


旅游行业培训系列教材

旅游公关礼仪

主 编 马 瑜
副主编 符江红 秦 杉

 云南大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游公关礼仪/马瑜主编. —昆明: 云南大学出版社,
2006. 11

(旅游行业培训系列教材)

ISBN 7 - 81112 - 210 - 3

I. 旅... II. 马... III. 旅游业—旅游公关礼仪
—职业教育—教材 IV. F590. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 125611 号

策划组稿: 徐 曼

责任编辑: 冯 峨

封面设计: 刘 雨

旅游公关礼仪

主编 马瑜

出版发行: 云南大学出版社

印 装: 云南福保东陆印刷股份有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 9.75

字 数: 237 千

版 次: 2006 年 11 月第 1 版

印 次: 2006 年 11 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7 - 81112 - 210 - 3/F · 376

总 定 价: 98.00 元 (共 5 册)

云南大学出版社地址: 云南大学英华园内 (邮编: 650091)

电 话: 0871 - 5031071 5033244

网 址: <http://www.ynup.com> E-mail: market@ynup.com

旅游行业培训系列教材编委会名单

编委会主任 崔 明

编委会副主任 方增福 李卫东 曾建志

编委会成员 (以姓氏笔画为序)

马俊云 马 瑜 尹泽俊 方增福 王红卫

田志忠 李卫东 李文志 李尚云 李 雪

杨红云 杨宝嘉 杨 颖 陈文祥 孟 丽

林 萍 姜 冰 姜芹春 唐玲萍 夏传辉

秦 杉 郭 昆 崔 明 符江红 曾建志

编写人员

《旅游概论》 孟 丽 杨 颖

《旅游公关礼仪》 马 瑜 秦 杉 符江红

《旅游法规》 郭 昆 唐玲萍 陈文祥

《旅游职业道德》 夏传辉 姜芹春

《玉溪旅游业》 方增福 杨宝嘉 李尚云 杨红云 田志忠

总 序

随着社会的发展,旅游业已成为全球经济中发展势头最强劲和规模最大的产业之一。旅游业在城市经济发展中的产业地位、经济作用逐步增强,旅游业对城市经济的拉动性、社会就业的带动力、以及对文化与环境的促进作用日益显现。

素有“云烟之乡”、“花灯之乡”、“聂耳故乡”美誉的云南省玉溪市,是云南省通往东南亚、南亚国际大通道的重要枢纽。玉溪是古滇文化的发祥地,位居滇中,四季如春,区位优势十分明显,是滇中旅游区的重要组成部分。玉溪的旅游资源类型多样。相比全国的8个主类、31个亚类、155种旅游资源基本类型,玉溪市就包含了8个主类(地文景观类、水域风光类、生物景观类、天象与气候景观类、遗址遗迹类、建筑与设施类、旅游商品类、人文活动类)、29个亚类、121种基本类型,旅游资源类型相对来说比较齐全,具备建设和发展度假旅游、生态文化旅游、现代工业旅游的独特优势。

经过多年努力,玉溪市的旅游业有了长足发展,对促进玉溪市经济和社会的发展发挥了日益明显的作用。特别是在“十五”期间,玉溪市紧紧围绕省委、省政府提出的做大做强旅游支柱产业、把云南省由旅游大省建成旅游经济强省的目标,不断优化工作方案,制定工作措施,狠抓工作落实。经过五年的规划、开发、建设和发展,初步形成了玉溪旅游产业体系,旅游接待设施日趋完善,景区景点开发取得较大进展,旅游环境大为改观,旅游市场开拓初见成效,旅游主要经济指标逐年增长。2004年8月以来,玉溪市委、市政府深入调查研究,明确提出了打造“五山一村”,建设“红塔山——抚仙湖”滇中旅游线的开发建设思路,玉溪市旅游业进入了一个新的发展时期。

旅游的发展不仅仅需要一流的景区、通达的公路、便捷的通讯设施,更需要一支有着一流服务水平、有着谦和的服务态度的优秀从业人员。旅游行业从业人员代表着玉溪市旅游的形象。为了更好地培养和提高旅游行业从业人员的素质,玉溪市旅游局组织玉溪师范学院旅游与经济管理系一批具有多年旅游管理专业教学和培训经验的骨干教师编写了这套供玉溪市旅游行业从业人员培训和考试的系列教材:《玉溪旅游业》、《旅游公关礼仪》、《旅游职业道德》、《旅游概论》和《旅游法规》。

该套教材在编写过程中充分考虑到目前旅游行业从业人员培训和资格考试的现状,在遵循旅游行业专业知识和国家旅游局有关全国导游考试改革精神的同时,以服务旅游从业人员为理念,注重突出玉溪地方旅游业发展的特色,注重知识的全面性、新颖性与权威性;突出教材的实用性,强调学以致用;所用语言浅显易懂,是一套理论联系实际培训教材,也是了解玉溪市旅游业基本情况的重要参考书。

在本书即将付梓印刷之际,以此为序,谨表衷心的祝贺。

曾建志

2006年9月

前 言

当前，玉溪正在进行“十一五”规划，规划为玉溪人民带来了机遇，同时也为把玉溪建设成旅游城市和生态城市带来了机遇。作为一名旅游行业的从业者，应该从自己做起，规范自己的礼仪，用自己的实际行动支持玉溪的建设，为塑造美好的玉溪形象而奋斗。

旅游业是礼貌服务行业，旅游公关礼仪对广大从业人员和即将走上服务岗位的新员工进行文明礼貌教育，是十分必要的，这不仅是培养文明公民的需要，更是职业的基本要求，同时也是规范旅游从业者的行为，为塑造组织形象奠定坚实的基础。作为旅游从业人员，只有通过认真学习、了解、掌握礼仪的基本常识，并且结合事业的要求和提高自身道德修养的需要，努力在实践中运用，才能使自己更加充实，在熟练掌握本职工作业务和技巧的基础上，真正胜任本职工作，提高服务质量，成为旅游业的合格人才。

礼仪是一门综合性较强的行为科学，是指在人际交往中，自始至终地以一定的、约定俗成的程序、方式来表现的律己、敬人的完整行为；是一种为时代共识的行为规范，即大家认可的，可以用语言、文字和动作进行准确描述和规定的行为准则，礼仪是人们自觉学习和遵守的行为规范。

在人际交往中，礼仪不仅可以有效地展现一个人的教养、风度和魅力，还体现出一个人对社会的认知水准、个人学识、修养和价值。礼仪是一种潜在资本，如果能够恰当地运用，就能帮助人们取得事业成功。

古人云：“不学礼，无以立。”现代人随着社会的快速进步和文明程度的不断提高，越发意识到礼仪在生活、工作中的重要作用；意识到不注重礼仪的危害性；意识到礼仪就是人立身处世的根本。于是，学礼、懂礼、守礼和用礼的呼声日渐高涨，各行各业的从业人员，都迫切需要掌握规范的礼仪，来充实自己，完善形象，改进自己的人际关系，实现自身在社会中的存在价值。

本书共分十章：第一章为礼仪引论，第二章为酒店礼仪，第三章为旅游工作者的礼貌修养，第四章为旅游工作者的仪表、仪态要求，第五章为旅游工作者的礼貌用语，第六章为旅游饭店各部门岗位的礼貌礼仪，第七章为宗教礼仪，第八章为我国部分少数民族礼仪，第九章为我国主要客源国及地区概况及礼俗，第十章为国际礼仪。

参加本书编写的有马瑜老师（第一、二、七、八章），符江红老师（第三、六、九、十章），秦杉老师（第四、五章）。由马瑜老师担任主编。

本书主要用于玉溪旅游从业者的培训。在编写中参阅了大量有关书籍及资料，特别参阅了张文教授的《酒店礼仪》，在此向张文教授及各位作者表示深深的感谢！

由于编者水平有限，书中难免有不足和缺点、错误之处，恳请批评指正。

作 者

2006年8月于树蕙园

目 录

第一章 礼仪引论	(1)
第一节 礼仪的含义和内容	(1)
一、礼的基本概念与内涵	(1)
二、礼仪的内容	(3)
第二节 礼仪的特点与原则	(4)
一、礼仪的特点	(5)
二、礼仪的原则	(6)
第三节 礼仪的功能	(7)
一、约束功能	(7)
二、教育功能	(8)
三、沟通功能	(8)
四、协调功能	(8)
五、创造功能	(8)
第二章 酒店礼仪	(10)
第一节 酒店的概念与酒店的形式	(10)
一、酒店的概念	(10)
二、酒店业的形成	(10)
三、各类酒店术语	(11)
第二节 酒店礼仪的定义和原则	(11)
一、酒店礼仪的定义	(11)
二、酒店服务无小事	(12)
三、双赢原则	(13)
四、礼貌服务	(13)

五、推销服务	(14)
六、争取回头客	(14)
第三节 酒店礼仪是酒店服务的支柱	(14)
一、礼仪是酒店竞争的需要	(14)
二、礼节礼貌是酒店提供优质服务的重要内容和基础	(15)
第三章 旅游工作者的礼貌修养	(18)
第一节 礼貌修养	(18)
一、礼貌修养的含义	(18)
二、礼貌修养的特征	(18)
三、礼貌修养的重要性	(19)
第二节 礼貌修养的基本准则	(21)
一、真诚平等的原则	(21)
二、自信自律原则	(21)
三、守信遵时的原则	(21)
四、遵守公德的原则	(22)
五、适度合宜的原则	(22)
六、理解宽容的原则	(22)
第三节 培养礼貌修养的方法和途径	(23)
一、培养礼貌修养的方法	(23)
二、培养礼貌修养的途径	(23)
第四章 旅游工作者的仪表、仪态要求	(25)
第一节 旅游工作者仪表美概述	(25)
一、仪表的构成要素	(25)
二、仪表美的表现形式	(26)
三、仪表美的特点	(26)
四、旅游工作者的仪表美在旅游接待服务中的作用	(27)
五、旅游工作者的仪表美的基本要求	(28)
第二节 旅游工作者的仪表美与服饰礼仪	(29)
一、旅游工作者着装的基本原则	(29)
二、旅游工作者职业服装的基本礼仪	(30)
三、旅游工作者饰品佩戴礼仪	(34)

第三节 旅游工作者的仪容美	(36)
一、旅游工作者的美发与发型	(36)
二、旅游工作者的美容化妆	(38)
第四节 旅游工作者的仪态美	(41)
一、站 姿	(41)
二、坐 姿	(43)
三、蹲 姿	(44)
四、走 姿	(45)
五、手 势	(46)
第五节 旅游工作者的风度美	(48)
一、风度的内涵	(48)
二、旅游工作者的风度表现	(49)
三、旅游工作者风度的培养	(49)
第五章 旅游工作者的礼貌用语	(53)
第一节 旅游接待礼貌用语概述	(53)
一、礼貌用语的概念	(53)
二、旅游接待礼貌用语的特点	(53)
第二节 旅游接待常用礼貌用语的规范运用	(55)
一、旅游接待常用礼貌用语的规范要求	(55)
二、“十字”礼貌用语的运用	(60)
三、旅游接待礼貌用语“六注意”	(62)
第六章 旅游饭店各部门岗位的礼貌礼仪	(66)
第一节 前厅部接待服务礼仪	(66)
一、前厅部职责	(66)
二、前厅部职责范围	(66)
三、前厅各职能部门礼仪规范	(66)
第二节 客房部接待服务礼仪	(70)
一、客房部的职责范围	(71)
二、客房部服务礼仪规范	(71)
第三节 餐饮部接待服务礼仪	(73)
一、餐厅服务的特点	(73)

二、餐厅服务的礼仪规范	(73)
第七章 宗教礼仪	(78)
第一节 佛教礼仪	(78)
一、佛教的起源	(78)
二、佛教的教义、经典、教规、偶像	(79)
三、佛教的礼仪	(80)
四、佛教的禁忌	(83)
第二节 基督教礼仪	(84)
一、基督教起源	(84)
二、基督教的三大教派	(84)
三、基督教的教义和经典	(84)
四、基督教的礼仪	(85)
五、基督教的禁忌	(86)
第三节 伊斯兰教礼仪	(87)
一、伊斯兰教的起源	(87)
二、伊斯兰教教义和经典	(88)
三、伊斯兰教的主要礼仪	(88)
四、伊斯兰教的禁忌	(90)
第八章 我国部分少数民族礼仪	(92)
第一节 蒙古族、回族	(92)
一、蒙古族	(92)
二、回族	(94)
第二节 维吾尔族、藏族	(96)
一、维吾尔族	(96)
二、藏族	(97)
第三节 壮族、满族	(101)
一、壮族	(101)
二、满族	(103)
第四节 彝族、傣族	(104)
一、彝族	(104)
二、傣族	(105)

第九章 我国主要旅游客源国及地区概况和礼俗	(107)
第一节 亚洲地区	(107)
一、日本	(107)
二、韩国	(108)
三、新加坡	(109)
四、马来西亚	(110)
五、泰国	(110)
六、菲律宾	(111)
第二节 欧洲	(112)
一、英国	(112)
二、法国	(113)
三、德国	(114)
四、意大利	(114)
五、俄罗斯	(115)
第三节 北美洲	(116)
美 国	(116)
第四节 大洋洲	(117)
一、澳大利亚	(117)
二、新西兰	(118)
第十章 国际礼仪	(120)
第一节 国际礼宾原则	(120)
一、外交礼宾的功能	(120)
二、礼宾的基本原则	(121)
三、国际礼宾规范	(121)
四、礼宾接待的类型	(121)
五、外宾接待的基本要求	(121)
第二节 迎 送	(122)
一、官方迎送	(122)
二、迎送国宾	(122)
第三节 宴 请	(123)
一、宴请的几种形式	(123)
二、宴会的桌次、席位安排	(124)

三、餐桌上的礼仪	(124)
四、几种常见的宴席排法	(125)
五、参观与游览	(128)
第四节 会见与会谈	(129)
一、会见	(129)
二、会谈	(129)
三、会见和会谈中的几项具体工作	(131)
第五节 国际礼宾惯例	(132)
一、礼宾次序	(132)
二、国旗的悬挂	(133)
三、悬挂国旗的方法	(134)
四、外交主要礼宾仪式	(136)
参考文献	(140)

第一章 礼仪引论

人类的活动在受自然规律的影响和制约的同时，还受社会规律以及由社会规律决定的各种社会规范的影响和制约。在这些社会规范中，除了道德规范和法律规范以外，还有一个很重要的方面，这就是礼仪规范。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。礼仪是人类文明进步的重要标志，是适应时代发展、促进个人进步的重要途径。

尤其是在现今信息时代，交际实质上已成为一种信息交流的主要方式。一个人只有具备较强的交际能力，才能立足于竞争激烈的社会中，才能不断得到发展。因此，礼仪作为交际中必不可少的环节，已受到人们的重视。

第一节 礼仪的含义和内容

一、礼的基本概念与内涵

(一) 礼、礼貌、礼节、礼仪的含义

1. 礼

礼是人们在长期的社会生活实践与交往中约定俗成的行为规范。礼的含义比较丰富，一般来讲，有四层意思。一是指敬意。《辞海》中对礼的解释是：本谓敬神，引申为表示敬意的通称。二是指仪式，即为表示敬意和隆重而举行的仪式。三是泛指社会交往中的礼貌和礼节。四是特指规范，即奴隶社会或封建社会等级森严的社会规范和道德规范。

2. 礼貌

礼貌是文明行为的基本要求，是人与人之间在接触交往中，相互表示敬重和友好的行为准则。它体现了时代的风尚与道德规范，体现了人们的文化层次和文明程度。“礼貌”一词出自《孟子·告子下》：“虽未行其言也，迎之致敬以有礼，则就之；礼貌衰，则去之。”礼貌是一个人待人接物时的外在表现，它主要通过言谈、表情、姿势等来表示对交往对象的谦虚恭敬。

礼貌可以分为礼貌行为和礼貌语言两个部分。

礼貌行为是一种无声的语言，如微笑、点头、欠身、鞠躬、握手、双手合十、拥抱、鼓掌等。

礼貌语言是一种有声的行为，“您好”、“请”、“谢谢”、“对不起”、“再见”等礼貌

语言充分体现了语言文明的基本形式。在旅游接待中,礼貌表现在员工的举止、仪表、语言上,表现在服务的规范、程序上。

良好的教养和良好的道德品质是礼貌的基础。在有教养的人们中间,讲究礼貌是出于自然的。作为旅游工作者,应该自觉培养和训练自己良好的礼貌习惯。

3. 礼节

礼节,通常是指人们在日常生活中,特别是在交际场合相互表示尊敬、问候、祝颂、致意、慰问、哀悼以及给予必要的协助与照料的惯用形式。它实际上是礼貌在语言、行为、仪态等方面的具体表现,它具有一定的强制性。如中国古代的作揖、跪拜,当今世界各国通行的点头、握手,南亚诸国的双手合十,欧美国家的拥抱、亲吻,少数国家和地区的吻手、吻脚、拍肚皮、碰鼻子等,都是不同国家礼节的表现形式。与礼貌相比,礼节处在表层,但这绝不是说礼节仅仅是一种表现形式,而是说尊重他人的内在品质必须通过一定的形式才能表现出来。比如,尊敬师长,可以通过见到长辈和老师时问安行礼的礼节来表示;欢迎他人到来可以通过见到客人起立、握手等礼节来表示;得到别人的帮助,可以说声谢谢来表示感激的心情。因此,礼节不单纯是表面上的动作,而是一个人尊重他人的内在品质的外化。

4. 礼仪

礼仪是一个复合词语,包括“礼”和“仪”两个部分:“礼”指“事神致福”的形式(即敬神);“仪”指“法度标准”。在礼学体系中,礼仪是有形的,它存在于社会的一切交往活动中,其基本形态既受到礼的基本原则的制约,也受到物质水平、历史传统、文化心态、民族习俗等的影响,并随着时代的发展而发展变化。

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礼的精神及要求的行为准则或规范的总和。

礼仪的上述含义主要表达了以下几层意思:首先,礼仪是各种行为准则或规范。其次,礼仪准则或规范是一定社会的人们约定俗成、共同认可的。再次,在现代社会,礼仪可以有效地展现施礼者和受礼者的教养、风度和魅力。它体现着一个人对他人和社会的认知水平、尊重程度,是一个人的学识、修养和价值的外在表现。遵守礼仪是人们获得成功的重要手段和途径之一。

礼仪可以从下面不同的角度进行解释。

从个人修养的角度来看,礼仪是一个人的内在修养和素质的外在表现。

从道德的角度来看,礼仪是为人处世的行为规范。

从交际的角度来看,礼仪是人际交往中适用的一种艺术,也可以说是一种交际方式。

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惯形式,也可以说,是在人际交往中约定俗成的示人以尊重、友好的习惯做法。

从传播的角度来看,礼仪是一种在人际交往中进行相互沟通的技巧。

从审美的角度来看,礼仪是一种形式美,它是人的心灵美的必然的外化。

(二) 礼貌、礼节、礼仪的关系

礼貌、礼节、礼仪都突出一个“礼”字,都是人们在交往中相互表示敬重和友好的

行为，其本质都是尊重人、体贴人。从本质上说，三者是一致的，都是礼的具体表现形式。但同时三者又各有其自身的特殊含义和要求。其区别在于，礼貌是礼的行为规范；礼节是礼的惯用形式和具体要求；礼仪是礼的较隆重的仪式和程序。

礼貌侧重于强调个人的道德品质，而礼节侧重于强调的是这种品质的外在表现形式。有礼貌而不懂礼节，往往容易失礼。虽然有尊重他人与友好的心意，却不知怎样去表达，因而在与人交往时难免会感觉尴尬、紧张，手足无措。没有礼貌而只学些表面的礼节形式，就难免机械模仿，故作姿态，使人感到虚情假意。因此，讲礼貌、懂礼节应是内在品质与外在行为的统一。礼仪在层次上要高于礼貌、礼节，其内涵更深、更广，它是由一系列具体的礼貌礼节所构成的。它侧重于社会交往中，人们在礼遇规格、礼宾程序等方面应遵循的行为规范，多用于较大规模或较隆重的场合，礼貌、礼节多指交往过程中的个别行为，礼仪则是指社交活动中，自始至终以一定程序、方式来表现的完整行为。一般说来，礼节产生于礼仪前，最初的社交规模较小，礼节也较为简单，随着社会交往的扩大化和现代化，交往活动越来越频繁深入，礼节也越来越复杂，于是逐渐形成了一些约定俗成的礼节程序，礼节是礼仪的基础，礼仪是程序化了的礼节。

二、礼仪的内容

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。

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。

礼仪的客体，指的是礼仪活动的指向者和承受者。它可以是人，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。

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的。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。

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。礼仪的环境经常制约着礼仪的实施。不仅实施何种礼仪由其决定，而且具体礼仪的实施方法也由其决定。

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. 个人礼仪

个人礼仪是社会个体的行为规范与待人处世的准则，是个人仪表、仪容、言谈、举止、服饰等方面的有关规定。个人礼仪以个体为支点，以修养为基础，以尊敬为原则，以维护社会文明为目标和基本尺度，是个人道德、品质、文化素质、教养良知等精神内涵的外在表现。

2. 家庭礼仪

礼仪在家庭及亲友交往范围内的运用是家庭礼仪，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。

3. 社交礼仪

从家庭走向社会，进行社会交往，是礼仪行为向大社会的拓展。社交礼仪涉外礼仪通

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、舞会与沙龙的礼仪、社交禁忌等等。

4. 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）、会议礼仪、公文礼仪、公务迎送礼仪等。

5. 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，通过礼仪文书，可以达到彼此交流思想、互通信息、加深友谊的目的。常用的礼仪文书有：礼仪书信（如邀请信、贺信、感谢信等）、礼仪电报、请柬、名片、贺年片、题词、讣告、唁电、碑文等等。

6. 商务礼仪

商务礼仪与一般的人际交往礼仪不同，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，从商品销售到售后服务等，每一个环节都与本企业的形象息息相关。因此，商业企业的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，这对塑造商业企业的良好形象，促进商品销售，将会起到极其重要的作用。商务礼仪主要包括柜台待客礼仪、商业洽谈礼仪、推销礼仪、商业仪式等等。

7. 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，并在社交往来中自觉尊重这些风俗习惯，有助于交往的成功。习俗礼仪的内容主要包括日常生活礼俗、岁时节令礼俗、人生礼俗（如婚嫁礼俗和丧葬礼俗）等。

8. 宗教礼仪

宗教礼仪是宗教活动的重要组成部分，是宗教信徒在长期活动中形成的体现宗教内容的行为规范和习俗。不同的宗教有着不同的礼仪形式。

9. 服务礼仪

服务礼仪是指服务行业的从业人员在自己的工作岗位上，向服务对象提供服务时所遵守的礼仪规范。服务礼仪主要以服务人员的仪容规范、仪态规范、服饰规范、语言规范和岗位规范为基本内容。在具体操作中，服务礼仪有着较为完整、详细的规定和特殊要求。

10. 涉外礼仪

涉外礼仪通常被称为国际礼仪，是指在国际交往中，与外国人打交道时所遵守的礼仪。其基本内容是国际交往惯例，即国际通则。

第二节 礼仪的特点与原则

礼仪是一种随着历史发展而约定俗成的交往规范，但它和其他的社会规范相比，又有着自己的特点和原则。一般认为，礼仪有国际性、差异性、传统性、社会性和时代性的特点，应遵循遵守、自律、敬人、宽容、平等、从俗、尊重和适度八项原则。