

美功铁道市场中国游客购物行为与中文服务研究

Research on Chinese Tourists Shopping Behavior and Chinese Language

Service in Maeklong Railway Market

Pidchayapa Kanlaya^{1*}, Li Yanfeng²

¹College of Chinese Studies, Huachiew Chalermprakiet University

²Yunnan College of Business Management, P.R.China

*Email : 666064@hcu.ac.th

摘要

近年来,泰国成为中国游客热门旅游目的地,美功铁道市场因其独特的铁路文化吸引大量中国游客。随着游客数量增加,中文服务需求也日益增长。本文通过文献、问卷及游客反馈,评估市场中文服务现状与问题。尽管市场基础设施不断完善,但具备中文沟通能力的商贩数量依然不足,且语言交流障碍依旧存在,进而影响游客的整体体验感受。同时,市场内缺乏中文标识,信息获取困难。提升服务人员中文能力及完善中文指引系统,是提升游客满意度和景点吸引力的关键。

关键词: 美功铁道市场, 中文服务, 中国游客, 消费行为, 游客满意度

Abstract

Thailand has become a top destination for Chinese tourists, with the Maeklong Railway Market attracting many tourists for its unique charm. As Chinese visitor numbers rise, so does the need for Chinese-language services. This study, based on documents, surveys, and feedback from tourists, finds that despite some infrastructure improvements, communication barriers and a lack of adequate Chinese signage—such as insufficient or unclear Chinese-language signs and information—significantly hinder the visitor experience. Enhancing staff language skills and adding Chinese signs are key to improving satisfaction and boosting the market's international appeal.

Keywords: Maeklong Railway Market, Chinese language services, Chinese tourists, Consumption behavior, Tourist satisfaction

绪论

一、选题的背景及研究意义:

当前,旅游业对泰国经济发展起着至关重要的作用,因此,所有与旅游相关的运营都必须规划适当的旅游资源利用,以做好准备并增强竞争力。旅游业作为一种服务业,为国家带来了收入,成为当前国家整体经济状况下的重要新收入来源。

在疫情危机之后的几年里,中国出境旅游迅速扩张随着经济的飞速增长,中国出境游客已经成为全球旅游市场的主要力量。中国游客在国外旅行期间的消费成为所有热门旅游目的地的重要收入来源,并且这种趋势有望持续增长。旅游管理者关注中国游客的需求,能够吸引更多中国游客,从而提高中国消费者的购买力,并为各国带来大量收入。在 2024 年 1 月至 12 月期

间, 共有 6,733,162 名中国游客访问泰国 (泰国旅游和体育部, [online], 2024) ^[1]。

由于泰国和中国宣布了互免签证协议, 2024 年 1 月 28 日, 泰中两国签署了关于互免签证的协议和重要文件, 双方持普通护照和公务护照的公民可在对方国家免签停留最长 30 天, 用于旅游、探亲、商务和其他私人事务。该协议自 2024 年 3 月 1 日起生效。目前泰国已成为中国游客最热门的旅游目的地 (China's outbound tourism in 2024, [online], 2024) ^[2]。

除了签证申请的便利之外, 泰国电影和电视剧也开始在中国流行, 推动了一些中国电影和电视剧内容涉及泰国的旅游景点、泰国美食、语言和文化等。这些因素不仅帮助宣传了泰国旅游, 还得到了各部门的合作与支持, 进一步促进中国游客赴泰旅游。

美功市场 (又称美功铁道市场) 位于泰国夜功府的美功县, 是中国游客喜爱的旅游景点之一。这是一个享誉全球的旅游胜地, 因其独特的铁道市场而闻名, 吸引了大量中国游客前来观赏美功 - 班莱铁路上的火车穿越市场的奇景。在这条铁路上, 有超过 300 家商贩在铁轨上售卖海鲜和农产品, 因此这个市场被誉为“神奇泰国”。自 2005 年泰国旅游局推广以来, 美功铁道市场就变得非常受欢迎。美功铁道市场位于美功火车站旁边, 是北榄府市政市场的一部分。大约在 1984 年, 美功铁道市场开始在铁路沿线摆摊设点。这个市场位于美功 - 班莱铁路上, 两旁的商贩售卖的新鲜鲑鱼、海鲜、蔬菜、水果以及其他各种商品。顾客则在铁轨上行走购物, 当听到火车鸣笛声时, 商贩们会迅速收起雨伞和布篷, 以让火车通过。这一独特的景象是游客们的一个重要体验。而当没有火车通过时, 市场的买卖活动则照常进行。美功铁道市场将当地的独特生活方式和生存方式融入到旅游中, 吸引了众多游客。旅游业的发展使美功铁道市场变得更为知名, 不仅为北榄府带来了收入, 也大大增加了周边商贩的收益。

美功铁道市场中的产品包括以下几类:

新鲜水果和蔬菜: 在市场里, 可以找到各种新鲜的热带水果和蔬菜, 如芒果、菠萝、椰子、香蕉、木瓜、龙眼、荔枝、辣椒、青菜等。

海鲜: 美功铁道市场临近海边, 因此这里的海鲜种类繁多, 有新鲜的鱼、虾、螃蟹、贝类、鱿鱼等。

肉类: 市场里也有各种肉类产品, 如鸡肉、猪肉、牛肉等, 供应新鲜且种类丰富。

当地特色食品: 这里有许多泰国当地特色的小吃和食品, 如烤肉串、炸香蕉、泰式炒面、椰奶甜品等。

香料和调料: 市场里有各种香料和调料, 如咖喱粉、鱼露、椰浆、香茅、罗勒等, 是烹饪泰国菜不可或缺的材料。

纪念品和手工艺品: 除了食品, 市场里还售卖各种泰国特色的纪念品和手工艺品, 如手工编织品、木雕、丝绸制品等。

美功铁道市场以其独特的火车穿过市场的景象而闻名, 因此不仅是购物的好地方, 也是旅游打卡的热门景点。

泰国的美功铁道市场是泰国独具特色和受欢迎的旅游景点之一, 其特点与国内外其他铁道市场有所不同, 主要差异如下:

(一) 美功铁道市场

折叠伞的独特性: 这个市场的特别之处在于商店紧靠铁轨设置。当火车经过时, 商贩会收起伞和放在铁轨上的商品, 以便火车通过。火车经过后, 他们会重新摆摊。这种现象给游客带

^[1] 2024 年 1 月至 12 月前往泰国的外国游客统计, <https://www.mots.go.th/news/category/759>

^[2] In charts: China's outbound tourism in 2024, <https://www.eiu.com/n/in-charts-chinas-outbound-tourism-in-2024/>

来了深刻的印象和刺激。

本地氛围：市场具有一种亲切的本地氛围，反映了湄功地区居民的生活方式。游客可以近距离体验到当地居民的日常生活。

市场商品：市场销售的商品种类繁多，如新鲜海鲜、蔬菜、水果和各种干货，主要是本地产品。

（二）其他铁道市场

糖棕市场（华欣）：这个市场靠近华欣火车站，具有复古氛围，出售纪念品、食品和饮料，但没有像折叠伞市场那样的收伞或移动商品的现象。

拉差达火车夜市（曼谷）：这个市场是一个现代化的夜市，充满了餐饮和时尚商品的店铺，没有沿着铁轨设置或收伞现象。

乍都节周末市场（曼谷）：这个市场是一个大型市场，销售各种商品，如服装、宠物和家居装饰品，靠近 BTS 轻轨站，但没有收伞或沿铁轨摆摊的现象。

美功铁道市场的独特之处在于其商贩会在火车经过时收起伞和商品，这一现象增加了游客的兴趣和刺激感。而其他铁道市场则通常没有这种独特性，其氛围和商品各异，反映了各自地区的风格和流行趋势。

在市场中提供中文服务对中国游客的购买行为产生了重大影响，因为它能够提高沟通的便利性和对商品及服务信息的理解，从而影响他们的购买决策，具体体现在以下几个方面：

（一）沟通的便利性

理解商品和服务使用中文解释商品和服务的详细信息，帮助中国游客更容易理解产品的特性、价格和促销活动，使他们能够更快做出购买决定。回答疑问和提供建议拥有能够讲中文的员工，能够清晰地回答疑问和提供建议，使游客在购买商品时感到更有信心和舒适。

（二）建立信心与满意度

服务的印象提供中文服务给中国游客留下良好的印象，使他们感受到市场重视并关心他们的需求。对商品的信任提供中文的商品信息使游客对商品和服务更加信任，减少对被骗或购买不符合需求商品的担忧。

（三）增加销售额

加快购买决策提供易于理解和快速的信息和服务，使游客能够更快做出购买决策。重复购买和推荐获得良好服务体验的游客更有可能再次购买商品，并向朋友和家人推荐市场。

（四）市场推广与宣传

在中文渠道上推广通过中文社交媒体平台（如微信和微博）进行市场推广，能够吸引更多的中国游客。使用中文标识和广告在市场中使用中文标识和广告，有助于增强游客的熟悉感并吸引他们的注意。

在市场中提供中文服务对中国游客的购买行为产生了显著影响，提升了沟通的便利性，建立了信心和满意度，增加了销售额，并有效促进了市场推广。接受良好、易于理解的服务的中国游客，往往会花费更多，并向他人推荐市场，从而对市场的长期发展和成功产生积极影响。

本论文研究的对象是中国游客去得比较多的美功铁道市场。研究的意义是通过对这个美功铁道市场的小贩和商家与中国游客在购物中语言沟通方面的调查，说明大量中国游客来美功铁道市场观光购物，是否导致一些小贩和商家可以提供简单的汉语服务与中国游客沟通，此外，还研究了中国游客在美功铁道市场购买纪念品的行为，以便为纪念品商家提供信息，帮助他们开发符合中国游客需求的产品，并规划市场策略，进一步发展未来的纪念品营销策略。

研究意义主要

（一）提升服务质量：通过研究中文服务对中国游客购物行为的影响，可以了解中国游客对服务语言的需求和偏好。这将帮助市场经营者改进服务方式，提高游客的购物体验，增加游客的满意度和忠诚度。

（二）增强旅游市场的竞争力：随着旅游市场竞争的加剧，提供多语言服务已经成为提升市场竞争力的一个重要因素。研究中文服务的影响可以为其他旅游市场提供借鉴，帮助他们在吸引外国游客方面取得成功。

（三）提高游客满意度：研究结果将帮助市场经营者更好地理解中国游客的需求，从而改善市场服务，提升游客的整体满意度和购物体验。这不仅能吸引更多游客，还能促进游客的二次访问和口碑传播。

综上所述，通过对美功铁路市场中中文服务的研究，不仅可以优化市场服务，提高中国游客的购物体验，还能够促进泰国旅游市场的整体发展，对提升中泰旅游关系和市场竞争力具有重要意义。

二、研究目的、方法、技术路线、内容、要解决的关键问题：

（一）研究目的

本研究旨在系统探讨中文服务在泰国美功铁道市场中的实施效果及其对市场运营与游客体验的影响。首先，研究将分析中文服务对市场销售额以及中国游客整体满意度的正向推动作用，评估语言服务在旅游接待体系中的实际效益。其次，本研究关注中国游客在美功铁道市场中的具体购物行为，深入了解其购买偏好、消费模式以及典型行为特征，揭示游客在跨文化市场环境中的互动方式。最后，研究将基于调研结果，提出有针对性的优化建议，旨在提升市场服务水平、增强对中国游客的吸引力，并进一步提升美功铁道市场在国际旅游市场中的竞争力。

（二）研究方法

1) 文献调查法

查找与美功铁道市场有关的资料,对这些资料进行分析。

2) 问卷调查

设计针对中国游客的问卷，收集他们对中文服务的反馈、购物行为和满意度。本次研究样本预计 100 份问卷。对中国游客的基本情况(如年龄、性别、学历)、消费行为、满意度和商家的语言情况进行问卷调查，对服务人员的汉语服务的态度。

3) 访谈法

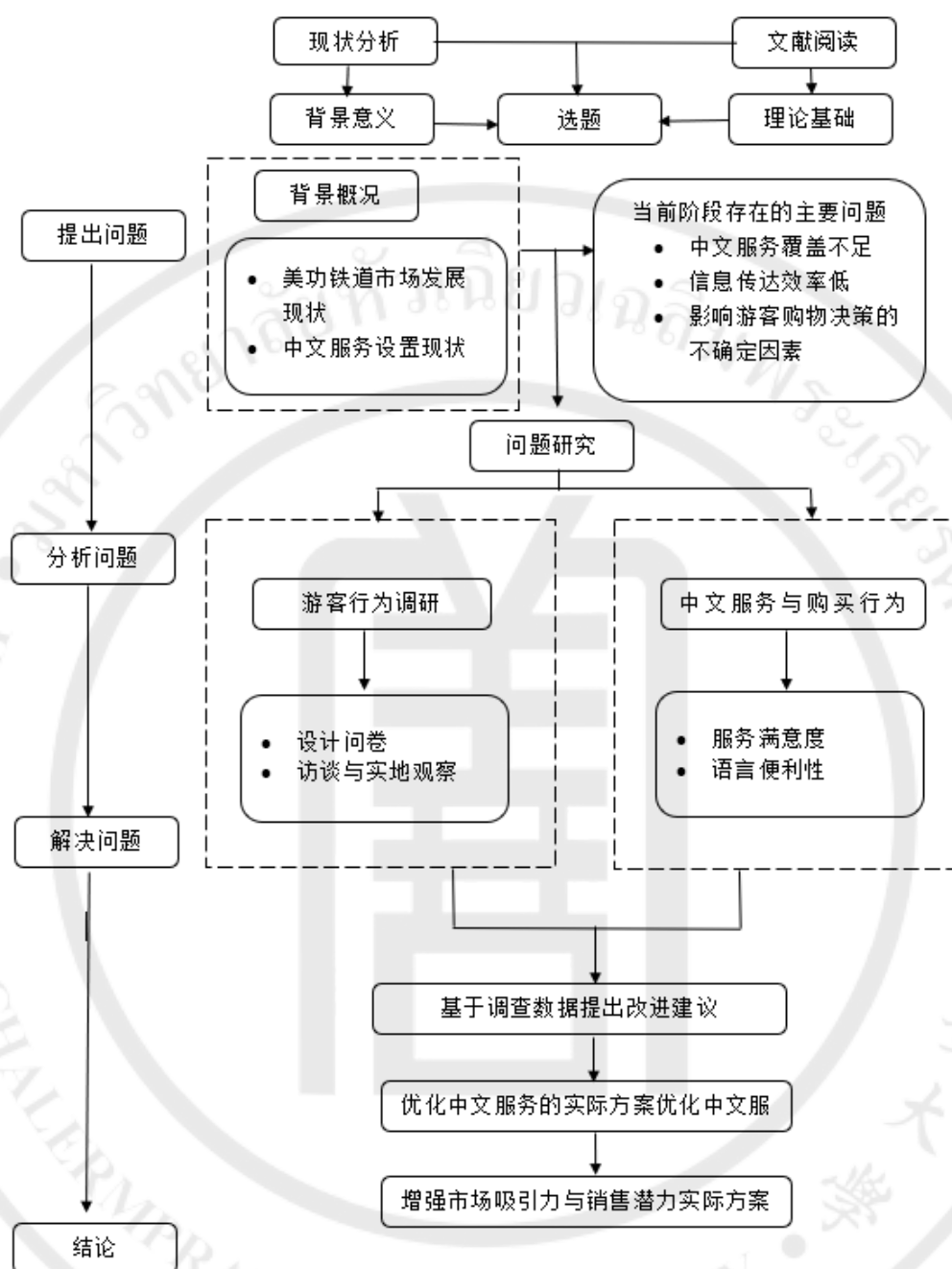
对美功铁道市场中的商家和游客进行深度访谈，计划采访 10 名中国游客和 10 名商家，以获取关于中文服务实施的实际情况和反馈。访谈将重点关注游客的体验、对服务的满意度、沟通中使用的语言，以及改善服务的建议，以便在未来为中国游客提供更好的便利。

4) 观察法

观察游客在市场中的行为，记录他们的购物习惯和与服务人员的互动情况。

1. 观察美功铁道市场商家标识牌、广告牌、产品说明等语言文字的情况。
2. 观察美功铁道市场市场管理情况。

（三）技术路线：



（四）研究的主要内容

1) 中文服务的现状：美功铁道市场中中文服务的实施情况，包括服务的覆盖范围和质量。服务人员的语言能力和培训情况。中文服务对游客购物行为的影响，中文服务是否提高了游客的购物满意度。中文服务对市场销售和游客回头率的影响。

2) 中国游客的购物行为:

- 2.1 购买偏好: 游客主要购买哪些类型的商品。
- 2.2 消费模式: 游客在市场中的消费习惯和金额。
- 2.3 行为特点: 游客在购物过程中遇到的问题和需求。
- 2.4 优化建议: 针对中文服务提出的改进建议。如何提高市场的吸引力和竞争力。

(五) 要解决关键问题

- 1) 如何评估中文服务对中国游客的有效性和满意度。中文服务在市场中的实际实施情况如何。
- 2) 中国游客在美功铁路市场中的具体购物需求和偏好是什么。他们对中文服务的具体期望和要求是什么。
- 3) 如何根据研究结果有效地改进中文服务。提高市场竞争力和游客满意度的具体措施有哪些。

三、国内外研究

(一) 有关旅游服务的研究

王壁珠 (2015) 在《商务汉语在发展泰国旅游业的应用研究》的论文中指出。分析为 6 个方面的泰国旅游业的中文应用满意调查: 1. 泰国宾馆; 2. 泰国餐馆业; 3. 泰国机场; 4. 泰国商店购物; 5. 泰国旅游景点; 6. 泰国旅游市场。为了了解和提高泰国旅游业服务人员质量。通过研究结果, 发现目前泰国的旅游业对中国游客的中文应用提供还存在一些问题, 而这些问题就是在于泰国旅游管理部门的管理人员, 对商务汉语的应用还不够, 还未能很好地使用商务汉语来促进泰国的旅游业发展。

刘捷 (2018) 在《泰国零售业汉语服务以 Terminal 21 购物中心为例》的论文中指出。深入研究泰国的旅游服务情况, 中国游客与 Terminal 21 购物中心的汉语服务问题。研究购物中心的汉语服务问题, 研究商业汉语在售货员工作中使用的问题。在购物中心中国游客的汉语服务需求, 对汉语服务的建议与解决的方法, 为未来提供更好的改进, 提出解决方案。论文通过资料分析和问卷调查法, 掌握 Terminal 21 购物中心汉语服务的现状, 分析 Terminal 21 购物中心对中国游客应用汉语存在的问题。根据调查和分析, Terminal 21 购物中心的商业活动中, 汉语应用存在以下问题: 一、80% 的销售人员不会使用汉语跟中国游客沟通; 20% 的售货员会使用汉语沟通, 但是不是很流利。原因就是他们没有深入地学习中文。二、在 Terminal 21 购物中心的中文指示牌数量很少。三、没有中文语音提示。四、社交媒体如网站、脸书、Instagram 等没有中文版, 所以中国游客不了解关于百货商场的活动或者优惠。针对这些问题, 购物中心通过对销货人员汉语培训, 帮助销货人员掌握基本的汉语知识, 让销货人员能够使用汉语与中国游客简单沟通。提出改进汉语服务的建议与措施。

林凤娇 (2018) 在《曼谷水上市场汉语服务调查研究——以安帕瓦水上市场为例》的论文中指出。研究的数据分析与调查问卷的汉语服务, 研究的主要内容包括: 第一章泰国的水上市场的发展与旅游, 第二章曼谷附近的水上市场调查与中国游客, 第三章评价安帕瓦水上市场, 通过问卷调查和访谈, 分析结论总体情况来泰国旅游的中国游客和出现的问题, 与计划修改, 吸引中国游客提供更多的旅游安帕瓦水上市场。研究发现, 调查研究在安帕瓦水上市场用汉语服务, 主要用泰语和英语为主, 在安帕瓦水上市场的汉语服务只有产品标签的名字与价格, 不会说汉语或不会用汉语交流。在安帕瓦水上市场应该改善汉语服务如路标、景点历史介绍的标牌, 只有泰语的信息。因此, 为了让游客获得足够的信息, 建议在旅游区域增设中文路标和景点介绍牌, 以提升游客的整体体验。

Zhang Wei (2019) 在《中国游客在泰国春武里府芭提雅观看人妖表演的动机与满意度研究》

的论文中指出。分析对中国游客前往春武里府芭堤雅市观看人妖表演的动机和满意度的研究。假设检验的结果表明,个人因素不同的中国游客在前往春武里府芭堤雅市观看人妖表演的动机上存在差异。此外,个人因素不同的中国游客在前往春武里府芭堤雅市观看人妖表演的满意度上也存在差异。推动因素和吸引因素对中国游客前往芭堤雅观看人妖表演的满意度有显著影响,统计意义达到0.05水平。本研究数据对与春武里府芭堤雅市人妖表演相关的业务有重要参考价值,有助于改进对中国游客的管理,使服务更加周到,持续改进表演质量,提高娱乐性和吸引力,增加旅游旺季的购票渠道,并提供票务配送服务,尽可能满足游客的信息需求。

徐丽娜(2021)在《泰国芭堤雅步行街汉语应用研究》的论文中指出。本研究旨在研究中文服务及游客的满意度。影响芭堤雅步行街地区员工中文服务重要性的因素,通过观察芭堤雅步行街的环境,分析此地方的语言服务情况,从问卷调查中的信息分析,评价和寻找解决各店的中文服务的办法。通过发放给不同商店游客和工作人员的问卷分析,而得到的研究结果如下:在芭堤雅步行街上,汉语主要用于与中国旅客交流;在广告上使用的中文招牌或菜单。我们又发现,在芭堤雅步行街上,一些商店的员工在使用中文与客户沟通上存在一些问题。例如,一些店员不会说中文,或者说一个简短的称呼,有时不太正确。因此,芭堤雅步行街应改善中文的服务,并应增加实践中文培训或增加出勤率。基本接受中文培训,使员工在汉语的使用方面更加了解。与游客沟通,更好地了解。

(二) 有关旅游者购买商品行为的研究

张曦丹(2014)在《泰国旅游者赴滇购物行为》的论文中指出。旅游购物收入是除旅游交通费用外占旅游外汇收入比重最大的部分。云南作为旅游大省但旅游购物消费一直制约着它的发展。通过对泰国旅游消费者购物行为研究得出购物部分性、购物自主性强、购物服务要求高等特点。根据以上特点对云南开拓泰国客源市场提供旅游购物目标市场细分、旅游购物物品细分、旅游购物物品营销组合及购物环境优化等策略。

Jutatip Tiprean (2016) 在《中国自由行游客在曼谷购买纪念品的研究》的论文中指出。研究的目的在于研究和分析中国自由行游客购买纪念品的行为。这是一项定性研究,采用深度访谈作为数据收集工具。研究对象包括10名在曼谷的中国自由行游客以及2名从事纪念品和礼品业务的商家。数据分析采用归纳法对信息进行解释和总结。研究结果表明,游客购买的纪念品具有以下特点,此类商品具有较高的辨识度,一经提及,公众便能明确其产地。该类商品通常产自特定旅游目的地,或该地区因盛产此类纪念品而广为人知。商品价格低于游客本国的类似商品,但质量更佳。产品因素和价格因素对购买决策影响显著。游客非常重视商品的质量,对泰国商品的质量充满信心。此外,市场营销方面,具有泰国特色的标志、邀请标识以及能用中文交流的销售人员,都能显著提高购买决策的可能性。自由行的中国游客对商品的认知(Awareness)较高,且会在互联网上查找相关信息的频率较高。

Benjapol Boriruklert (2017) 在《中国游客在清迈市购买纪念品的行为研究》的论文中指出。研究发现,中国游客在清迈市购买纪念品的行为具有以下特点。大多数游客选择在清迈市购买纪念品是因为价格较为便宜。他们主要购买纺织品,并在购买前会从多个渠道进行价格比较。大部分游客选择在纪念品专卖店购买,每次购买纪念品的数量通常超过4件,且每次的花费通常少于2000泰铢。购买纪念品的主要目的是带回去送给他人,而决定购买的主要影响因素是游客自身。大多数游客曾在购物中心购买纪念品,并通过社交网络获取关于清迈市纪念品的信息。

Sudarat Kaewkrom et al. (2017) 在《旨在探讨中国游客在普吉府购买纪念品的行为研究》的论文中指出。研究对象为在普吉府旅游的165名中国游客。数据收集工具为问卷调查,

数据分析使用的统计方法包括频数、百分比、算术平均数和标准差。研究结果显示,普吉府的中国游客大多数为女性,年龄在 18 至 35 岁之间,主要具有本科学历。游客通常与家人或朋友一同旅行,停留时间为 4 至 7 天。最受欢迎的纪念品是珠宝和服装,其次是常备药品和干果。主要购买纪念品的原因是纪念旅游地,并作为礼物送给亲朋好友。游客主要在夜市购买纪念品,每次购买纪念品的花费在 1000 至 3000 泰铢之间。在购买纪念品时,中国游客最重视纪念品的精美细致和实用性。此研究结果对政府和从事纪念品业务的私人机构具有重要意义,可以帮助他们改进和提升对中国游客的服务。

邹甜心(2022)在《泰国商品的中文标识对中国消费者购买行为的影响研究》的论文中指出。研究结果表明,本文针对泰国商品中文标识对中国消费者行为的影响。本文的目的是将分析泰国的产品名称和说明产品信息的泰语标签中译文。为了研究影响消费者购买行为和解决问题的相关翻译。作者决定由上网调查和收集一些包装的数据,并且采用问卷调查了解中国消费者为何喜欢购买泰国产品以及是否曾经遇过中文标识翻译错误以及如何解决问题。研究结果,根据中国消费者的意见表明,中国消费者的个人购买行为与影响购买行为的外与内部完全不同。泰国产品受欢迎因质量好并价格合理。所谓泰国商品中文标识的任何问题并没有影响中国消费者购买行为,因为大多数中国消费者进行购买泰国商品之前,已经利用手机准备研究和收集自己想购买泰国商品,所以当它们实际进行购买泰国商品的时候,只向售货员展示信息即可,算是更方便及减少客户与卖家之间的误解。

总结内容

一、美功铁道市场调查情况

美功市场(又称美功铁道市场)位于泰国夜功府的美功县,是中国游客喜爱的旅游景点之一。这是一个享誉全球的旅游胜地,因其独特的铁道市场而闻名,吸引了大量中国游客前来观赏美功 - 班莱铁路上的火车穿越市场的奇景。在这条铁路上,有超过 300 家商贩在铁轨上售卖海鲜和农产品,因此这个市场被誉为“神奇泰国”。自 2005 年泰国旅游局推广以来,美功铁道市场就变得非常受欢迎。美功铁道市场位于美功火车站旁边,是北榄府市政市场的一部分。大约在 1984 年,美功铁道市场开始在铁路沿线摆摊设点。这个市场位于美功 - 班莱铁路上,两旁的商贩售卖的新鲜鲭鱼、海鲜、蔬菜、水果以及其他各种商品。顾客则在铁轨上行走购物,当听到火车鸣笛声时,商贩们会迅速收起雨伞和布篷,以让火车通过。这一独特的景象是游客们的一个重要体验。而当没有火车通过时,市场的买卖活动则照常进行。美功铁道市场将当地的独特生活方式和生存方式融入到旅游中,吸引了众多游客。旅游业的发展使美功铁道市场变得更为知名,不仅为北榄府带来了收入,也大大增加了周边商贩的收益。

美功铁道市场以其独特的火车穿过市场的景象而闻名,因此不仅是购物的好地方,也是旅游打卡的热门景点。泰国的美功铁道市场是泰国独具特色和受欢迎的旅游景点之一。美功铁道市场的特别之处在于商店紧靠铁轨设置。当火车经过时,商贩会收起伞和放在铁轨上的商品,以便火车通过。火车经过后,他们会重新摆摊。这种现象给游客带来了深刻的印象和刺激。这个市场具有一种亲切的本地氛围,反映了美功地区居民的生活方式。游客可以近距离体验到当地居民的日常生活。市场销售的商品种类繁多,如新鲜海鲜、蔬菜、水果和各种干货,主要是本地产品。

美功铁道市场的独特之处在于其商贩会在火车经过时收起伞和商品,这一现象增加了游客的兴趣和刺激感。而其他铁道市场则通常没有这种独特性,其氛围和商品各异,反映了各自地区的风格和流行趋势。

二、美功铁道市场中提供的汉语服务

美功铁道市场（Maeklong Railway Market）为游客提供了便利的中文服务，尤其是吸引大量中国游客前来游览。为了提升游客体验，市场内的一些摊位和商店提供中文标识和中文沟通服务，使得中国游客在购物和互动时更加便捷。一些商贩也能用简单的中文与游客交流，这对于不懂泰语的游客来说极大地提升了他们的购物体验。

此外，由于市场本身的特殊性（铁路经过市场中心），中文游客常常会被告知有关铁路通过市场时的注意事项以及如何安全欣赏这一独特景象。

总体来说，美功铁道市场的中文服务在促进中国游客的购物和游览体验方面发挥了重要作用，有助于吸引更多游客前来参观。美功铁道市场为中国游客提供了详细和周到的汉语服务，以确保他们在参观和购物过程中能够更加方便。以下是该市场中提供的汉语服务的详细信息：

（一）中文标识与指示牌

在美功铁道市场的各个关键位置，包括入口、停车场、信息亭等，都有清晰的中文标识和指示牌。这些中文标识帮助中国游客更轻松地导航市场，并找到他们需要的服务区和设施。例如，市场内的洗手间、火车通过时间等地点都用中文清晰标注，确保游客能够更方便地了解市场的布局和使用设施。

（二）中文购物与交易

市场内的许多摊位和商店为中国游客提供中文服务。部分摊主可以用中文与游客交流，介绍商品、讨论价格并提供购物建议。许多摊贩会学习基本的中文，以便与游客顺畅沟通，尤其在交易和支付时，能够提供更方便的服务。

（三）火车时间表和安全事项的中文介绍

由于美功铁道市场的一个独特之处就是火车会穿过市场，因此，市场内的许多摊位和信息点会提供中文的火车时间表和安全提示，帮助游客了解何时火车将经过市场以及如何避让。游客可以提前知道火车的具体时间，确保能够在火车到来时安全地观看和拍照，而不必担心错过或发生意外。

（四）标牌与信息

市场内的一些商店开始使用中文标价牌和商品说明，便于中国游客了解商品的价格和特点。为了更好地服务中国游客，美功铁道市场中有不少商铺在摊位上张贴了中文标识和价格牌。主要体现在以下几个方面：

1) 商品名称和价格中文标示很多售卖水果、甜品、海鲜干货、纪念品的小摊，都会用中文标注商品名称与价格，比如写着「新鲜椰子」、「芒果干」、「泰式手工皂」、「纪念T恤 150 铢」等，方便中国游客快速了解商品内容并直接购买。

2) 基础服务说明中文标注部分餐饮店（例如卖泰式奶茶、冰品的小摊）会标出中文菜单，包括泰式奶茶、椰子冰淇淋等，帮助游客点餐时更加方便。

在市场中提供中文服务对中国游客的购买行为产生了重大影响，因为它能够提高沟通的便利性和对商品及服务信息的理解，从而影响他们的购买决策，具体体现在以下几个方面：

（一）沟通的便利性

理解商品和服务使用中文解释商品和服务的详细信息，帮助中国游客更容易理解产品的特性、价格和促销活动，使他们能够更快做出购买决定。回答疑问和提供建议拥有能够讲中文的员工，能够清晰地回答疑问和提供建议，使游客在购买商品时感到更有信心和舒适。

（二）建立信心与满意度

服务的印象提供中文服务给中国游客留下良好的印象，使他们感受到市场重视并关心他们的需求。对商品的信任提供中文的商品信息使游客对商品和服务更加信任，减少对被骗或购

买不符合需求商品的担忧。

（三）增加销售额

加快购买决策提供易于理解和快速的信息和服务，使游客能够更快做出购买决策。重复购买和推荐获得良好服务体验的游客更有可能再次购买商品，并向朋友和家人推荐市场。

（四）市场推广与宣传

在中文渠道上推广通过中文社交媒体平台（如微信和微博）进行市场推广，能够吸引更多的中国游客。使用中文标识和广告在市场中使用中文标识和广告，有助于增强游客的熟悉感并吸引他们的注意。

在市场中提供中文服务对中国游客的购买行为产生了显著影响，提升了沟通的便利性，建立了信心和满意度，增加了销售额，并有效促进了市场推广。接受良好、易于理解的服务的中国游客，往往会花费更多，并向他人推荐市场，从而对市场的长期发展和成功产生积极影响。

三、美功铁道市场中的商品

美功铁道市作为泰国著名的旅游景点之一，提供了多种丰富的商品，吸引了成千上万的游客。市场内的商品种类繁多，涵盖了新鲜水果、海鲜、当地小吃、纪念品、日用品等。以下是市场中常见的商品分类：

（一）新鲜水果和蔬菜

美功铁道市场有着丰富的新鲜水果，特别是热带水果。在市场内，游客可以购买到如榴莲、山竹、椰子、香蕉、菠萝和芒果等各种泰国当地特产水果。这些水果不仅新鲜美味，而且价格亲民，成为游客必购的商品之一。

（二）海鲜产品

市场内的海鲜种类繁多，游客可以购买到新鲜的虾、蟹、鱼类以及贝类等。除了新鲜海鲜外，还有许多干制海鲜供游客选择，如鱿鱼干、虾干和鱼干等。这些海鲜产品非常适合作为旅行中的美食享受，也非常适合作为纪念品带回家。

（三）地方小吃和熟食

美功铁道市场是体验泰国地道美食的好地方。市场内有许多摊位提供泰式烧烤、炸香蕉、椰子冰淇淋等传统小吃。游客还可以品尝椰奶小甜点，这些美味的小吃非常受游客欢迎，特别是中国游客。

（四）纪念品与手工艺品

市场内有许多具有泰国特色的手工艺品和纪念品，包括手工制作的小饰品、钥匙扣、明信片以及T恤等。此外，游客还可以购买到布艺包、围巾、木雕制品等传统工艺品，这些都是非常适合做为纪念品或礼物的选择。

（五）日常用品

美功铁道市场也出售各种日常用品，如炊具、家居用品以及传统药草包等。这些商品不仅可以满足游客的实际需求，也能让游客带回家一些具有地方特色的实用商品。

美功铁道市场不仅是一个购物的好地方，还是一个深刻体验泰国文化的地方。这里的商品种类丰富，满足了游客的各种需求，尤其是对中国游客来说，这里提供了很多熟悉的商品和美食，能够带给他们独特的购物体验。每当火车经过时，市场内的迅速收摊更是增加了市场的独特魅力，使得这里成为游客们必游的旅游胜地。

结语

按照泰国旅游业的持续增长,前来美功铁道市场观光的中国游客数量不断增加。这一趋势直接推动了市场对中文服务需求的增加。本研究通过对美功铁道市场中文服务现状的实地调查与分析,深入探讨了中文服务对游客满意度及其消费行为的影响。调查显示,尽管美功铁道市场是泰国著名的旅游景点之一,吸引了大量中国游客,但在中文服务方面仍存在显著的短板。市场管理部门在中文标识、导览信息以及游客引导等方面的投入相对不足,缺乏专业的中文服务人员,导致无法有效地与中国游客进行中文沟通。此外,商贩们虽然与中国游客接触频繁,但大多数只能通过简单的中文词汇或肢体语言进行互动,缺少系统性的语言培训和服务意识。

尽管美功铁道市场在中文服务方面的不足可能会对游客体验产生一定影响,但研究发现,这些问题并未显著降低中国游客的访问兴趣。这是因为美功铁道市场独特的火车穿越市场景观本身具有强大的吸引力,成为游客到访的主要动力。在游客的交通引导、商品说明、饮食菜单以及纪念品介绍等方面,缺乏中文服务的问题确实对一些中国游客的消费体验产生了一定困扰,然而整体来说,市场的独特性和吸引力仍然使得中国游客的到访量保持稳定。

基于以上研究,本论文进一步指出,如果美功铁道市场能够加强中文服务的建设,尤其是在增设中文导览标识、提升商贩的基本中文沟通能力以及完善中文旅游信息的宣传方面,将大大提高中国游客的满意度。这不仅能够促进中国游客的消费意愿,还能够提升市场的整体形象和服务水平,从而推动市场旅游业的可持续发展。然而,本研究也存在一些局限性,如对市场管理部门中文服务能力的调查深度不够、游客满意度数据样本有限等问题,这可能会影响研究结论的准确性和全面性。未来的研究应基于更广泛的数据收集,进一步探讨不同语言服务对游客行为的具体影响,为泰国旅游市场的多语言服务体系的建设提供更加丰富和实证的参考。

研究结果

一、美功铁道市场中文服务与中国游客的消费行为评估

(一) 美功铁道市场中文服务情况

随着泰国成为中国游客最青睐的旅游目的地之一,如何为他们提供便利、友好的服务成为提升市场竞争力的关键。美功铁道市场作为著名的旅游景点,以火车穿越市场的独特景观吸引了大量中国游客。为了评估该市场的中文服务质量与游客体验,我们于2024年12月至2025年2月期间,对100位正在美功铁道市场旅行的中国游客进行了问卷调查,回收率达100%。调查内容涵盖基本信息、旅游行为、购物习惯、中文服务满意度及建议反馈等五个方面。数据显示,游客以31-40岁的中青年为主,学历普遍较高(本科74%),多数人通过旅行社成团到访(占78%),消费集中在101-200元之间(52%),对中文服务的需求与期待相对较高。

在中文服务方面,问卷结果显示有86%的受访者表示“满意”,认为目前市场内部分摊位能用基础中文交流,部分商家使用翻译APP沟通,且个别摊位设有中文价目表,使购物过程基本顺利。中国游客对美功铁道市场的语言服务方面的满意度因素大多数是满意(平均分为3.87)。在语言服务方面的子因素中,对中国游客满意度影响满意的因素包括:美功铁道市场的总体服务质量(平均分为3.95),美功铁道市场有汉语标识牌(平均分为4.05),美功铁道市场的汉语菜单(平均分为4.04),美功铁道市场汉语服务人员的沟通能力(平均分为3.85)。

然而,仍有14%的游客表示不满,主要集中在市场整体缺乏中文指示标识、商户沟通仍以泰语或英语为主、缺乏统一的中文导览图及信息服务窗口,以及购物过程中曾因语言不通产生误解等问题。从相关题项得分来看,这些方面普遍评价较低,例如“市场中文指示标识清晰度”,“商户中文沟通能力”,“中文导览图和服务窗口设置”,“购物过程中的语言误解”。这些数据表明,美功市场的中文服务仍处于初级阶段,缺乏统一规划和系统支持,难以满足自由行

游客或首次来访者在独立旅游过程中的语言与信息需求，提升空间仍较为显著。

在语言服务方面的子因素中，对中国游客满意度影响一般满意的因素是美功铁道市场提供汉语网站（平均分为 3.45）。基于调查结果，我们建议市场管理方采取多项措施提升中文服务质量。首先，应增设三语（中、英、泰）指示牌和游客动线引导标志，方便游客导航与停留。其次，可设计中文市场导览图或推出微信小程序，让游客在手机上即可查找摊位分类、火车时刻表与设施位置。此外，应鼓励商户参加基础中文培训，并推广翻译应用设备，提高沟通效率。建议设立中文志愿服务台，协助解答问题、引导路径，并与旅行社合作，设立“中文友好商户”推荐机制，统一标识方便辨识。通过系统提升语言服务，美功铁道市场将更好地满足中国游客的旅游体验，增强其对泰国文化与服务的认可，从而进一步推动旅游经济的持续增长。

（二）美功铁道市场中文服务 SWOT 分析

1) 优势 (Strength)

美功铁道市场在吸引中国游客方面具有明显的优势。首先，该市场作为泰国著名的旅游地，深受中国游客喜爱。根据调查数据，91%的游客是首次来到美功铁道市场，这也说明该市场具有强大的吸引力和潜在的顾客群体。其次，市场内的商户在中文服务方面已开始有所适应，越来越多的商户提供了标价清晰、基础中文服务，游客的中文服务满意度达到了 86%，这一点反映了游客对于现有服务的普遍认可。最后，市场本身的地理优势及交通便捷性，使得中国游客能够轻松前往，为中文服务的发展提供了天然的客源。

2) 劣势 (Weaknesses)

然而，美功铁道市场的中文服务仍面临一些劣势。首先，许多商户的中文表达能力有限，依赖翻译软件进行沟通，导致交流效率低下，可能会影响游客的购物体验。其次，市场内缺乏系统的中文指引，如地图、导览说明牌等，游客往往需要依赖工作人员的口头指引，且存在语言不通的困扰。此外，商户对中国游客的文化和消费习惯了解不足，这使得部分服务无法精确对接游客需求。最后，市场中文服务人员的短缺及流动性较高，使得中文服务的稳定性难以得到保证。

3) 机会 (Opportunities)

随着泰国政府不断推动与中国的旅游合作，特别是中国游客的免签政策，未来将有更多的中国游客来到美功铁道市场，这为中文服务的发展带来了新的机会。此外，随着社交平台如小红书和抖音对美功铁道市场的宣传，市场在中国游客中的知名度和吸引力持续提升。因此，美功铁道市场可以通过商户合作，推出专门的中文手册或推荐路线，以提升游客的整体体验。另外，市场还可以与高校或语言培训机构合作，开展中文培训项目，帮助商户提高中文服务水平，进一步提升游客满意度。

4) 威胁 (Threat)

尽管存在较多机会，但美功铁道市场的中文服务也面临一定的威胁。首先，中文服务人员的短缺和高流动性问题，可能导致服务质量的不稳定，这在高峰期尤为显著。其次，随着中国游客消费趋势的变化，市场需要持续更新服务内容以适应游客的需求。例如，一些游客对产品的质量、价格及售后服务有更高的期望，商户可能需要提供更加细致和个性化的服务。此外，在市场的高峰期，由于游客过多，火车通过时的安全隐患也可能对游客的体验造成负面影响。最后，社交媒体的迅速传播意味着如果服务不到位，负面评价很容易扩散，可能损害市场的形象。

综上所述，美功铁道市场在提供中文服务方面已经取得了一定的成绩，但仍面临不少挑战。为了更好地满足中国游客的需求，市场应从提升中文服务质量、增加中文指引设施、加强中文

培训等方面着手,不断优化游客体验。只有这样,才能在激烈的竞争中保持优势,吸引更多的中国游客光临。

（三）中国游客的消费行为

根据消费者行为理论,本研究分析了中国游客在泰国美功铁道市场的购买行为。首先,研究发现游客购买商品的动机多种多样,主要包括价格合理、产品创意以及商品的实用性等因素。在市场上,游客通常根据价格、创意、耐用性和是否具备泰国文化特色来做出购买决策。此外,游客对购买商品的种类也具有多样化的需求,既包括当地特色的手工艺品、香料和水果,也包括一些小饰品和纪念品。多数游客购买商品的主要目的是自用或赠送他人。

进一步分析了影响中国游客购买决策的几个关键因素,首先是价格因素,游客通常会选择性价比高的商品,并倾向于选择具有明确价格标签的商品。其次,商店的环境和商品的展示方式对游客的购物体验有着显著影响,整洁的环境和清晰的商品陈列能大大提升游客的购买欲望。最后,销售人员的推荐以及中文服务成为游客做出购买决策的重要因素,尤其是售货员能够提供中文服务,能够更好地帮助游客理解商品信息和做出购买选择。

在营销组合方面,商品质量、价格优惠、购物环境和促销活动等均对中国游客的购买决策产生了显著影响。商品的质量、耐用性和创意性在游客的购买决策中占据重要地位,而价格透明和议价空间也起到了推动消费的作用。同时,购物环境的整洁和商品的展示效果使得游客在选择商品时更加倾向于购买。此外,售货员的推荐和语言沟通能力也是提升购买意图的重要因素。因此,市场商家应根据这些关键因素优化产品和服务,以提高游客的购物满意度和购买率。

从问卷统计结果来看,影响中国游客在美功铁道市场购买商品的价格方面大多数是重要(平均分为 4.05)。在价格方面的子因素中,对中国游客满意度影响非常重要的因素是物美价廉(平均分为 4.58)。在价格方面的子因素中,对中国游客满意度影响重要的因素包括:有明确的价格标签(平均分为 4.01,可以讨价还价(平均分为 3.65),同种类商品有几种价格提供选择(平均分为 3.83),与别家商店比较后,商品价格合理(平均分为 4.16),可使用支付宝、微信支付(平均分为 4.04)。反映出游客普遍关注商品的性价比;影响中国游客在美功铁道市场购买商品的场所或分销渠道方面大多数是重要(平均分为 3.87)。在场所或分销渠道方面的子因素中,对中国游客满意度影响重要的因素包括:商店环境优美(平均分为 3.84),商店装饰得很吸引顾客(平均分为 3.73),商品一目了然(平均分为 4.03);而影响中国游客在美功铁道市场购买商品的人员方面大多数是重要(平均分为 4.18)。在人员方面的子因素中,对中国游客满意度影响重要的因素包括:销售人员有关于商品的专业知识(平均分为 4.04),销售人员能用中文、英文沟通(平均分为 4.21),销售人员态度热情,有礼貌(平均分为 4.35),销售人员能让顾客留下深刻印象(平均分为 4.10),说明语言支持和导购行为在推动购买行为中的积极作用。这些数据从多个维度量化了游客的消费偏好与决策逻辑,为市场管理和商家策略优化提供了具体参考。

（四）中国游客的消费行为 4Ps 分析

针对中国游客的消费行为进行 4Ps 分析(产品、价格、渠道、促销),可以帮助更好地理解他们的购物决策过程以及如何优化营销策略。

1) 产品(Product)

中国游客在美功铁道市场的消费行为表明,他们对产品的需求偏向于具有地方特色和纪念意义的商品。尤其是手工艺品、泰国特产和具有文化象征性的商品,如香料、工艺品、服饰等,受到游客的青睐。游客更倾向于选择能够体现泰国文化特色的产品,这不仅能满足他们的购物

需求,还能作为旅游的纪念。此外,产品的质量和独特性也是他们决定是否购买的关键因素,尤其是在商品种类繁多、风格多样的市场环境中,具备独特价值和实用性的产品更能吸引中国游客。

2) 价格 (Price)

价格对中国游客的消费行为有显著影响。游客通常对价格较为敏感,尤其是当他们在多个摊位之间进行比较时。价格合理、透明的商品更容易吸引游客的购买兴趣。对于一些较为高价的商品,游客倾向于寻求折扣或优惠活动,且在购买过程中常进行讨价还价。市场商家可以通过设置合理的定价和灵活的价格策略,满足游客对性价比的需求。此外,免税商品和提供一定折扣的促销活动也是刺激消费的有效方式。

3) 渠道 (Place)

在美功铁道市场,中国游客的消费行为受市场的地理位置和交通便利性影响。由于市场本身的知名度和特殊的铁路市场形式,游客常常专程前来体验这种独特的购物环境。购物过程中,游客通常通过现场的摊位或商店购买商品,且依赖于现场体验、商品的展示和售货员的介绍来做出决策。除了实体摊位,越来越多的商家开始通过社交媒体平台和电子商务渠道进行销售,这也吸引了一部分习惯线上购物的游客,尤其是在购买纪念品时,线上渠道成为他们购买商品的重要途径。

4) 促销 (Promotion)

促销活动是影响中国游客购买决策的重要因素。通过有效的促销策略,如打折、限时优惠、捆绑销售等,商家能够吸引游客注意并激发他们的购买欲望。尤其是针对节假日和特定购物季节,商家通过优惠券、满减、赠品等活动吸引游客参与消费。此外,市场中能够提供中文服务的售货员或标牌也能有效促进游客的购买意图,消除语言障碍,增强游客的购物体验。促销信息通过社交平台、微信群等渠道传播,进一步提升了市场的曝光率和吸引力。

通过 4Ps 分析,可以看出,中国游客在美功铁道市场的消费行为受产品特色、价格敏感度、购物渠道和促销活动等多方面因素的影响。商家若能在这些方面下功夫,将能够更好地吸引并维持游客的消费兴趣,提高市场的吸引力和销售额。

二、美功铁道市场存在的问题

(一) 美功铁道市场存在的汉语服务问题

1) 缺乏专业的中文服务人员

尽管美功铁道市场每年吸引大量的中国游客,但市场上大部分商户并没有足够的中文服务人员,尤其是一些小摊位和地方性商家。这使得中国游客在购物时遇到语言障碍,无法顺利与摊主交流,尤其是当他们有关于商品的具体问题或需要了解更多信息时,往往很难获得有效的帮助。缺乏中文服务人员不仅影响游客的购物体验,还可能导致游客的不满或流失,进而影响商家的收入和市场声誉。

2) 中文标识和说明不足

尽管泰国是一个旅游热门目的地,但在美功铁道市场,中文标识和商品说明的缺乏是一个突出问题。市场内很多商品都只有泰文标签,甚至没有任何外文信息。对于许多不懂泰语的中国游客而言,这种情况显然增加了购物的难度,特别是在选择纪念品、食品或手工艺品时,他们无法了解商品的具体信息和价格,容易产生困惑或购买不符合需求的商品。没有充分的中文标识,使得一些游客可能因为不理解而放弃购买,进而影响了商家的销售额。

3) 翻译质量不高

即使一些摊位尝试使用中文标识或提供简短的中文介绍,翻译质量却常常不尽如人意。有

些商家在翻译时未能准确表达商品的特色或用途，甚至出现语法错误或直接翻译的不流畅，使得中国游客感到困惑或误解商品信息。例如，某些商品的中文翻译可能使用了生硬的表达方式，或与实际情况不符，导致游客的购买意图受到影响。因此，提高翻译质量、确保中文描述的准确性和可读性，是提升中国游客购物体验的重要方面。

4) 中文客户服务不完善

尽管一些商家提供中文服务，但由于员工的中文水平参差不齐，很多商家的中文服务水平并没有达到游客的期望。一些商家可能只会简单的中文对话，但无法进行复杂的交流或解答游客的具体问题。更有一些摊位甚至没有培训员工如何处理中文顾客的需求，导致服务不周到，游客无法得到满意的帮助。这种服务差异不仅影响游客的购物体验，还可能造成游客对市场的负面印象，进而影响他们的购买决策。

5) 缺乏中文支付系统

由于中国游客在购物时普遍习惯使用支付宝、微信支付等移动支付方式，然而在美功铁道市场，很多商户仍然只接受现金或泰国本地支付系统。部分商家虽然提供了中文标识，但在支付过程中并没有提供中文界面或支付选项，这使得中国游客在结账时遇到困难。有些游客可能不熟悉泰国的支付方式，甚至在支付时感到不方便，进而产生负面情绪。因此，商家应考虑引入中文支付系统，方便中国游客进行支付，提升他们的购物体验。

(二) 美功铁道市场的中国游客消费行为

1) 偏好具有地方特色的商品

中国游客在美功铁道市场的消费行为中，最常见的是偏好购买具有泰国地方特色的商品，尤其是纪念品和手工艺品。例如，泰国传统的香料、布艺、银饰以及特色食品等，都是中国游客青睐的商品类型。许多游客希望通过购买这些具有文化代表性的商品，不仅能够满足个人或亲友的需求，还能作为旅行的纪念。美功铁道市场正是以其独特的本土特色吸引了大量游客前来购买这些独一无二的商品。此外，这些具有地方特色的商品通常价格适中，能够满足不同消费者的预算需求，是游客购买的主要动因之一。

2) 价格敏感

中国游客通常具有较高的价格敏感度，在购物时他们会主动与商家讨价还价，尝试寻找性价比高的商品。特别是在市场这种环境下，游客往往会比较不同摊位的商品价格，选择价格合理且符合需求的商品进行购买。许多中国游客对价格有一定的预期，因此商家需要根据不同游客的购买力提供灵活的定价策略。对于价格不透明或过于高价的商品，游客通常会选择放弃或选择其他替代品。因此，商家应在定价时考虑到游客的价格心理，以提高销售额。

3) 倾向于集体购买

美功铁道市场的中国游客大多喜欢与家人或朋友一起旅行，因此他们的购买行为通常具有集体性。很多中国游客在市场上购买商品时，往往不是单独购买，而是以家庭或团体的形式进行集体采购。这种消费行为在购买纪念品或食品时尤为明显，因为游客希望为家人和朋友带回更多的纪念物或特产。此外，由于中国游客通常会与同行的亲友分享购物体验，他们更倾向于在价格、品质上进行比较，以确保每个人都能购买到最满意的商品。

4) 追求独特性和稀缺性

中国游客在选择商品时，通常偏好那些具有独特性和稀缺性的商品，尤其是限量版、手工艺品或者带有个人化设计的商品。这类商品不仅能够体现游客的个性，还能作为纪念旅行的特殊标志。游客往往愿意为这种独特商品支付较高的价格，因为他们认为这类商品的价值不仅体现在其物理属性上，更在于其背后所承载的文化和个性化的意义。因此，商家如果能够提供具

有独特设计或稀缺性的商品，将能够更好地吸引中国游客。

5) 依赖社交媒体获取信息

现代中国游客的消费行为越来越依赖于社交媒体和网络信息，在出行前，他们通常会通过微博、微信等平台查阅关于美功铁道市场的相关信息，尤其是其他游客的推荐和评价。这些社交平台上的用户分享、旅行攻略以及商品推荐，能够显著影响游客的决策。游客常常根据这些网络信息来确定是否访问美功铁道市场，并决定在市场上购买哪些商品。因此，商家应利用社交媒体平台与中国游客进行有效互动，提升市场的知名度和品牌影响力，同时通过平台反馈游客的真实体验，增加其他游客的购买意愿。

改进的措施和建议

一、解决美功铁道市场汉语服务问题的建议与改进措施

1) 增加中文服务人员的招聘与培训

美功铁道市场可以通过增加中文服务人员来解决语言障碍问题。招聘熟练掌握中文的工作人员，并提供专业的中文培训，帮助他们了解如何与中国游客有效沟通。通过这种方式，不仅可以提升游客的购物体验，还能增加游客的满意度和回头率。此外，商家还可以定期组织中文语言培训，提高员工的沟通能力和客户服务水平，从而更好地满足中国游客的需求。

2) 完善中文标识与商品说明

提供中文标识和商品说明是提升中国游客购物体验的有效方式。商家应当为每个商品提供中文标签，特别是在价格、成分、使用说明等方面，确保信息的准确性和完整性。市场内的主要区域和摊位可以增设中文导视牌，使游客能够更轻松找到感兴趣的物品和目标区域。通过这些措施，可以减少因语言障碍导致的误解和困惑，提高游客的购买决策效率。

3) 提升翻译质量与准确性

为了确保中文翻译的准确性和流畅性，商家应该聘请专业的翻译人员或使用可靠的翻译软件，避免出现语言错误或不当翻译的情况。除了基础的商品信息外，还可以根据游客常见的疑问和需求提前准备常用的中文对话模板，提升沟通效率。此外，商家可以定期检查中文标识和翻译内容的准确性，以确保游客在购买过程中能获得清晰且准确的信息。

4) 建立中文客户服务中心

美功铁道市场可以设立专门的中文客服服务台，提供中文咨询服务，帮助游客解决各种疑问和问题。在这一中心，游客可以获得有关商品、支付、退换货等方面的帮助，确保他们在购物过程中的顺利体验。同时，客服人员可以通过电话或在线方式，提供更多针对中国游客的个性化服务，进一步提升游客的满意度。

5. 推广中文支付系统

为了满足中国游客习惯使用移动支付的需求，商家应尽快引入中文支付系统，如支付宝、微信支付等。提供中文支付界面可以使游客在结账时更为便捷，减少因支付困难而导致的购物放弃。商家可以在市场的各大摊位和区域推广这一支付方式，同时通过培训员工来帮助游客使用这些支付系统，增强游客的支付体验和市场的吸引力。

二、改善美功铁道市场中国游客消费行为的建议与改进措施

1) 提升商品的多样性与本土特色

针对中国游客喜欢购买具有地方特色的商品这一消费行为，商家可以进一步挖掘泰国本土的特色商品，例如泰国独特的手工艺品、特色食品等，推出更多具有泰国文化符号的商品。同时，可以与当地艺术家或设计师合作，推出限量版、创意设计商品，满足中国游客对独特性和稀缺性的追求，从而提升市场的吸引力。

2) 实施灵活的定价策略与折扣活动

由于中国游客价格敏感,商家可以根据游客的消费能力提供不同的价格选择和折扣活动。例如,可以推出面向中国游客的专属折扣卡,或定期举办“买一送一”的促销活动,吸引游客前来购买。商家还可以设置一定的价格区间,确保游客无论预算如何,都能在市场内找到符合自己需求的商品,从而提升整体的销售量。

3) 推广家庭与团体购买优惠

鉴于中国游客的集体购买行为,商家可以推出家庭套餐和团体优惠活动。例如,针对家庭游客提供打包优惠,购买多件商品时享受折扣。商家还可以设置团购活动,当团体游客在一定人数以上时,提供专属折扣。这样可以有效增加单次交易的数量,提升游客的购买欲望,并加强游客与商家的互动。

4) 优化商品展示和社交媒体营销

鉴于中国游客越来越依赖社交媒体获取信息,商家可以通过社交媒体平台(如微信、微博等)进行营销推广,增加市场的曝光度。商家可以邀请一些旅游博主或中国游客分享他们在美功铁道市场的购物体验,发布商品推荐和旅游攻略,吸引更多中国游客的关注。通过社交媒体的互动与传播,不仅可以增加游客的到访率,还能提高市场的品牌知名度和市场竞争力。

5) 提升游客体验与个性化服务

为了满足中国游客对独特性和个性化的需求,商家可以提供定制化服务。例如,游客可以根据个人需求定制商品或选择特别的包装方式,或者商家为游客提供专属的个性化购物体验,如私人购物顾问等。通过提升游客的购物体验,可以增强他们的购买意愿,并提高他们对市场的忠诚度和满意度。商家还可以通过会员制度等方式,增强游客的归属感和重复消费的可能性。

参考文献

中文资料

- [1] 邹甜心. 影响中国消费者购买行为对泰国商品中文标识研究[D]. 华侨崇圣大学. 2022
- [2] 林凤娇. 曼谷水上市场汉语服务调查研究——以安帕瓦水上市场为例[D]. 华侨崇圣大学. 2018
- [3] 刘捷. 泰国零售业汉语服务研究——以 Terminal 21 购物中心为例[D]. 华侨崇圣大学. 2017
- [4] Warittha Phanmanee. 旅游对泰国夜功府美功铁道市场商业的影响[D]. 东方大学. 2015
- [5] Zhang Wei. 中国游客在泰国芭提雅观赏变性人表演的动机与满意度研究[D]. 曼谷大学. 2018
- [6] 国内外文献综述. [DB/OL]. 华侨崇圣大学.
<https://has.hcu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/718/4/Chapter2.pdf>
- [7] 王碧珠. 商务汉语在发展泰国旅游业的应用研究[D]. 华侨崇圣大学. 2015
- [8] 张曦丹. 泰国旅游者赴滇购物行为研究[J]. 泰国华侨崇圣大学研究生院. 2014
- [9] 【附火车时间表完整版】48 銖玩美功鐵路市場懶人包
[EB/OL]. <https://www.thailandfans.com/blogs/details/3967>
- [10] 飘儿. 【曼谷近郊】美功铁路市场一日游, 来去看火车通过菜市场的世界奇景[EB/OL]. 2023. <https://www.bring-you.info/zh-hans/maeklong-railway-market>
- [11] Cathy. 美功铁道市场攻略(交通+火车时刻表) [EB/OL]. 2017.
<https://m.tyouqu.com/index.php?&a=show&catid=43&typeid=&id=167>
- [12] 【曼谷景點】美功鐵道市場攻略 | 最佳拍照位置、往返交通方式、巴士搭乘教學
[EB/OL]. 2025. <https://mamahuhu.blog/overseas/maeklong-railway-market/#%e7%be%8e%e5%8a%9f%e9%90%b5%e9%81%93%e5%b8%82%e5%a0%b4-%e6%99%af%e9%b%9e%e4%bd%8d%e7%bd%ae>

英文资料

- [1] In charts: China's outbound tourism in 2024 [EB/OL]. 2024.
<https://www.eiu.com/n/in-charts-chinas-outbound-tourism-in-2024/>

泰文资料

- [1] จุฑาทิพย์ ทิพย์เหรียญ. พฤติกรรมการซื้อของฝากของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบอิสระในเขตกรุงเทพมหานคร [D]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2016
- [2] เบญจพล บริรักษ์เลิศ. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการซื้อของที่ระลึกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ [D]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2017
- [3] Zhenru Zhou. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบอิสระ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ [D].
มหาวิทยาลัยแม่โจ้. 2019
- [5] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทย [EB/OL]. <http://www.mots.go.th> (15 กรกฎาคม 2567)
- [6] ผู้จัดการออนไลน์. พ่อค้า-แม่ค้าตลาดร่มหุบยิ้มเตรียมพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวจีนมาเยือน [EB/OL]. 2023.
<https://mgronline.com/local/detail/9660000002727>