理解礼仪与道德文化之间的关系
- 掌握礼仪与旅游礼仪的内涵

首案

难道这就是五星级的服务

一天上午,某公司在一家五星级酒店的多功能会议厅召开会议。其间,该公司职员李小姐来到商务中心发传真,发完后李小姐要求借打一个电话给总公司,询问传真稿件是否清晰。“这里没有外线电话。”商务中心的服务员说。“没有外线电话,稿件怎么传真出去的呢?”李小姐不悦地反问。服务员:“我们的外线电话不免费服务。”“我已预付20元传真费了。”李小姐生气地说。服务员:“我收了你的传真费,并没有收你的电话费啊?!更何况你的传真费也不够。”李小姐说:“啊,还不够?到底你要收多少呢?开个收据我看一看。”

“我们传真收费的标准是:市内港币10元/页;服务费港币5元;3分钟通话费港币2元。您传真了两页应收港币27元,再以1:1.08的比价折合成人民币,我们要实收人民币29.16元。”服务员立即开具了传真和电话的收据。李小姐问:“传真收费还是电话收费是根据什么规定的?”“这是我们酒店的规定。”服务员出口便说。李小姐:“请您出示书面规定。”“这不就是价目表嘛。”服务员不耐烦地回答。李小姐:“你的态度怎么这样?”“您的态度也不见得比我好呀。”服务员反唇相讥。李小姐气得付完钱就走了,心想:五星级服务,难道就是这样的吗?

案例评析: 本案例中的服务员不具备一名合格商务人员的基本素质。接待服务工作是一门综合艺术,是非常讲究方法、技巧的。要提高服务质量,服务人员就必须接受专业的训练,提高政治和业务素质。

第一节 礼仪的内涵

一 礼仪的概念

在欧洲,“礼仪”一词最早见于法语的“*etiquette*”,原意是“法庭上的通行证”。作为法庭,无论是在古代还是在现代,为了展示司法活动的威严性,保证审判活动

能够合法有序地进行，总是既要安排得庄严肃穆，又要所有进入法庭的人员必须严格地遵守法庭纪律。例如，按照《中华人民共和国刑事诉讼法》和《人民法院组织法》等法规的规定，为了保证法庭的特有气氛和特殊秩序，开庭之前应由书记员当庭宣读法庭纪律。这些纪律包括：不准大声喧哗，未经审判长许可不准提问，未经法庭许可不准摄影、录像，等等。古代的法国法庭也有类似的规定，不过它不是当庭宣读，而是将其写在或印在一张长方形的“*etiquette*”即通行证上，发给进入法庭的每一个人，作为其入庭后必须遵守的规矩或行为准则。由于在社会交往中，人们也必须遵守一定的规矩和准则，才能体现人之所以为人的特有风范，才能保证文明社会得以正常维系和发展，所以，当“*etiquette*”一词进入英文后，便有了“礼仪”的含义，意即“人际交往的通行证”。后来，经过不断地演变和发展，“礼仪”一词的含义逐渐变得明确，并独立起来。

中国作为一个具有悠久文化的文明古国，素有“礼仪之邦”之美称。“礼仪”一词很早就典章制度和道德教化中使用。在古汉语中，“礼”主要包含三层意思：

(1) 我国奴隶社会和封建社会的等级制度，以及与之相适应的一整套礼节仪式。如《论语·为政》中提到：“殷因于夏礼，其损益，可知也”。《礼记·曲礼上》中也提到：“礼不下庶人，刑不上大夫。”

(2) 表示尊敬和礼貌。如《左传·襄公二十二年》中提到：“执事不礼于寡君”（执事指晋国国君，寡君指郑国国君）。

(3) 礼物，即赠送的物品。《晋书·陆纳传》中提到：“及受礼，唯酒斗，鹿肉一”。

“仪”既指容貌和外表，又指礼节和仪式。梁实秋先生在其《秋室杂文·谈礼》中说：“礼是一套法则，可能有官方制定的成分在内，亦可能有世代沿袭的成分在内，在基本精神上还是约定俗成的性质，行之既久，便成为大家公认的一套规则。”日本也是一个讲究礼仪的国家。当代礼仪专家松平靖彦先生在日本全国社出版的《正确的礼仪》一书中认为：“礼仪是人们在日常生活中为保持社会正常秩序所需要的一种生活规范……礼仪本身包含了人们在社会生活中应予遵守的道德和公德，人们只有不拘泥于表面的形式，真正使自己具备这种应有的道德观念，正确的礼仪才能得以确立。”这是从礼仪和道德的相互关系上来揭示礼仪的本质。

从古中外对于礼仪的描述中可以发现，所谓礼仪，从广义上讲，指的是一个时代的典章制度；从狭义上讲，指的是人们在社会交往中由于受历史传统、风俗习惯、宗教信仰、时代潮流等因素的影响而形成，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礼的精神、要求的行为准则或规范的总和。

现代社会礼仪包含以下几层意思：

(1) 礼仪是一种行为准则或规范，表现为一定的章法。所谓“入乡随俗，入境问禁”，就是说要进入某一地域，就得对那里的人的习俗和行为规范有所了解，并按照这样的习俗和规范去行动，这才是有礼的。

(2) 礼仪准则或规范是一定社会的人们约定俗成、共同认可的。在社会实践中,礼仪往往首先表现为一些不成文的规矩、习惯,然后才逐渐上升为大家认可的,可以用语言、文字、动作来做准确描述和规定的行为准则,并成为人们有章可循、可以自觉学习和遵守的行为规范。

(3) 讲究礼仪的目的是为了实现社会交往各方的互相尊重,从而达到人与人之间关系的和谐。在现代社会,礼仪可以有效地展现施礼者和受礼者的教养、风度与魅力,体现着一个人对他人的认知水平、尊重程度,是一个人的学识、修养和价值的外在表现。一个人只有在尊重他人的前提下,自己才会被他人尊重,人与人之间的和谐关系也只有在这种互相尊重的过程中,才会逐步建立起来。所以,从某种意义上来说,遵守礼仪是人获得自由的重要手段和途径之一。由于礼仪是社会、道德、习俗、宗教等方面人们行为的规范,所以它是人们文明程度和道德修养的一种外在表现形式。礼仪对个人而言,是一个人思想水平、文化修养、交际能力的外在表现。礼仪也是人类文明的结晶,是现代文明的重要组成部分。它体现的宗旨是尊重,既是对人也是对己的尊重,这种尊重总是同人们的生活方式有机地、自然地、和谐地融合在一起,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,也体现出人们的品行修养。

二 礼仪的基本要素和基本内容

1. 构成礼仪的基本要素

礼仪是由礼仪的主体、客体、媒体、环境四项基本要素所构成的。

(1) 礼仪的主体,指的是礼仪活动的操作者和实施者。它既可以是个人,也可以是组织。

(2) 礼仪的客体,指的是礼仪活动的指向者和承受者。它既可以是人,也可以是物;可以是物质的,也可以是精神的;可以是具体的,也可以是抽象的;可以是有形的,也可以是无形的。

(3) 礼仪的媒体,指的是礼仪活动所依托的一定的媒介,由人体礼仪媒体、物体礼仪媒体、事体礼仪媒体等构成。在具体操作礼仪时,这些不同的礼仪媒体往往是交叉、配合使用的。

(4) 礼仪的环境,指的是礼仪活动特定的时空条件,分为礼仪的自然环境与礼仪的社会环境。礼仪的环境经常决定着礼仪的实施,不仅实施何种礼仪由其决定,而且具体的实施方法也由其决定。

2. 礼仪的基本内容

依据其适用对象、适用范围的不同,礼仪包括以下基本内容:

(1) 一般礼仪。包括礼仪的本质、特性、起源和历史演变、功能和原则等。

(2) 礼仪修养。主要涉及礼仪修养的本质、意义、特征和方法等问题。

(3) 个人礼仪。主要包括言谈举止、服饰等方面的礼仪要求。

(4) 家庭礼仪。礼仪在家庭及亲友交往范围内的运用属于家庭礼仪，它包括家庭称谓、问候、祝贺与庆贺、赠礼、家宴及家庭应酬等礼仪规范。

(5) 社交礼仪。从家庭走向社会，进行社会交往，是礼仪行为向社会的拓展。社交礼仪通常包括见面与介绍的礼仪，拜访与接待的礼仪，交谈与交往的礼仪，宴请与馈赠的礼仪，舞会与沙龙礼仪，社交禁忌，等等。

(6) 公务礼仪。公务礼仪是人们在公务活动过程中所应遵循的礼仪规范。它存在着自身的特殊性。在礼仪的一般原则指导下，把握公务活动过程中特殊的礼仪规范，可以提高公务活动的效率和成功率。公务礼仪通常包括工作礼仪，如工作汇报、办公室礼仪等，还有会议礼仪、公文礼仪、公务迎送礼仪等。

(7) 礼仪文书。礼仪文书是人们在日常交往过程中，用书信和其他文字方式表达情感的礼仪形式。礼仪文书包括贺信、感谢信等，以及礼仪电报、请柬、名片、贺年片、题词、讣告、唁电、碑文等。

(8) 商务礼仪。商务礼仪与一般人际交往不同，它体现在商务活动的各个环节之中。对于商业企业来说，从商品采购到销售再到售后服务等，每一个环节都与本企业的形象息息相关。因此，商业企业及其每一个成员，如果能够时时按照商务礼仪的要求去开展工作，则对塑造企业自身的良好形象有着重要的作用。商务礼仪主要包括柜台待客礼仪、推销礼仪、商业仪式等。

(9) 习俗礼仪。不同的国家、不同的民族存在着不同的风俗习惯，充分了解这些风俗习惯，并在社交中自觉遵循，有助于促进交往的成功。习俗礼仪的内容主要包括日常生活风俗、岁时节令礼俗、人生礼俗（如婚嫁礼俗和丧葬礼俗）等。

三 礼仪的特点

1. 礼仪具有普遍认同性

所谓礼仪的普遍认同性，是指礼仪在全社会的约定俗成、共同认可、普遍遵守的准则。一般来说，礼仪代表一个国家、一个民族、一个地区的文化习俗特征。但不少礼仪是全世界通用的，具有全人类的共同性，例如问候、打招呼、礼貌用语、各种庆典仪式、签字仪式等。

礼仪的普遍认同性主要源于共同的经济生活和文化生活。经济的发展必然导致礼仪的变化。比如现代经济的快节奏、高效率，使现代礼仪向简洁、务实的方向发展。共同的文化孕育了共同的礼仪。礼仪的普遍认同性表明社会中的规范和准则必须得到全社会的认同，才能在广大范围中通用。

2. 礼仪具有规范性

所谓礼仪的规范性，主要是指它对具体的交际行为具有规范作用和制约作用。这种规范性本身所反映的实质是一种被广泛认同的社会价值取向和对他人的态度。

无论是具体言行还是姿态，均可反映出行为主体的思想、道德等内在品质和外在行为标准。

3. 礼仪具有广泛性

所谓礼仪的广泛性，主要是指礼仪在整个人类社会的发展过程中普遍存在，并被广泛认同。礼仪无处不在，无时不在。

4. 礼仪具有沿袭性

所谓礼仪的沿袭性，指礼仪形成本身是个动态发展过程，是在风俗和传统变化中形成的行为规范。在这种发展变化中，表现为一种继承和发展。礼仪一旦形成，就有一种相对独立性。今天的礼仪形式就是从昨天的历史中继承下来的，有不少优秀的还要继续传承下去，而那些封建糟粕则会逐渐被抛弃。所以交际礼仪的沿袭和继承是一个不断扬弃的社会进步过程。世界上任何事物都是发展变化的，礼仪虽然有较强的相对独立性和稳定性，但也毫不例外地随着时代的发展而发展。伴随社会交往的扩大，各国的民族礼仪文化都会互相渗透，尤其是西方礼仪文化引入中国，使中华礼仪在保持传统民族特色的基础上，发生了更简洁、更实用的转变。

四 礼仪的基本原则

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，更要宽以待人。理解宽容就是说要豁达大度，有气量，不计较和不追究。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，要敬人之心常存，处处不可失敬于人，不可伤害他人的个人尊严，更不能侮辱对方的人格。敬人就是尊敬他人，包括尊敬自己，维护个人乃至组织的形象，不可损人利己，这也是人的品格问题。

3. 自律的原则

这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。自律就是自我约束，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