



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การศึกษาการให้บริการด้านภาษาจีนของศูนย์การค้าดิเอ็มควอเทียร์

A STUDY ON CHINESE LANGUAGE SERVICE OF  
THE EMQUARTIER DEPARTMENT STORE

曼谷EM购物中心的汉语服务调查研究

วัชรี บริบูรณ์ (万昌丽)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)  
คณะภาษาและวัฒนธรรมจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การศึกษาการให้บริการด้านภาษาจีนของศูนย์การค้าดิเอ็มควอเทียร์  
A STUDY ON CHINESE LANGUAGE SERVICE OF  
THE EMQUARTIER DEPARTMENT STORE  
曼谷 EM 购物中心的汉语服务调查研究

วัชรีย์ บริบูรณ์ (万昌丽)

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)  
เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ. 2563

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไล ลิ้มถาวรานันต์  
ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

Prof. Dr. Li Yanfeng  
อาจารย์ที่ปรึกษา

Dr. Zhao Ping  
กรรมการ

Prof. Dr. Li Yanfeng  
กรรมการ

Assoc. Prof. Dr. Fan Jun  
กรรมการ

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทร์โรนันทน์  
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทร์โรนันทน์  
กรรมการ

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทร์โรนันทน์  
คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

## การศึกษาการให้บริการด้านภาษาจีนของศูนย์การค้าดิเอ็มควอเทียร์

วัชรีย์ บริบูรณ์ 616047

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: Li Yanfeng, Ph.D.

### บทคัดย่อ

ปัจจุบันประเทศไทยถือเป็นจุดหมายด้านการท่องเที่ยวอันดับต้น ๆ ของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก และระยะเวลากว่า 10 ปีมานี้ นักท่องเที่ยวจีนก็มีแนวโน้มเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นต่อเนื่องทุกปี เป้าหมายไม่ใช่เพียงแค่การท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญต่างๆ เท่านั้น จากการสำรวจพบว่า หากพวกเขาเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ พวกเขาจะใช้เงินไปกับการซื้อของกินของใช้ในศูนย์การค้ามากที่สุด ดังนั้นศูนย์การค้าหลายแห่งในกรุงเทพฯ จึงต้องเพิ่มบริการให้แก่นักท่องเที่ยวจีนเป็นพิเศษมากมาย ไม่เว้นแม้แต่ศูนย์การค้าที่เน้นกลุ่มคนที่มีกำลังจับจ่ายสูงอย่าง “ดิเอ็มควอเทียร์” ที่นี้เริ่มเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 27 มีนาคม พ.ศ.2558 เป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่ให้บริการครบวงจร มีจุดชมวิวที่เป็นสวนลอยฟ้า น้ำตกและพื้นที่สีเขียวมากมาย ซึ่งถือเป็นแลนด์มาร์กแห่งหนึ่งใจกลางกรุงเทพมหานคร และในปี พ.ศ.2560 ดิเอ็มควอเทียร์ยังได้รับรางวัล Chinese People’s Choice Awards Thailand 2017 จึงเป็นสิ่งยืนยันได้ว่าได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจีนอย่างมาก

เนื้อหาสำคัญของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้คือการสำรวจกลยุทธ์และรูปแบบการตลาดของศูนย์การค้ารวมถึงคุณภาพการให้บริการภาษาจีนในรูปแบบต่างๆ ทั้งศูนย์บริการ ร้านค้า เว็บไซต์ เป็นต้น ตลอดจนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน ผ่านวิธีการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณและคุณภาพจากข้อมูลแบบสอบถาม โดยเนื้อหาหลักในบทที่ 1 จะอธิบายถึงการตลาดและการให้บริการทั่วไปด้านภาษาจีนภายในศูนย์การค้า บทที่ 2 จะเป็นการสำรวจและวิเคราะห์การให้บริการภาษาจีนภายในศูนย์การค้า และบทที่ 3 จะเป็นการสรุปผลทั้งหมดทั้งในแง่การตลาดและการให้บริการภาษาจีน ซึ่งผลการวิจัยพบว่าร้อยละ 41 การให้บริการภาษาจีนของศูนย์การค้าค่อนข้างแย่ และร้อยละ 55 พนักงานบริการภาษาจีนและพนักงานขายยังสื่อสารภาษาจีนได้ไม่ดีนัก ดังนั้นเพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจีน ศูนย์การค้าจำเป็นต้องยกระดับคุณภาพการให้บริการภาษาจีนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังนำเสนอปัญหาที่มีอยู่ตลอดจนแนวทางการแก้ไขปัญหาของศูนย์การค้าในการให้บริการภาษาจีน เพื่อเป็นประโยชน์ด้านบริการภาษาจีนในอนาคตต่อไป

**คำสำคัญ:** ศูนย์การค้าดิเอ็มควอเทียร์ บริการภาษาจีน ความสามารถด้านภาษาจีน ข้อเสนอแนะ

# **A STUDY OF CHINESE LANGUAGE SERVICE OF THE EMQUARTIER DEPARTMENT STORE**

WATCHAREE BORIBOON 616047

MASTER OF ARTS (CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: LI YAN FENG, Ph.D.

## **ABSTRACT**

Nowadays Thailand has become a top destination for tourists from around the world, especially the Chinese. We have seen increasing numbers of Chinese tourists visiting Thailand. Tourist attractions are not their only traveling propose. The research shows that when they visit Bangkok, they spend most of their travel expenses on food and shopping. For this reason, many department stores in the city offer special services for Chinese tourists – including “The EmQuartier” which focuses on high spenders. It was opened on 27<sup>th</sup> March 2015 as one of the largest shopping complexes. Its luscious rooftop garden and outdoor waterfall have since become Bangkok’s landmarks. In 2017, The EmQuartier was awarded Chinese People’s Choice Awards Thailand of that year, which attests to its popularity among Chinese visitors.

The main focus of this thesis is to study the marketing models and strategies of The EmQuartier, and to assess the quality of Chinese-language services, for example, tourist centers, shops, website, etc. It also aims to evaluate the satisfaction of Chinese tourists through quantitative and qualitative analysis of questionnaire survey. Chapter 1 explains the marketing model and general services for Chinese tourists provided at the mall. In Chapter 2, the Chinese services will be explored and analyzed in detail. Chapter 3 will summarize all the findings regarding the marketing and Chinese-language services. The research found that in terms of quality, 41% of Chinese language services in this department store is quite poor. 55% of Chinese service staff still has many problems. The EmQuartier needs to upgrade the quality of its Chinese language service to meet the needs of Chinese tourists who visit in the department store. The thesis also points out current issues and proposes suggestions to improve the Chinese language services, which I hope will be useful in the future.

**Keywords:** The EmQuartier department store, Chinese-language services,  
Chinese language skills, Suggestions

# 曼谷 EM 购物中心 (The EmQuartier) 的汉语服务调查研究

万昌丽 616047

文学硕士学位 (商业汉语)

指导老师: 李严锋教授

## 摘要

目前中国游客到泰国旅游的目的, 不仅仅是那些重要的景点, 根据调研还发现, 中国游客在曼谷旅游及逗留期间, 在餐饮和购物方面的开销占有较大比重。因此, 曼谷的许多购物中心纷纷增设针对中国游客的便利服务措施, 就连曼谷顶级购物中心“曼谷 EM 购物中心”也不例外, 这家商场主要聚焦高端购买力顾客群, 作为一座大型购物中心, 拥有齐全的顾客服务设施, 精心的设计, 成为曼谷市中心的一个地标。2017 年, 这座购物中心还获得了泰国旅游局颁发的“2017 年深受中国游客喜爱奖”。

本论文的主要内容, 是针对曼谷 EM 购物中心的市场营销策略和形式进行研究, 包括各种形式的汉语服务及其质量。覆盖了商圈本身、商圈内的各家商店以及网站, 同时也调研了中国游客对这些服务的满意度, 透过问卷调查的方式, 对质与量进行分析评估。论文第一章, 将说明曼谷 EM 购物中心的发展、建筑风格特色、各商家的分布、营销策略、为游客服务的特点, 以及为中国游客在商场消费的情况和汉语服务提供状况; 第二章针对商场内汉语服务作深入调研与分析, 销售人员和服务人员的汉语状况, 包括汉语网站调查及中国游客对商场汉语服务的满意度调查; 第三章则对所有内容进行总结, 对汉语服务的分析研究, 发现百分之四十一汉语服务质量比较差, 百分之五十五汉语服务人员不能较好地于中国游客进行沟通, 为了满足中国游客的需要, 购物中心必须提高汉语服务质量, 包括市场营销角度、汉语服务的模式、所面临的问题以及解决方案。以利于该商圈对汉语服务进行适当改进。此外, 本论文创新也通过深入分析营销汉语服务现状及存在问题, 并基于问题和调查数据提出相应的改进措施和方法, 从而为泰国购物中心的营销汉语服务提供参考, 同时也指出了缺点, 那些地方要改善, 尤其是汉语服务管理方面的不足, 虽然不包括汉语服务质量的首要因素, 但是针对这些问题提出了改善的建议和措施。

**关键词:** 曼谷 EM 购物中心、汉语服务、汉语水平、对策建议

# 目录

บทคัดย่อ	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
摘要	III
目录	IV
图表目录	VI
表格目录	VIII
绪论	1
一、选题的背景及研究意义	1
二、本选题研究领域的国内外研究综述	2
三、本选题的研究目的、方法、研究框架、内容与创新性	7
四、所要解决的主要问题和研究途径与方法	9
<b>第一章 曼谷 EM 购物中心的发展状况</b>	10
第一节 曼谷 EM 购物中心的发展	10
一、曼谷 EM 购物中心的建筑风格与特色	12
二、曼谷 EM 购物中心各商家的分布	15
第二节 曼谷 EM 购物中心的营销情况	21
一、曼谷 EM 购物中心的营销策略	21
二、曼谷 EM 购物中心为游客服务的特点	23
第三节 曼谷 EM 购物中心为中国游客服务的状况	25
一、中国游客在曼谷 EM 购物中心消费的情况	25
二、曼谷 EM 购物中心汉语服务提供状况	26
<b>第二章 曼谷 EM 购物中心的汉语服务调查</b>	28
第一节 曼谷 EM 购物中心销售人员和服务人员的汉语状况	28
一、问卷设计及访谈	28
二、服务人员和销售人员的问卷分析	28
三、服务人员与销售人员的汉语水平和服务情况	29
第二节 曼谷 EM 购物中心的汉语网站调查	33
一、汉语网站服务项目	33
二、汉语网站服务情况	35
三、中国游客对曼谷 EM 购物中心汉语网页的反映	35

第三节 中国游客对购物中心汉语服务的满意度调查	37
一、曼谷 EM 购物中心的服务情况的调查	37
二、对曼谷 EM 购物中心总体服务情况的反映	39
<b>第三章 曼谷 EM 购物中心的经营管理分析评估</b>	<b>45</b>
第一节 曼谷 EM 购物中心的管理和汉语服务 SWOT 分析	45
一、曼谷 EM 购物中心管理和汉语服务 SWOT 分析	45
二、曼谷 EM 购物中心汉语服务调查结果分析	47
第二节 曼谷 EM 购物中心汉语服务中存在的问题	49
第三节 解决问题的建议和改进措施	51
结语	53
致谢	55
参考文献	56
附录一曼谷 EM 购物中心管理人员访谈	58
附录二曼谷 EM 购物中心销售人员和工作人员的问卷调查	59
附录三中国游客问卷调查	62
ประวัติผู้เขียน (个人简历)	65

## 图表目录

图 1	曼谷 EM 购物中心的研究框架	8
图 1.1	曼谷 EM 购物中心的全景	11
图 1.2	曼谷 EM 购物中心的螺旋区域大厦	12
图 1.3	螺旋区域大厦的室内气氛	13
图 1.4	螺旋区域大厦的自动停车	13
图 1.5	曼谷 EM 购物中心的玻璃区域大厦	14
图 1.6	玻璃区域大厦的 45 层披勒办公楼及高速电梯	14
图 1.7	最高的人工瀑布（左）和瀑布区域的夜景（右）	15
图 1.8	曼谷 EM 购物中心的全面平面图	16
图 1.9	在 B 层玻璃区域的美食广场	16
图 1.10	在 B 层螺旋区域的行李寄存服务	16
图 1.11	在 G 层瀑布区域的超市	17
图 1.12	在 G 层玻璃区域的化妆品店	17
图 1.13	在 M 层螺旋区域的旅游休息区	17
图 1.14	在 1 层瀑布区域的家居装饰品牌店	18
图 1.15	在 1 层玻璃区域的男装陈列	18
图 1.16	在 2 层玻璃区域的日本品牌服装店	18
图 1.17	在 2 层瀑布区域的餐馆	18
图 1.18	在 3 层螺旋区域的移动通讯服务中心与手机陈列店	19
图 1.19	在 4 层玻璃区域的健身中心	19
图 1.20	在 4 层瀑布区域的电影城	19
图 1.21	在 5 层玻璃区域的曼谷度假区	20
图 1.22	在 6-9 层螺旋区域的氛围	20
图 1.23	购物中心的室内空间创新设计	21
图 1.24	在购物中心的时尚品牌	22
图 1.25	曼谷 EM 购物中心的 APP 应用程序	22
图 1.26	曼谷 EM 购物中心吸引游客的氛围塑造	23
图 1.27	曼谷 EM 购物中心为中国游客提供的付款服务	24
图 1.28	曼谷 EM 购物中心的轮椅服务	24
图 1.29	曼谷 EM 购物中心的游客卡	24



图 1.30 曼谷 EM 购物中心的超市有美食角及美食产品	25
图 1.31 曼谷 EM 购物中心的汉语语言服务和汉语标识服务	26
图 2.1 服务人员和销售人员学过汉语的比例	29
图 2.2 购物中心的服务人员和销售人员汉语沟通情况	31
图 2.3 购物中心销售人员沟通困难时采用的方法	32
图 2.4 曼谷 EM 购物中心的汉语网站首页	33
图 2.5 曼谷 EM 购物中心的优惠活动	34
图 2.6 曼谷 EM 购物中心汉语网页对中国游客的促销活动	34
图 2.7 曼谷 EM 购物中心游客首页的汉语网页	35
图 2.8 中国游客对购物中心汉语网页的了解情况	36
图 2.9 中国游客对购物中心网页的了解情况	36
图 2.10 中国游客男女性别比例	37
图 2.11 中国游客的教育情况	38
图 2.12 中国游客的职业情况	39
图 2.13 中国游客与购物中心服务人员汉语沟通情况	41
图 2.14 中国游客建议增加的汉语服务	42
图 2.15 曼谷 EM 购物中心是否有汉语服务对中国游客购物的影响	43
图 3.1 汉语招牌发现了翻译错误	50

## 表格目录

表 2.1 曼谷 EM 购物中心的服务人员和销售人员的男女比例	28
表 2.2 曼谷 EM 购物中心的服务人员和销售人员的年龄段	28
表 2.3 曼谷 EM 购物中心的服务人员和销售人员的学历	29
表 2.4 曼谷 EM 购物中心的服务人员和销售人员学习汉语情况	30
表 2.5 曼谷 EM 购物中心的服务人员和销售人员的汉语水平情况表	30
表 2.6 曼谷 EM 购物中心的服务人员和销售人员与中国游客交流遇到的问题	31
表 2.7 中国游客的年龄范围	38
表 2.8 中国游客对购物中心总体服务的反映	39
表 2.9 中国游客对购物中心是否有提供汉语服务的反映	40
表 2.10 中国游客对服务人员汉语服务的反映	40
表 2.11 中国游客认为购物中心的工作人员需要改进的汉语技能的方面	41
表 3.1 曼谷 EM 购物中心营销、管理和汉语服务之 SWOT 分析	45
表 3.2 曼谷 EM 购物中心的 SWOT 战略分析	46

# 绪论

## 一、选题的背景及研究意义

近几年来，曼谷地区不断有新的百货公司及高级购物中心开张，同时也有越来越多的中国游客来到曼谷市，他们平常来旅游一次平均逗留时间为 5-7 天，在曼谷市逗留时每个人的消费大概 25,000-50,000 泰铢，其中发现购买的大多数产品百分之 70 都是自购，前第 3 名是食物、服装和化妆品。

中国游客对曼谷市的百货公司或购物中心很感兴趣，因为旅游购物是他们重要的目标，百货公司或购物中心有各种各样的产品可以购买，以及包括了游览、餐饮等多种类的服务，能满足中国游客各方面的需要，不仅吸引着更多游客，同时也吸引当地居民。

曼谷 EM 购物中心 (The EmQuartier 或 ดิเอ็มควอ์เทียร์) 是 EM 商区 (EM District) 的第二购物中心，于 2015 年 3 月开业，包括购物中心、电影院和披勒办公楼 (Bhiraj Tower)，由 The Mall 集团下的 City Mall Group 有限公司和 Bhiraj Buri 有限公司以合资企业的形式管理，位于素坤逸路，对面是该地区最初的 The Emporium 购物中心。曼谷 EM 购物中心关注国外客户的重要性，以及中高端客户。

该购物中心地区包括 3 座大楼如下：

一、螺旋区域 The Helix Quartier 大厦 (A 大厦)，主要设有奢侈品店、IT 产品商店、美容院等的位置，此外还提供其他服务，例如退税、寄存包、失物认领、国际邮局、手机充电等，在五楼上有空中花园，有着独特的魅力，在繁华都市的上空，曼谷 EM 购物中心的空中花园里种植着热带植物，在这里 3,000 平方米的花园中，被热带植被覆盖，是绿荫和都市的完美搭配，这栋楼的地下室是自动停车场和休息室的所在，使成为泰国第一家使用自动停车场系统的购物中心。

二、玻璃区域 The Glass Quartier 大厦 (B 大厦) 是中级和顶级商店、时装店、食品中心、健身中心等所在地，此外还提供其他服务，例如退税、寄存包、信息和游客帮助、网络角、免提购物等，包括屋顶的观景点或天空悬崖，以及 45 层高的披勒办公楼，配有高速电梯。

三、瀑布区域 The Waterfall Quartier (C 大厦) 是停车场的位置, 此外还有大型超市、体育用品商场、银行或金融机构和电影院, 以及顾客与游客服务中心, 该建筑的重点是 Quartier 瀑布, 是目前亚洲最高的 40 米落差的人工瀑布。

2017 年曼谷 EM 购物中心从泰国旅游局获得“2017 年深受中国游客喜爱奖 (Chinese People’s Choice Awards Thailand 2017)”, 成为最受中国游客欢迎的购物中心, 也是这个原因, 使目前该购物中心的汉语服务比以前多, 虽然有汉语服务, 例如汉语口译人员、汉语公告、汉语公布、汉语价格标签等, 却发现汉语服务方面缺少服务人员和经常误用, 还不能满足购物中心的发展需求。

本论文研究的意义是通过对比曼谷 EM 购物中心的营销战略和汉语服务调查分析, 从该购物中心提供汉语服务、汉语网站, 包括中国游客的满意情况, 来说明曼谷 EM 购物中心的营销发展和汉语服务的质量, 指出该购物中心在汉语服务的优势和出现的问题, 包括汉语服务方面的改进建议及措施, 说明提高汉语服务的方法, 以提高竞争力和发展营销战略方面的重要性。

## 二、本选题研究领域的国内外研究综述

### (一) 有关中国游客在泰国旅游购物消费的研究

肖智美的硕士论文《赴泰中国游客消费行为研究》(2018)<sup>[1]</sup> 本篇论文主要通过运用调查问卷的方法, 对赴泰国旅游的中国游客的消费行为展开全面的调查, 这样做的目的是更加详细地了解中国游客去泰国旅游的旅游动机、中国游客的个人基本信息以及中国游客消费行为等方面表现出来的特点, 找出去泰国出境旅游的中国游客在旅游过程中存在的消费行为的特征规律。通过对调查问卷的分析, 帮助中国和泰国双方的旅游管理部门和相关的旅游企业进行更加有针对性的宣传和推广, 帮助他们准确地找到目标市场, 给赴泰国旅游的中国游客提供有针对性的旅游服务, 从而提高泰国旅游业在市场上的吸引力与竞争力。

于晓轩《中国游客在曼谷的“被购物”现象研究》(2011)<sup>[2]</sup> 本篇论文指出作者结合自身在曼谷的生活和旅游工作经验, 在深入分析中国游客在曼谷“被购物”现象的原因的基础上, 分别从政府、旅行社、导游、购物零售店四大层

<sup>[1]</sup> 肖智美. 赴泰中国游客消费行为研究[D]. 天津师范大学硕士论文 2018

<sup>[2]</sup> 于晓轩. 中国游客在曼谷的“被购物”现象研究[D]. 广西大学硕士论文 2011

面的提出完善和解决对策，以期通过其共同组合发挥，来提升曼谷以及泰国旅游服务水准、改变“被购物”现象。同时，探索适合中国游客在曼谷规避“被购物”现象，实现主动购物的行为模式，切实保护中国游客在曼谷的合法权益。

苏逸涛《中国旅游者在曼谷 King Power (Rangnam Rd.) 免税店购物行为研究》(2014)<sup>[1]</sup> 本篇论文采用问卷调查采取随机抽样法，运用统计软件 SPSS 进行描述性分析，分析项目有频率分析、百分比、平均分，以期帮助泰国曼谷 King power 免税店的商家发展和满足中国游客的需求。本文在理论研究成果的基础上，研究中国旅游者在泰国曼谷 King power 免税店购物行为，资料收集和问卷调查的实证研究显示中国旅游者在泰国曼谷 King power 免税店的购物行为具有几方面的特点。本文应用市场营销的理论和方法，结合中国旅游者的消费行为特征以及对泰国旅游购物市场的现状分析，运用市场调研的方法来分析中国旅游者在曼谷市区免税店购物行为，最终，提出相应的改进措施和建议，更好地满足中国游客的需求。

白艺安《中国旅游者在曼谷白金时尚商城购物行为研究》(2017)<sup>[2]</sup> 篇论文指出中国游客在泰国的购物热情正在递减，同时其他东南亚国家旅游市场兴起，泰国很可能被周边国家抢走中国游客的购物市场而失去很多的商业机会，这将对当前的泰国旅游购物产生极大的影响。在深度访谈等定量研究基础上，本文采用问卷调查采取随机抽样法，运用统计软件 SPSS 进行描述性分析，分析项目有频率分析、百分比、平均分，以期帮助白金时尚商城的商家发展和满足中国游客的需求。本文应用市场营销的理论和方法，结合中国旅游者的消费行为特征，以及对泰国旅游购物市场的现状分析，运用市场调研的方法来分析中国旅游者在曼谷市区免税店购物行为，最终，提出相应的改进措施和建议，更好地满足中国游客的需求。

肖弘文《中国旅游者在泰国安帕瓦水上市场旅游行为研究》(2015)<sup>[3]</sup> 本篇论文为了提升增加泰国安帕瓦水上市场的竞争实力及旅游服务满意度，以研究中国旅游者在泰国安帕瓦水上市场旅游行为。主要针对中国旅游者在泰国安帕瓦水上市场的旅游行为，以此为目标，应用市场营销相关理论，运用实地考察的实证研究方法，结合中国旅游者在泰国安帕瓦水上市场的消费行为特征、泰国安帕瓦水上市场的运行现状，运用 SPSS21.0 软件分析中国旅游者在泰国安帕瓦水上市场旅游行为满意度。

---

<sup>[1]</sup> 苏逸涛. 中国旅游者在曼谷 King Power (Rangnam Rd.) 免税店购物行为研究[D]. 昆明理工大学 2014

<sup>[2]</sup> 白艺安. 中国旅游者在曼谷白金时尚商城购物行为研究[D]. 昆明理工大学 2017

<sup>[3]</sup> 肖弘文. 中国旅游者在泰国安帕瓦水上市场旅游行为研究[D]. 昆明理工大学硕士论文 2015

陈福宝 NATTAPON JIRAWATCHANTAT 《中国游客泰国芭提雅购物行为影响因素研究》（2017）<sup>[1]</sup> 本篇论文在消费者行为理论和消费者需求理论的基础上，通过综合运用实证研究法、文献研究法和回归分析法，研究旅游商品购买行为的影响因素。并通过收集国内外相关文献，整理出旅游商品购买的影响因素，并从个人因素，产品因素和环境因素三个方面对相应的研究假设，构建理论研究模型。基于芭提雅旅游产品的数据，使用相关统计软件进行二元物流回归分析。结果表明，生活方式、收入水平、价格、参照群体具有显著影响。在这些因素中，生活方式和参考对象是影响旅游商品购买行为的主要因素，而旅游购物经验和旅游购物环境没有通过检验，因此这两个因素的影响不显著。基于研究结果，本文提出了企业和政府对旅游商品进一步发展的相应建议。

## （二）有关购物中心营销策略方面的研究

智明《泰国曼谷 Siam Paragon 购物中心针对中国旅游者营销策略研究》（2015）<sup>[2]</sup> 本篇论文将通过分析中国游客在暹罗百丽宫商业中心的消费行为及实证检验影响服务满意度的因素，从中发现暹罗百丽宫商业中心在对中国旅游者营销中存在的问题与不足，借鉴服务营销 7P'S 组合策略，提出针对中国旅游者的营销策略，旨在提升暹罗百丽宫商业中心的服务质量与竞争力，更好的服务于中国旅游者，促进泰国旅游业的发展。

张正诗《泰国曼谷乍都乍周末市场营销策略研究》（2013）<sup>[3]</sup> 本篇论文研究中国旅游者在泰国曼谷乍都乍周末市场购物行为。在深度访谈等定量研究基础上，采用问卷调查采取随机抽样法，运用统计软件 SPSS 进行描述性分析，分析项目有频率分析、百分比、平均分。以期可以用来帮助泰国曼谷乍都乍周末市场的商家发展和满足中国游客的需求。本文研究中国旅游者在泰国曼谷乍都乍周末市场购物行为，为了帮助泰国曼谷乍都乍周末市场的商家发展和满足中国游客的需求，提出了泰国曼谷乍都乍周末市场的商店的营销策略 (4P'S)。

---

<sup>[1]</sup> 陈福宝. 中国游客泰国芭提雅购物行为影响因素研究[D]. 东华大学硕士论文 2017

<sup>[2]</sup> 智明. 泰国曼谷 Siam Paragon 购物中心针对中国旅游者营销策略研究[D]. 昆明理工大学硕士论文 2015

<sup>[3]</sup> 张正诗. 泰国曼谷乍都乍周末市场营销策略研究[D]. 昆理工大学硕士论文 2013

王阳 AUNGSUMALIN 《泰国大型商务酒店营销策略研究》(2016)<sup>[1]</sup> 通过对泰国大型商务酒店的分析,进一步找出泰国大型商务酒店目前还存在的问题、发生的原因,进而提出解决这些问题的相关策略的建议,以便泰国大型商务酒店能更好地满足国外游客的需求。论文旨在研究泰国大型商务酒店营销策略存在的问题,并对商务酒店的营销组合策略提出建议和意见。

### (三) 有关汉语服务方面的研究

陈书陶 BOONYAPORN BURANAPAKDEE 《曼谷水门服装市场汉语服务研究》(2016)<sup>[2]</sup> 本篇论文对曼谷水门进行市场调查分析,包括分析曼谷水门服装市场的使用汉语状况,市场运作方法,以及应对挑战的方法。分析在曼谷水门服装市场的发展状况,提出曼谷水门市场商务汉语应用存在的问题和国内外客户需求与影响满意的因素。通过对曼谷水门衣服市场使用汉语的现状研究和分析,此外水门服装市场还需要开发满足中国游客需求的产品和服务,以促进泰国经济发展并提高来泰旅游的中国游客的满意度。

王玉洁 ANONGKARAT BANGSRI 《曼谷旅游夜市汉语服务研究》(2016)<sup>[3]</sup> 本篇论文通过研究汉语服务在曼谷夜市中的应用,了解曼谷夜市服务人员的汉语水平,分析评估汉语服务在零售商品中的优劣得失,并提出了相应的改进措施。论文通过对曼谷夜市商品市场汉语服务的调查,首次分析了曼谷夜市旅游市场商业汉语服务的情况,通过对曼谷夜市汉语服务调查分析评估,提出汉语服务中问题的解决和改进措施。

刘捷 WICHITA CHOTCHAI PATTARAPONG 《泰国零售业汉语服务研究—以 Terminal 21 购物中心为例》(2018)<sup>[4]</sup> 本篇论文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。

---

<sup>[1]</sup> 王阳. 泰国大型商务酒店营销策略研究[D]. 黑龙江大学硕士论文 2016

<sup>[2]</sup> 陈书陶. 曼谷水门服装市场汉语服务研究[D]. 泰国华侨崇圣大学硕士论文 2016

<sup>[3]</sup> 王玉洁. 曼谷旅游夜市汉语服务研究[D]. 泰国华侨崇圣大学硕士论文 2016

<sup>[4]</sup> 刘捷. 泰国零售业汉语服务研究—以 Terminal 21 购物中心为例[D]. 泰国华侨崇圣大学硕士论文 2018

蔡美秀 PATCHARIDA PRACHYANOTAI 《泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究》(2015)<sup>[1]</sup> 本篇论文研究的目的是通过设计问卷,收集有关对来泰中国游客的基本资料、来泰中国游客对泰国曼谷主要商业区中文服务满意度情况、中国游客对曼谷主要商业区购物中文服务满意度情况以及泰国主要商业区从业人员汉语服务使用情况。通过走访调查对象:曼谷商业区主要代表,中央世界商业区、曼谷河边夜市和拉差达商业区这三个地区,实地询问游客和服务人员,收集了一定真实有效的资料,并分析研究概括中国来泰旅游游客的总体情况和出现的一些矛盾和问题所在,并计划解决问题。最后总结分析出泰国曼谷这些主要商业区汉语服务对中国游客的影响,提高措施和促进泰国旅游业的发展和进步的方式。

雅娅·巴莫 APINYA PRAMOJ 《商务汉语应用对于中国游客消费行为的影响研究—以暹罗百丽宫(SIAM PARAGON)商场为例》(2018年1期)<sup>[2]</sup> 本论文研究主要,一是了解暹罗百丽宫商场的经理和店员在工作中使用汉语与中国游客沟通交际的能力水平,二是了解暹罗百丽宫商场的经理和店员在汉语表达方面遇到的障碍和问题,三是研究和了解商务汉语的使用对中国游客在商场消费行为的影响。

张凯慕 KHAIMUK PHUTTICHOTRAKSA 《素万那普国际机场商业汉语服务调查分析》(2015年2期)<sup>[3]</sup> 本论文阐述素万那普国际机场的概述与管理情况,通过调查问卷的形式,对机场汉语服务设施和服务方面进行调查,分析机场汉语标识、咨询与导购人员的服务、培训等情况,讨论机场汉语设施和服务存在的问题和挑战,最后论述机场汉语服务于管理方面的改进策略。

---

<sup>[1]</sup> 蔡美秀. 泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究[D]. 泰国华侨崇圣大学硕士论文 2015

<sup>[2]</sup> 雅娅·巴莫. 商务汉语应用对于中国游客消费行为的影响研究—以暹罗百丽宫(SIAM PARAGON)商场为例[J]. 泰国华侨崇圣大学中国语言文化学刊, 2018, (1)

<sup>[3]</sup> 张凯慕. 素万那普国际机场商业汉语服务调查分析[J]. 泰国华侨崇圣大学中国语言文化学刊, 2015, (2)



### 三、本选题的研究目的、方法、研究框架、内容与创新性

#### (一) 研究的目的

- 1) 研究为经过深入调研与分析中国游客在曼谷 EM 购物中心的总体情况。
- 2) 分析曼谷 EM 购物中心营销汉语服务的现状及存在问题，并提出相应的改进方案，帮助 EM 购物中心提升汉语营销水平。
- 3) 促进 EM 购物中心提升面向中国游客的竞争力。

#### (二) 研究的方法

##### 1) 文献分析法

查询和收集与本课题研究相关的研究资料和论文，说明曼谷 EM 购物中心的发展状况，营销方法，与本课题研究相关的研究状况。

##### 2) 问卷调查法：

设定调查问卷的人数，设计调查问卷表。调查内容主要有两个方面：

一是对曼谷EM购物中心汉语服务人员的问卷调查，问卷表包括以下内容

一、曼谷EM购物中心服务人员和销售人员的基本情况：

1. 性别 2. 年龄 3. 学历 4. 专业 5. 工作经验

二、服务人员和销售人员的汉语水平情况：

1. 听说读写 2. 从事的汉语服务工作 3. 汉语服务中遇到的问题

题

二是中国游客来到曼谷 EM 购物中心的满意度调查，满意度调查表包括以下内容

一、中国游客调查的人数。（调查样本 100 名）

二、对中国游客的问卷调查。

3) 访谈法：曼谷 EM 购物中心的相关管理人员和汉语服务人员进行访谈。

- 了解该购物中心的发展情况
- 中国游客的情况
- 服务人员的汉语服务情况
- 汉语培训和汉语人才招聘的趋势

本论文研究通过以上定量和定性分析的方法，指出目前汉语服务的情况，达到研究的目的，取得有效的成果。

### (三) 研究框架

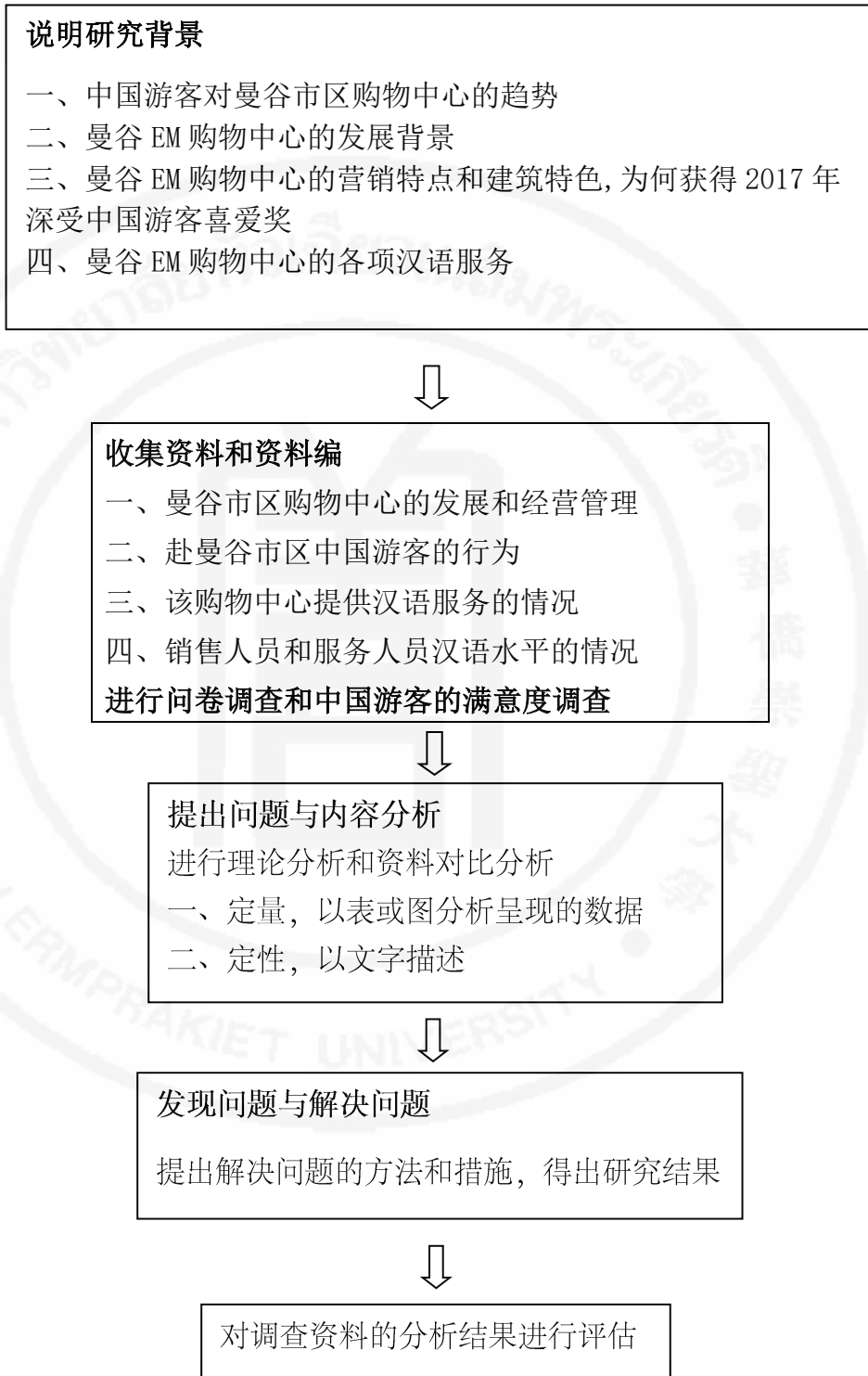


图 1 曼谷 EM 购物中心的研究框架

#### （四）论文的创新性

研究创新可以表述为通过深入分析曼谷 EM 购物中心的营销汉语服务现状及存在问题，归纳出泰国购物中心的汉语服务普遍存在的共性问题，并基于问题和调查数据提出相应的改进措施和方法，从而为泰国购物中心的营销汉语服务提供参考。

#### 四、所有解决的主要问题和研究途径与方法

通过曼谷 EM 购物中心营销战略和汉语服务的调查分析发现问题，本次在调查分析中主要解决的关键问题是：

- 一、说明曼谷 EM 购物中心汉语服务的情况是如何，出现的关键问题。
- 二、说明曼谷 EM 购物中心在汉语服务管理的情况。
- 三、通过调查问卷和资料的分析研究，提出解决问题方法和改进措施。

# 第一章 曼谷 EM 购物中心的发展状况

## 第一节 曼谷 EM 购物中心的发展

从万事达卡公司 (Master card) 公开 2019 年度全球目的地城市指数分析 (Global Destination Cities Index, 简称 GDCI), 对游客数量和消费数据进行专门分析, 全球 200 个城市进行排名, 泰国首都曼谷市国际游客数量超过 2200 万人, 连续 3 年成为全球第 1 大目的的城市, 巴黎及伦敦分别位列第 2 第 3 位。除了泰国曼谷市之外, 普吉岛和芭提雅市也分别位列第 14 第 15 位。<sup>[1]</sup>

曼谷市成为世界上最吸引力的城市之一, 泰国文化丰富和泰国人的热情好客, 包括各种设施、服务业、交通工具等也不断发展, 这几年来, 曼谷地区不断有新的百货公司及高级购物中心开张, 同时也有越来越多的中国游客来曼谷市游玩, 每年约占 30-40%, 他们平常来旅游一次平均逗留时间为 5-7 天, 在曼谷市时每个人的消费大概为 25,000-50,000 泰铢, 其中发现购买的大多数产品 70% 都是自购, 前第 3 名是食品、小吃和化妆品。

泰国旅游和体育部透露, 2019 年国际旅游情况有 3 千万外国游客来到泰国, 带来收入超过 14 亿泰铢, 而且上半年 (2019 年 1 月至 6 月) 赴泰国的游客有 1,960 万人, 旅游业收入 1.01 万亿泰铢, 增长 0.3%, 至于三大外国游客包括中国、马来西亚及印度。<sup>[2]</sup>

中国游客对曼谷市的百货公司或购物中心很感兴趣, 因为旅游购物是他们重要的目标, 百货公司或购物中心有各种各样的产品可以购买, 以及包括了游览、餐饮等多种类的服务, 满足了中国游客各方面的需要, 不仅吸引着更多游客, 同时也吸引当地居民。

目前曼谷市的购物中心可以满足各种生活的需求, 位置也在市区, 最流行或最特殊的产品, 在购物中心都能买得到, 从大部分的泰国旅游网站评选出的外国游客最喜爱的曼谷十大购物中心, 包含曼谷中央世界 (Central World)、暹罗百丽宫 (Siam Paragon)、曼谷 MBK 购物中心、阿素 21 航站商厦 (Terminal21)、Central Embassy 购物中心、中央百货 (Central)、暹罗中心

<sup>[1]</sup> The 19 most visited cities around the world in 2019 (ไม่ปรากฏปี พ.ศ.). สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2562, จาก [www.businessinsider.com/most-visited-cities-around-the-world-ranked-2019-9](http://www.businessinsider.com/most-visited-cities-around-the-world-ranked-2019-9)

<sup>[2]</sup> กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ไม่ปรากฏปี พ.ศ.). สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2562, จาก <https://mots.go.th/old/main.php?filename=index>

(Siam Center)、水门市场白金时尚购物中心(The Platinum)、暹罗天地百货 (Icon Siam) 和曼谷 EM 购物中心。

曼谷 EM 购物中心(The EMQuartier 或 ศูนย์การค้าดิเอ็มควอเทียร์)是 EM 商区 (EM District) 的第二座购物中心, 于 2015 年 3 月开业, 包括购物中心、电影院和披勒办公楼(Bhiraj Tower 或 ภริชทาวเวอร์), 由 The Mall 集团下的 The Mall Group 有限公司 (是泰国的一组零售业务百货公司经营者包括 The Mall 百货公司和暹罗百丽宫) 和披勒武里有限公司 (Bhiraj Buri) 以合资企业的形式管理, 位于素坤逸路, 对面是该地区最初的 The Emporium 购物中心。曼谷 EM 购物中心关注国外客户的重要性, 以及中高端客户。<sup>[1]</sup>

曼谷 EM 购物中心的大厦荣获 2014 年泰国房地产大奖—最佳商业建筑大楼设计奖和最佳商业建筑大楼奖, 2015-2016 年荣获亚太房地产大奖—最佳商业建筑大楼奖, 2017 年曼谷 EM 购物中心从泰国旅游局获得“2017 年深受中国游客喜爱奖项 (Chinese People’s Choice Awards Thailand 2017)”, 成为最受中国游客最受欢迎的购物中心, 也是这个原因, 使目前该购物中心的汉语服务比以前多, 有各种汉语服务, 例如汉语口译员、汉语公告、汉语公布、汉语招牌、汉语价格标签等, 以便满足购物中心的发展需求。

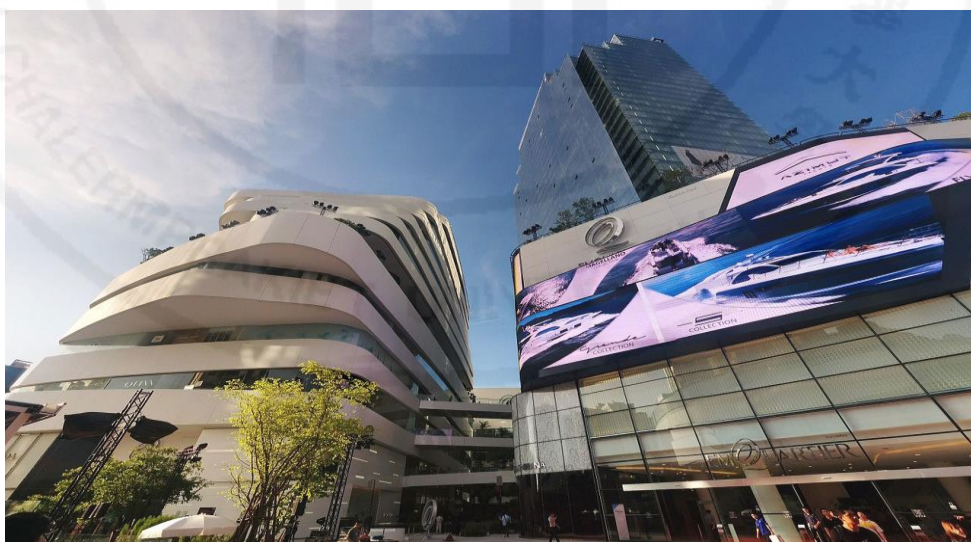


图 1.1 曼谷 EM 购物中心的全景

<sup>[1]</sup> ดิเอ็มควอเทียร์(ไม่ปรากฏปี พิมพ์). สืบค้นเมื่อ ธันวาคม2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/เอ็มควอเทียร์>

## 一、曼谷 EM 购物中心的建筑风格与特色

除了成为大型的购物中心，仍然有美丽和有趣的地方，曼谷 EM 购物中心的地区由 3 栋外观风格各异的建筑组合而成，分别是螺旋区域 The Helix Quartier 大厦（A 大厦）、玻璃区域 The Glass Quartier 大厦（B 大厦）及瀑布区域 The Waterfall Quartier（C 大厦），整个购物中心以现代概念和城市自然为主，把全球名牌奢侈品店和泰国的商品及各种美食融入在一起，满足不同的游客需求。

### （一）螺旋区域 The Helix Quartier 大厦（A 大厦）



图 1.2 曼谷 EM 购物中心的螺旋区域大厦

这栋楼是奢侈品店、IT 产品商店、美容院等的所在地，此外 G 层还提供游客休息室，包括提供多种语言翻译服务、退税、寄存包、失物认领、国际邮局、手机充电、饮料角等，在 5 楼上是空中花园，一直都有着它独特的魅力，在繁华都市的上空，螺旋区域的空中花园里种植着热带植物，在这里 3,000 平方米的花园中，被热带植被覆盖，是绿荫和都市的完美搭配，公园的旁边有玻璃走道，目前是另一个有名的地标，从 7 楼到 9 楼有许多著名的泰国餐厅与国际餐厅，亮点在于步道是一条从 6 楼到 9 楼无台阶的环形坡道。



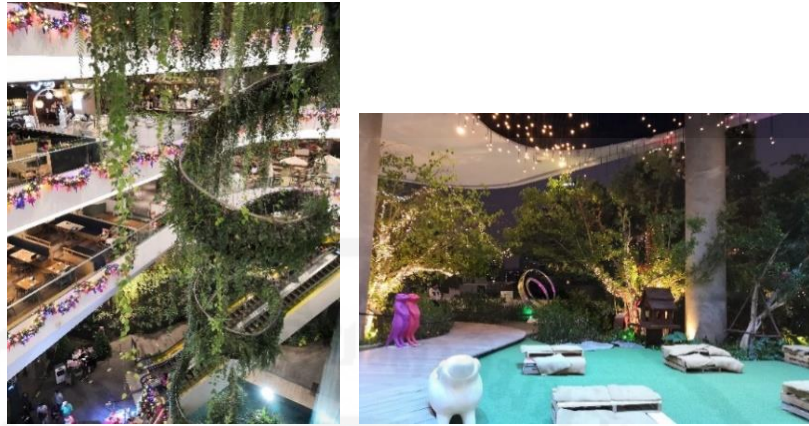


图 1.3 螺旋区域大厦的室内气氛

这栋楼的地下室是自动停车场和休息室的所在地，这里成为泰国第一家使用自动停车场系统的购物中心。

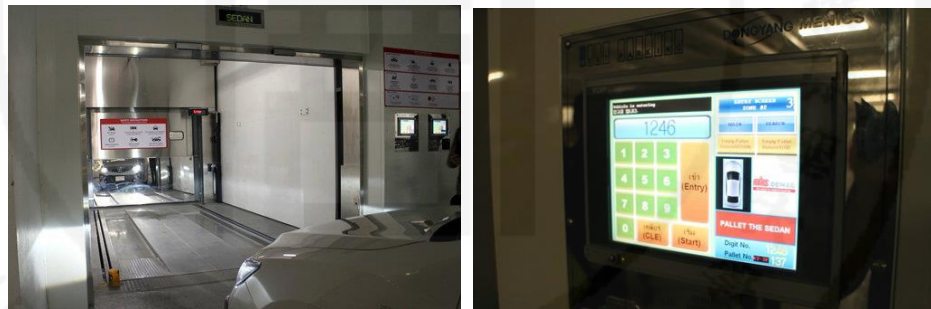


图 1.4 螺旋区域大厦的自动停车

## (二) 玻璃区域 The Glass Quartier 大厦 (B 大厦)



图 1.5 曼谷 EM 购物中心的玻璃区域大厦

这里是中级和顶级商店、时装店、食品中心、健身中心等所在地，此外 M 层还提供顾客与游客服务中心，包括提供信息询问和游客帮助、货币找换、退税、寄存包、网络角、手机充电免提购物等服务。这栋楼有屋顶的观景点或天空悬崖，以及 45 层的披勒办公楼及有高速电梯。



图 1.6 玻璃区域大厦的 45 层披勒办公楼及高速电梯



### （三）瀑布区域 The Waterfall Quartier (C 大厦)

这里是停车场的位置，此外有时装店、体育用品商场、银行或金融机构、电影院和大超市，以及 2 楼有顾客与游客服务中心，该建筑的亮点是 Quartier 瀑布，目前是亚洲最高的 40 米落差的人工瀑布。

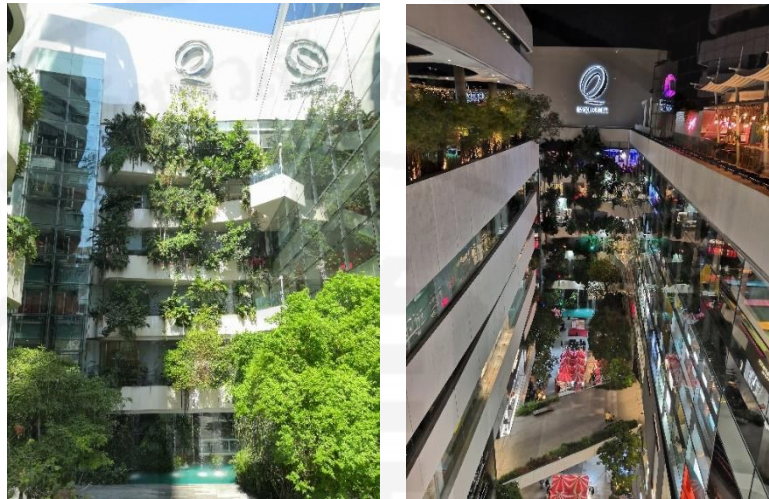


图 1.7 最高的人工瀑布（左）和瀑布区域的夜景（右）

## 二、曼谷 EM 购物中心各商家的分布

曼谷 EM 购物中心是 3 幢大楼组成的综合体，每个栋楼都有很多商店，把全球品牌名店、泰国商品、美食餐厅，以及泰外国文化互相融合的策略，满足不同的游客和购物欲望，整个 3 幢大楼分为螺旋区域 The Helix Quartier 大厦（A 大厦）、玻璃区域 The Glass Quartier 大厦（B 大厦）及瀑布区域 The Waterfall Quartier（C 大厦），以现代购物中心和绿地为概念。

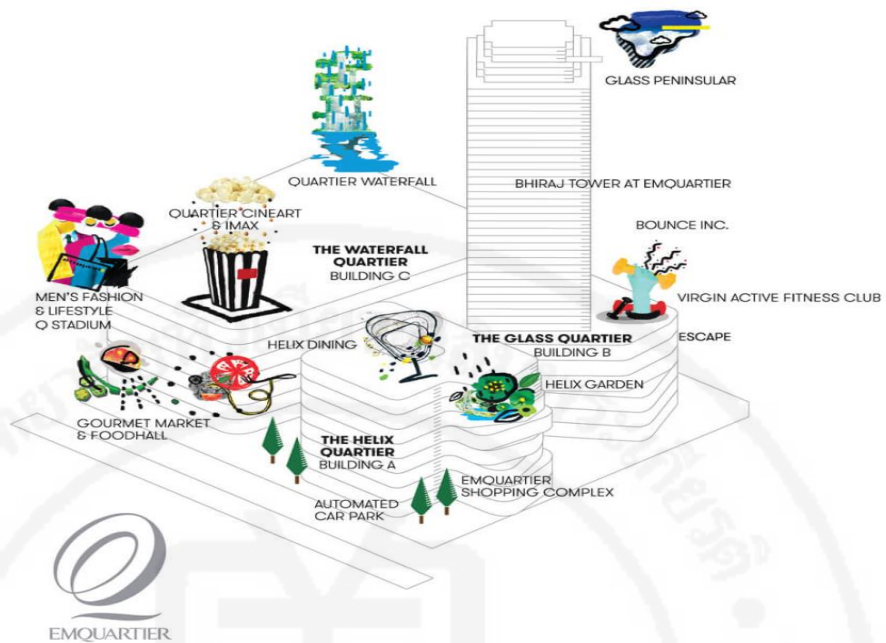


图 1.8 曼谷 EM 购物中心的全面平面图

### B 层螺旋区域、玻璃区域及瀑布区域

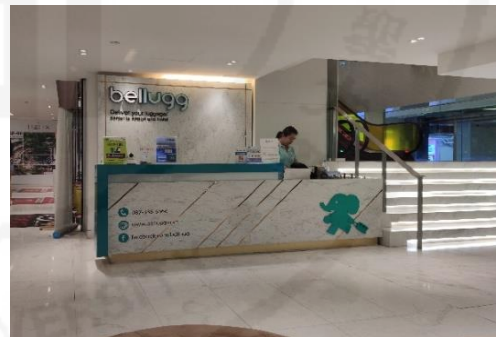


图 1.9 在 B 层玻璃区域的美食广场 图 1.10 在 B 层螺旋区域的行李寄存服务

在 B 层有最多美食餐厅包括亚洲菜、中国菜、日本菜、泰国菜、欧洲菜，以及咖啡馆和很丰富的美食广场，另外还有购物中心的服务站及 Bellugg 行李寄存库，是全球行李运送服务专家，提供当日运送行李和包裹到机场或酒店服务。

## G 层螺旋区域、玻璃区域及瀑布区域



图 1.11 在 G 层瀑布区域的超市      图 1.12 在 G 层玻璃区域的化妆品店

在 G 层有知名的美容和健康店、时尚和服装店、手表和珠宝类、餐馆、咖啡馆、面包店、书店和药店，尤其 Pierre Hermé 是首次登陆泰国，目前只有这里能买得到，SEPHORA 是法国著名的彩妆保养品店，从各式彩妆到保养品、刷具、香氛一应俱全，包括 YSL、MAC 等。以及 Gourmet market 超市，在这里顾客可以体验到购物乐趣和感受，包括达 4 万多种商品，全泰国的特产和风味零食，甚至全世界的生活商品。

## M 层螺旋区域、玻璃区域及瀑布区域



图 1.13 在 M 层螺旋区域的旅游休息区

在 M 层有咖啡馆，很多的时尚和服装店、Q 运动产品、内外活动空间、事件服务站例如，客户与游客中心、信息中心、旅游休息室等。

外国游客可以在这里休息一下，办理退税等，包括可以申请游客信用卡或会员卡，可在 EM 购物中心购物过程中享受更多优惠。



## 1 层螺旋区域、玻璃区域及瀑布区域



图 1.14 在 1 层瀑布区域的家居装饰品牌店 图 1.15 在 1 层玻璃区域的男装陈列

在 1 层有美容和健康店，很多的时尚和服装店、Q 运动产品、男装品牌以及各种名牌的商品和咖啡馆，另外有关于生活方式的沙拉家 (Zara Home) 是家居装饰品牌，大约 70% 的产品是纺织品，包括卧室、床单和浴室等，以及家庭装饰品和化妆品。

## 2 层螺旋区域、玻璃区域及瀑布区域



图 1.16 在 2 层玻璃区域的日本品牌服装店 图 1.17 在 2 层瀑布区域的餐馆

在 2 层有美容和健康店、时尚和服装店、男装、运动产品、餐厅和咖啡馆、茶馆、手机店、EM 时尚空间、活动空间、祈祷室等，包括服务站顾客与游客服务中心。

这一区主要是把泰国新锐设计品牌集结成一个专区，其用心就是希望把泰国的杰出设计推向国际。而这专区的每个品牌也都不负重望，在其柜位的空间打造都非常用心，不管是高雅时尚、华丽炫目、可爱俏皮、装置艺术等等各种风格都有，所以即使这边的品牌多数都不认识，但是光看这些布置跟美丽又设计感十足的服饰，就会让人逛到忘了时间而沉溺其中。

### 3 层螺旋区域、玻璃区域及瀑布区域

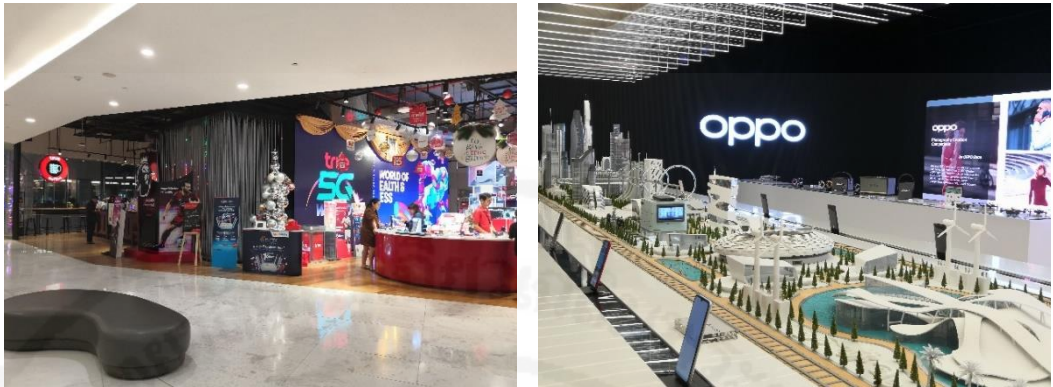


图 1.18 在 3 层螺旋区域的移动通讯服务中心与手机陈列店

在 3 层有美容和健康店、银行和保险公司、生活方式、书店、咖啡馆、邮局、手机店和活动空间，电子和移动通讯服务中心有 iStudio、Samsung、OPPO、AIS、Dtac 等门店，特别是移动运营商 TRUE 公司开的 TRUE 咖啡馆 (TRUE Coffee)，除了特别大的咖啡馆，还有大屏幕电视可以看一看。

### 4 层螺旋区域、玻璃区域及瀑布区域



图 1.19 在 4 层玻璃区域的健身中心



图 1.20 在 4 层瀑布区域的电影城

在 4 层有知名美容和健康诊所、生活方式商品、餐厅和各种名牌，特别之处在于 Quatier Cineart 影城，是世界一流的电影院在泰国首次体验，最新技术和全套设备。VIRGIN ACTIVE 健身中心，是世界领先的健身中心，在曼谷市运用最新的运动技术，让顾客参加培训班，感到有力量，充满了活力和动力。另外还有 BOUNCE INC 运动中心，来自澳大利亚的跳跳床健身中心，让顾客充满了乐趣。

## 5 层螺旋区域、玻璃区域及瀑布区域

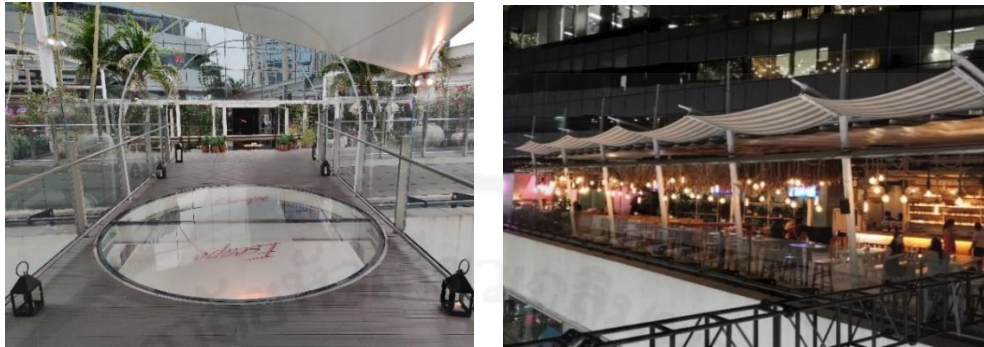


图 1.21 在 5 层玻璃区域的曼谷度假区

在 5 层除了 VIRGIN ACTIVE 健身中心以外，还有曼谷度假区 (THE ESCAPE BANGKOK)，位于玻璃区域屋顶的度假区，这里有圆形的玻璃走道，是连接玻璃区域大厦和螺旋区域大厦之间，在曼谷度假区，顾客可以享用最好的鸡尾酒、生啤酒和当地啤酒、香槟和小吃等，每日特价及促销的活动。特别之处在于 HELIX 公园，这是空中公园，占地 3,000 平方米的室内花园，一直都有着它独特的魅力，是一个迷人的热带花园休息区，都是令人放松的绿色地区，包括热带兰花和郁郁葱葱的蕨类植物，这里也可以观赏到曼谷的风景。

## 6-9 层螺旋区域



图 1.22 在 6-9 层螺旋区域的氛围



在 6-9 层有 20 多知名各种美食的餐厅，包括泰式餐厅、中港式餐厅、日本生鲜、韩式餐厅、国际餐厅、西式排餐、欧洲餐厅、甜品和饮料馆。且每间餐厅风格设计都极具特色，每间餐厅都精心打扮，要展现出最独特风采来吸引客人的青睐。另外从 6 层开始，顾客能一直顺着非常漂亮的螺旋式走道往上走，欣赏每间餐厅的店面设计，这些餐厅用心打造的空间，让餐厅不只好看，也让人感觉每间都好好吃，是一种心灵满足和享受。

## 第二节 曼谷 EM 购物中心的营销情况

### 一、曼谷 EM 购物中心的营销策略

因曼谷 EM 购物中心位于市区，而他们的概念就是“时尚又充满绿意”，目前社会的消费者心态，“购物”已经不是消费者的第一需求，消费过程的愉悦体验和满意度需求逐渐上升，每个购物中心必须快速改变。

#### 一、建筑与室内空间设计

曼谷 EM 购物中心的设计融合了自然和城市特征，拥有引人注目的外观和标志性的建筑，打造高辨识度，加深顾客印象，以期获得人气，而顾客群对购物环境的要求也越来越高，要风格独特、色彩丰富，又要空气清新、环境优美，并且一次获得购物、社交、休闲、娱乐的全方位体验。

该购物中心室内有特点是：

- 平冲自然与都市生活中体验场所
- 最大化地提升一站式生活服务体验
- 集成丰富的功能业态



图 1.23 购物中心的室内空间创新设计

## 二、创新首店

为满足消费者多元化的需求，应对购物中心越来越同质化的困境，目前 EM 购物中心在业态品牌上努力的工作，主要发力点在创新业态，全国或区域首店上，带给顾客更多新鲜的体验。

在品牌方面，以引进 1,000 多个时尚品牌入驻，成为东南亚销售时尚品牌最多的购物中心，多个品牌的东南亚首家旗舰店（Flagship Store）也选择开设在此，另外投入 3 亿泰铢打造自动化停车场，以时尚艺廊为主题的 Quatier Cineart 影城，包括 4,000 平方米的 VIRGIN ACTIVE 世界级健身中心。



图 1.24 在购物中心的时尚品牌

## 三、科技应用

曼谷 EM 购物中心一直在科技应用上不断投入，以便满足消费者个性、便捷、独特体验需求，通过应用程序平台加深对消费者的理解与互动，提供便捷便利服务环境，刺激消费者 到达，此外通过应用程序捕捉消费者资料记录，同时还有在线上的主题团购、线上商城、积分兑换等。

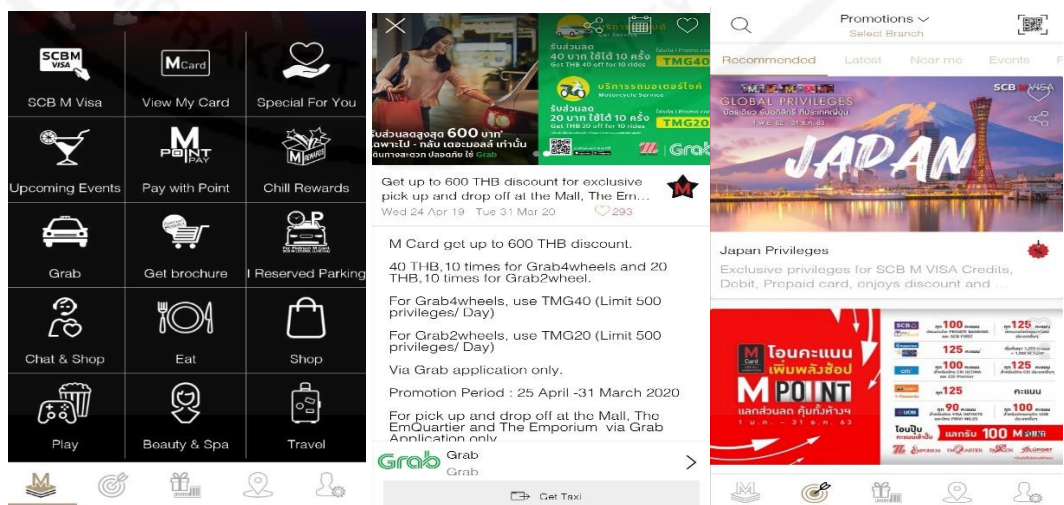


图 1.25 曼谷 EM 购物中心的 APP 应用程序



目前为了方便中国游客购物，EM 购物中心已开通了支付宝付款，使用支付宝还能获得两大额外优惠，从 2019 年 7 月至 2020 年 6 月 30 日在购物中心内部分商家购物时，可以享受钻石汇率。另外，外国游客还可凭护照在游客中心免费领取旅游金卡，凭卡在两家购物中心内的商店和美食广场消费可享受九五折优惠。

## 二、曼谷 EM 购物中心为游客服务的特点

### 一、购物中心创新方面

当顾客来到曼谷 EM 购物中心的时候，除了感觉得到时尚，也能感受到营销策略，主要在于两个方面：一是绿色地区为背景，拥有城市中森林的氛围，有瀑布及室内花园，让顾客觉得阴凉和绿色的氛围，亲近大自然。二是许多景点装饰为主题，美丽而又有趣，让顾客到每个地方都想要停下来拍照。三是建筑设计与传统销售的组合，能吸引各种的顾客，被认为是无与伦比的创新策略。

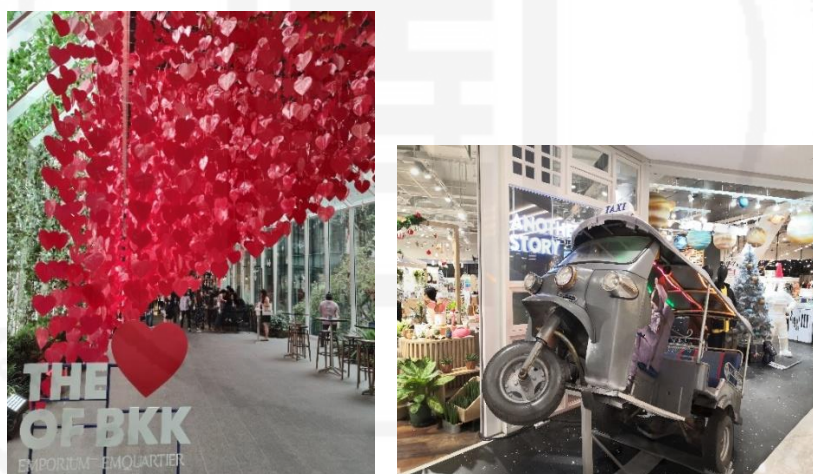


图 1.26 曼谷 EM 购物中心吸引游客的氛围塑造

### 二、购物中心管理服务

“服务”是所有购物中心的重要性，除了每个商店的服务以外，该购物中心也有齐全服务中心，例如，信息柜台提供多种语言服务、游客退税服务等，另外这里还有其他服务，使游客印象深刻，例如轮椅、优惠信用卡、支付宝等，以及各种促销，为外国游客和给中国游客提供付款方便。



图 1.27 购物中心为中国游客提供的付款服务



图 1.28 购物中心的轮椅服务

游客卡 (Tourist Card)是针对外国人推动促销的方式，分别为游客金卡与白金游客卡，具体内容是：

一、游客金卡提供给临时走进的游客，在购物中心及 Gourmet market 超市购买普通价格的产品时可享受 5%折扣优惠。

二、白金游客卡提供给贵宾游客，可享受与特别合作伙伴的优惠活动，在购物中心购买可享受 10%折扣优惠，在 Gourmet 超市购物时可享受 5%折扣优惠，另外在附近酒店也可以享受入住折扣。<sup>[1]</sup>



图 1.29 曼谷 EM 购物中心的游客卡

<sup>[1]</sup> ดิเอ็มควอเทียร์.(ไม่ปรากฏปี พิมพ์). สืบค้นเมื่อ กุมภาพันธ์ 2563,จาก [www.emquartier.co.th](http://www.emquartier.co.th)

### 第三节 曼谷 EM 购物中心为中国游客服务的状况

#### 一、中国游客在曼谷 EM 购物中心消费的情况

大部分中国游客来到曼谷 EM 购物中心的目标，他们来到这里不光是开开心心地购物为主，他们还喜欢找到拍照的地方和坐下休息，也为了找到一个闲逛的地方，从网上调查中发现，中国游客来到曼谷 EM 购物中心的主要活动有四个方面：一是对购物中心独特空中公园、人工瀑布及玻璃桥游览拍照；二是一边跟精美陈列的商店拍照一边购物；三是找到休息区，坐在咖啡馆或茶馆休息；四是闲逛的地方。总结中国游客去过曼谷 EM 购物中心后的印象，在中国旅游网站上发现，大多数的中国游客喜欢这个地方的装饰，比暹罗区安静，有齐全商店和餐厅，他们对购物中心几乎都是好评论和按赞，来这里的中国游客具有很高的购买力。

另外也有各式各样的餐馆可供选择，在 B 层有美食广场、知名餐厅和美食角，在 G 层有 Gourmet market 超市的“美食角”及泰国一镇一特产（OTOP）美食产品，包括在 6-9 层螺旋区域有 20 多间知名品牌美食餐厅，中国游客可以挑选食物与小吃，又好又便宜，因此他们对曼谷 EM 购物中心的生活和血拼体验感到满意。



图 1.30 曼谷 EM 购物中心的超市有美食角及美食产品



## 二、曼谷 EM 购物中心汉语服务提供状况

从调查发现，许多中国游客来曼谷 EM 购物中心主要是为了观光和购物，同时购物中心的语言服务除了泰文、英文、日文和韩文服务之外，还加上了汉语服务，目前汉语语言服务和汉语标识服务比较多，不少的商店或餐饮店为中国游客提供中文的购物牌及介绍说明，至于购物中心的主要服务，也为中国游客提供中文的广告说明牌和购物中心的促销活动看板，包括提供各种方面的汉语建议内容。



图 1.31 曼谷 EM 购物中心的汉语语言服务和汉语标识服务

曼谷 EM 购物中心的问询台，服务人员将提供泰语和英语为主，最初，遇到中国游客时，他们会用英文沟通，如果真的不懂或必须用中文沟通，柜台的服务人员会叫口译员来帮忙。

该购物中心的服务人员问询台的汉语水平低，主要问题就是服务人员很少会汉语，同时大多数服务人员几乎不懂汉语，使沟通不畅，不得不等待口译员帮助翻译，或者等不及了就使用翻译应用程序，把打泰语翻译成汉语，以及用手机的谷歌翻译系统讲泰语，然后翻译系统将回答汉语，服务人员目前经常用这样方式跟中国游客沟通。

虽然能够解决基本问题，但仍然有无效沟通的问题，中国游客会觉得很浪费时间，他们不能得到所有的信息，这显示问询台服务人员需要提高汉语水平，否则未来可能对购物中心的服务质量和中国游客数量造成影响。

通过访谈购物中心的专业口译员，目前只有三位主要的口译员，同时所有三位还必须提供英语服务，每年在 11 月至第二年的 2 月期间，该购物中心会增加聘用两三名临时汉语口译员，因为这是中国游客来到购物中心最多的期间。

此外，该购物中心还没有针对服务人员进行专门的汉语培训，但支持服务人员的自己额外学习，有些服务人员提出要求为他们提供汉语培训，至于招募中文口译员的汉语水平必须达到 HSK5-6 级。

服务人员常常碰到的大问题就是，中国游客从不同的地方来，不是每个人会说标准的汉语，讲汉语太快，口音也很有差别，让中文不好的他们听不懂，很容易误解，因此，一直以来服务人员常用方法是要求中国游客说慢一点。

## 第二章 曼谷 EM 购物中心的汉语服务调查

### 第一节 曼谷 EM 购物中心销售人员和服务人员的汉语状况

#### 一、问卷设计及访谈

本问卷调查分为二个部分（详见附录），第一部分是对该购物中心的服务人员与销售人员的调查分析，这部分包括他们的特征，如性别、年龄、学历等，以及目前的学习汉语情况。第二部分是中國游客基本资料，这部分包括中國游客的特征，如性别、年龄等与他们购物习性，购物所花费的时间等，由这部分资料来分析中國游客购物习性的不同是否会对他们满意度存在显著差异。

#### 二、服务人员和销售人员的问卷分析

##### （一）性别

表 2.1 曼谷 EM 购物中心的服务人员和销售人员的男女比例

	男性	女性
百分比 (%)	28.6%	71.4%

通过调查结果发现，接受调查的购物中心服务人员和销售人员中，女性比男性多，即女性占 71.4%，男性占 28.6%。

##### （二）年龄范围

表 2.2 曼谷 EM 购物中心的服务人员和销售人员的年龄段

年龄段	百分比 (%)
20 岁以下	13.3%
20-30 岁	46.7%
31-40 岁	33.3%
41-50 岁	6.7%
51 岁以上	0%
总和	100%

在购物中心的服务人员与销售人员中 20-30 岁的人数最多占 46.7%，此外显示年龄 31-40 岁占 33.3% 和 20 岁以下占 13.3%，小于 41-50 岁占 6.7%。

### (三) 学历

表 2.3 曼谷 EM 购物中心的服务人员和销售人员的学历

学历	小学	中学	中专	学士	硕士	博士
百分数 (%)	0%	13.3%	33.3%	46.7%	6.7%	0%

接受调查的购物中心服务人员与销售人员的学历中，有学士学位的人数最多占 46.7%。其次是中专科学历，占 33.3%，有中学文凭占 13.3% 和硕士的人数最少占 6.7%，同时小学及博士完全没有。

### 三、服务人员与销售人员的汉语水平和服务情况

#### 1. 学过汉语工作人员的比例

在问卷调查中，可以知道被调查的销售人员和服务人员曾经学过汉语的只占 11.2%，同时 88.8% 的他们没有学过汉语。见图表 2.1

服务人员和销售服务人员学习汉语情况

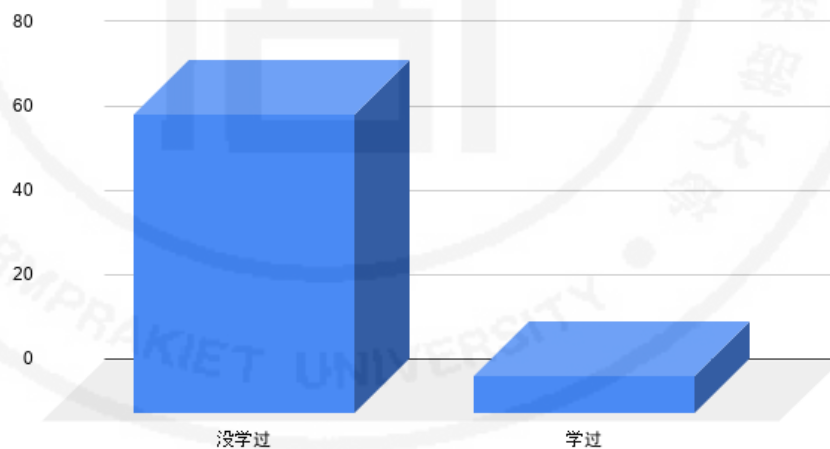


图 2.1 服务人员和销售服务人员学过汉语的比例

从图表 2.1 中发现，在曼谷 EM 购物中心大多数的工作人员都没有学过汉语，那表示中国游客目前在购物中心购物和沟通的时候，大多数的人员都不能用汉语，跟中国游客沟通有困难。

## 2. 学习汉语情况

表 2.4 曼谷 EM 购物中心的服务人员和销售人员学习汉语情况

内容	1 年以下	1-2 年	3-4 年	5 年以上	没回复
百分数 (%)	5%	2.5%	1.3%	3.8%	87.5%

从表 2.4 发现，没学过汉语的工作人员大多数没回复占 87.5%，学习 1 年以下的占 5%，学习 1-2 年的占 2.5%，学过 3-4 年的占 1.3%及 5 年以上的占 3.8%，调查说明 购物中心的服务人员与销售人员学过汉语很少，包括学习汉语的时间很短，他们的汉语学习不够，汉语水平算是不高。

## 3. 汉语技能情况

在问卷调查中，有问到了听力、会话、阅读、写作和翻译，购物中心服务人员与销售 人员多数表示他们这些技能很差。

表 2.5 曼谷 EM 购物中心的服务人员和销售人员的汉语水平情况表

语言技能	汉语水平情况				
	很好	好	一般	差	很差
听力	0%	4%	15%	55%	26%
会话	0%	6%	20%	54%	20%
阅读	0%	4%	12%	40%	44%
写作	0%	3%	7%	65%	25%
翻译	0%	3%	6%	54%	37%

从表 2.5 发现，购物中心服务人员与销售人员的汉语水平情况可以看到，在总体上大部分的工作人员认为他们的汉语水平差及很差。在听力方面，超过一半的工作人员认为差，占 55%。在会话方面有 54%的工作人员也认为差。只有在阅读方面不到一半的占 40%，在写作方面最多，占 65%，因为他们认为在工作时没机会写作，同时在翻译方面认为差，占 54%，大多数都认为自己的汉语技能都差或很差。因该购物中心的销售人员比服务人员很多，从问卷调查显示服务人员的汉语水平比销售人员强，而在总体上大多数都是差或很差。



#### 4. 汉语听说的沟通情况

该购物中心一些服务人员反映主要的问题就是听不懂,同时购物中心销售人员主要的问题一是不会说,占 66.7%,二是只会说一点的占 6.7%,三是听不懂的占 26.7%,图 2.2 显示了服务人员和销售人员的汉语沟通情况。

汉语听说的沟通情况

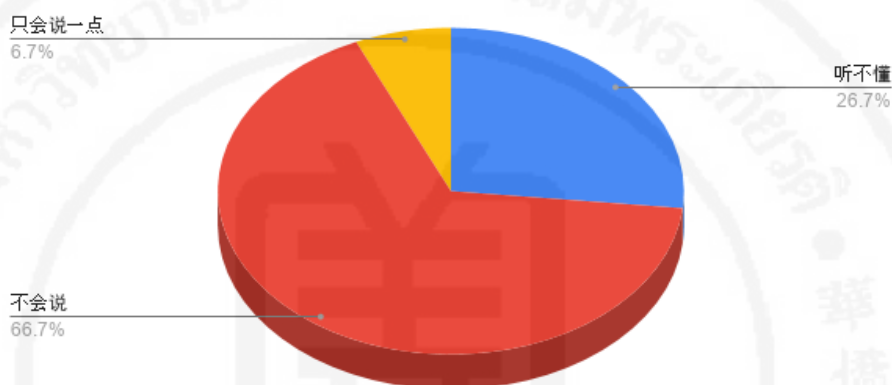


图 2.2 购物中心的服务人员和销售人员汉语沟通情况

#### 5. 购物中心工作人员与中国游客沟通情况

表 2.6 显示,接受调查的工作人员与中国游客交流时主要遇到的问题:一是认为他们自己的汉语水平比较少,中国游客讲的话,他们都听不懂,二是中国游客说得太快,使他们听不清楚,三是有一些中国游客讲话时有不同的方言口音,他们认为听不太懂中国顾客在说什么。

表 2.6 曼谷 EM 购物中心的服务人员和销售人员与中国游客交流遇到的问题

内容	百分比
中国游客说得太快	16.7%
中国游客口音问题	8.3%
汉语水平太少	75%

至于购物中心的服务人员与销售人员的汉语沟通能力，我们看到比较差，他们与中国游客不能沟通时会用其他的方法如：用英语占 36.80%，用计算机占 21.10%，用手势和词典 15.80%，包括请同事帮忙占 10.50%。图 2.3 显示因为购物中心工作人员的汉语水平低，大部分没有学过汉语，从访谈该购物中心的工作人员资料，对外国人的商业用语，主要第一是英语，除了用英语和汉语之外，还有其他语言是日语和韩语。

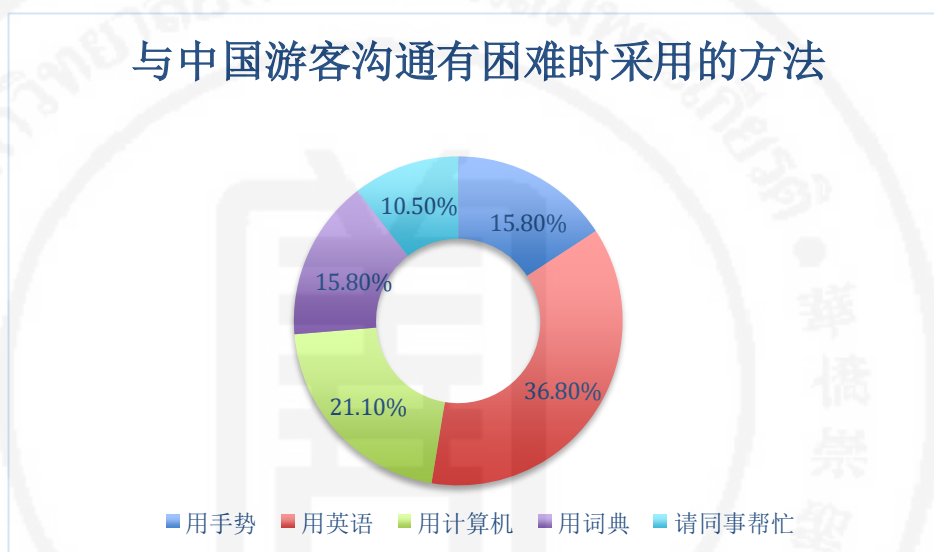


图 2.3 购物中心销售人员沟通困难时采用的方法

#### 6. 工作人员对需要提高自己的汉语水平的反映

接受调查的工作人员中，每个人都认为他们需要加强汉语能力水平，购物中心服务人员与销售人员的都认为，他们的会话和听力技能还需要提高。同时有一些工作人员认为，除了会话和听力之外，他们也必须提高阅读和写作技能，也有一部分的服务人员认为，需要提高翻译水平，以便他们在工作的时为中国游客提供方便。

#### 7. 购物中心工作人员对提供汉语服务的反映

从问卷调查中，被调查工作人员都认为该购物中心必须提高汉语服务，因为中国游客目前来到该购物中心比 2-3 年前更多，为了他们在购物时方便，全部工作人员都认为应该提供更多一些汉语服务。

## 第二节 曼谷 EM 购物中心的汉语网站调查

### 一、汉语网站服务项目

曼谷 EM 购物中心网站目前开设了汉语网页，为中国游客提供购物中心的服务信息，例如：促销活动、产品折扣、美食、酒店等，包括一些曼谷旅游信息。网站提供泰语和英语的信息服务为主，至于中文服务刚刚开设，以便中国游客了解购物中心的信息。网站除了泰、英、中之外，还有日文服务，提供了一些促销信息和优惠活动。



图 2.4 曼谷 EM 购物中心的汉语网站首页

曼谷 EM 购物中心网站主页分八个栏目：主题活动、血拼、就餐、购物指南、促销活动、博客、旅游、电子杂志，内容是：

- 主题活动：有优惠活动、最新消息等。
- 血拼：推介每月的商家活动。
- 就餐：推介美食餐厅及优惠菜单。
- 购物指南：有各楼层的平面图、推介购物中心各楼层的商店。
- 促销活动：有精选信用卡促销打折信息、M 卡会员、礼券等
- 博客：是网站日记，发布有趣文章。
- 旅游：有优惠活动、附近酒店、游客卡等。
- 电子杂志：是泰英双语杂志，可以自己下载，这收集该购物中心的最新消息、娱乐、推介产品等。



再回来! Emporium EmQuartier 2020年农历新年, 吉祥的农历新年节, 购物, 购物表演, 将在2020年1月15日至26日期间赢得超过1500万泰铢的大奖  
 今年比任何一年都更热闹, 挤满了超过一个月的红包促销活动, 从许多领先的银行获得了高达8,000泰铢的现金返还, 高达18%的现金返还, 我们的顶级支出活动中的3个! 豪华地中海游轮之旅总价值超过600万泰铢  
 1月24日至26日下午7点, 迎接金龙崛起, 显示灯光, 声音, 功率, 土地, 水, 风, 特技和高空表演。1月22日下午7点与超级巨星二人组 Nadech Kugjiriyajon和Yaya Urasaya一起举行盛大的开幕仪式。

图 2.5 曼谷 EM 购物中心的优惠活动

曼谷 EM 购物中心汉语网页对中国游客发布的信息经常有促销活动, 尤其涉及购物, 一定要品尝的餐饮和提供付款方法, 包括特权活动, 以及推介该购物中心附近的酒店。



图 2.6 曼谷 EM 购物中心汉语网页对中国游客的促销活动



## 二、汉语网站服务情况

在曼谷 EM 购物中心汉语网页内容这几年刚刚开设，目前发现汉语的内容比英语少，网页的汉语资料很少，大部分的专题栏目是泰英双语，这种情况必须有汉语能力高的人帮助该购物中心，针对在翻译中出现的问题，例如语言文化差异、汉泰语法的结构差异、音译和意译、构词、共用词汇等，因为它们的使用法不同，所以需要一些专业的工作人员来解决这项问题。

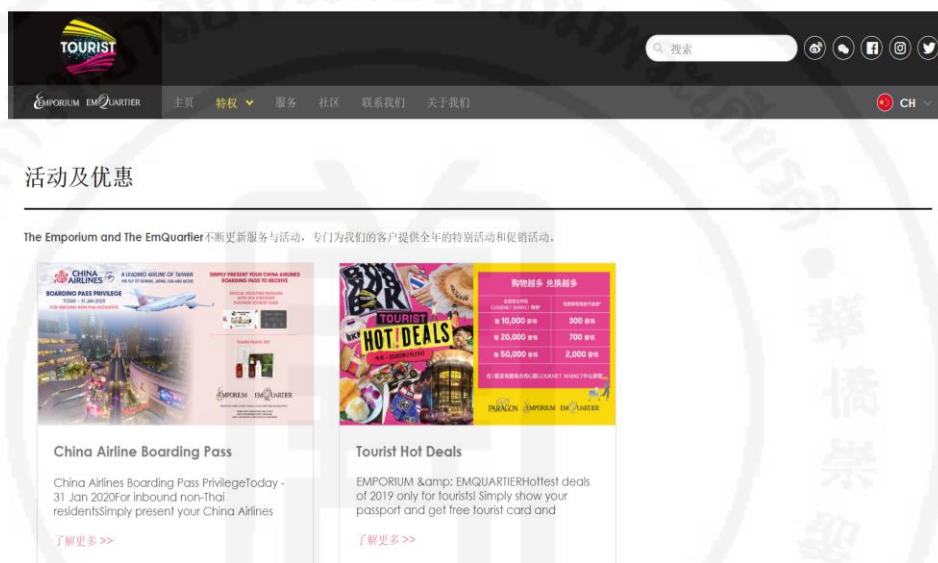


图 2.7 曼谷 EM 购物中心游客首页的汉语网页

## 三、中国游客对曼谷 EM 购物中心汉语网页的反映

### 1. 中国游客对购物中心汉语网页的了解情况

图 2.8 显示，大多数的中国游客不知道购物中心有汉语网站，访谈者占 91%，只有 9% 的中国游客知道有汉语网站。

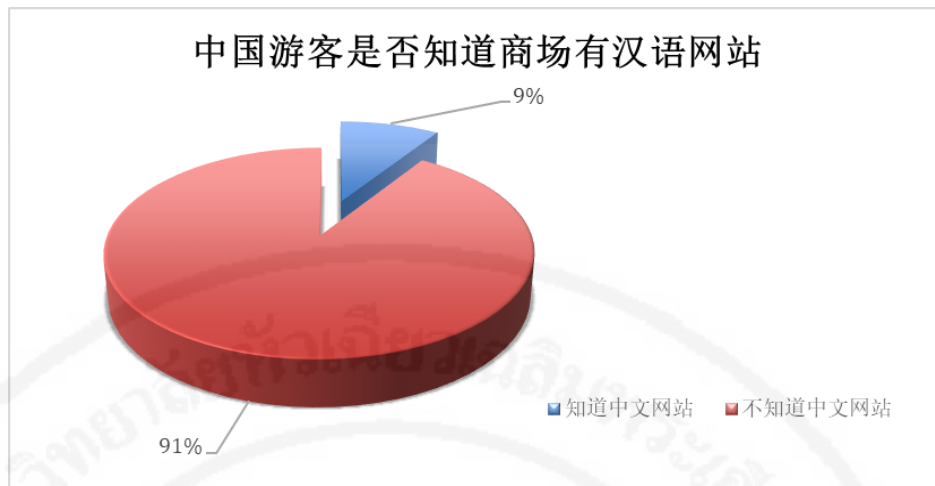


图 2.8 中国游客对购物中心汉语网页的了解情况

## 2. 中国游客浏览汉语网页的情况

从图 2.9 发现，中国游客在知道购物中心有汉语网站和浏览过该购物中心的网页占 13%，占 87% 的中国游客没有浏览过网页。这显示购物中心的汉语网页没有对中国游客的良好宣传信息。购物中心的汉语网页的汉语内容和信息不多，以及提供有关商品、促销和美食店等多方面的信息也不够，使大多数的中国游客没有浏览过购物中心的网站。该购物中心未来应该增加有关的资料，以便中国游客可以理解很多信息，重要的是能帮助和弥补很多销售人员与服务人员的汉语技能不足。

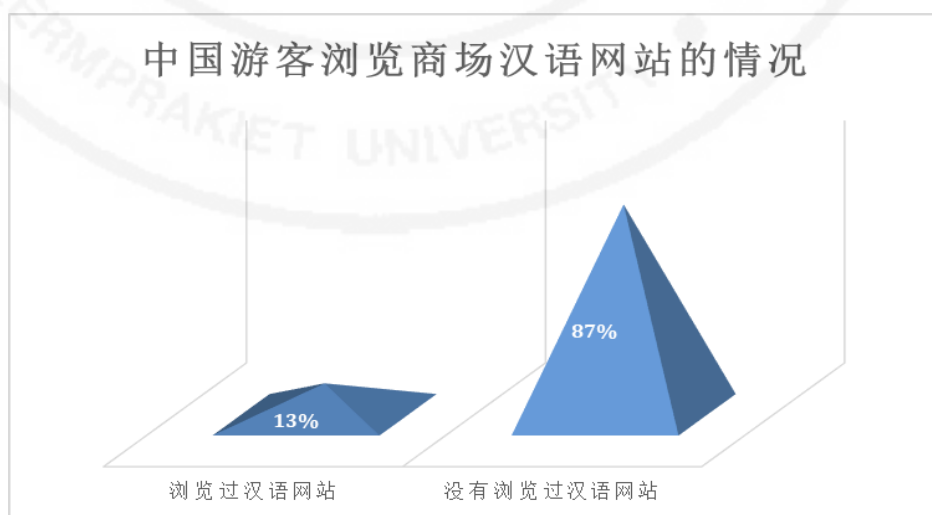


图 2.9 中国游客对购物中心网页的了解情况

由上可知，曼谷 EM 购物中心的汉语网页，首先应该必须安排资料，最后皆为“网站资料即时更新”，因为大多数中国游客都不知道可透过网站得知购物中心的资讯，所以该购物中心应该更加强网站资料的更新及服务推广。

### 第三节 中国游客对购物中心汉语服务的满意度调查

#### 一、曼谷 EM 购物中心的服务情况的调查

本研究问卷调查了 100 名的中国、台湾、香港、澳门及其他使用汉语的国家与地区，全部 100 份回答问卷，只有 12 份无效问卷，总计有效问卷调查为 88 份，以下为本研究之问卷调查 相关统计分析。

针对本研究回收有效样本之人口统计变项特征，共分为性别、年龄、教育、职业、居住地、收入等六个部分，如下

##### 1. 性别

男性 25 名，女性 58 名，其他 5 名。

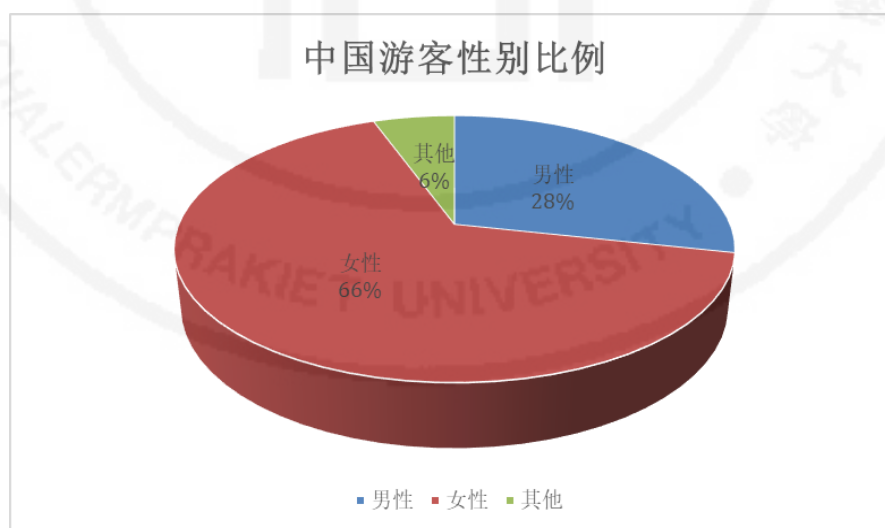


图 2.10 中国游客男女性别比例

从图 2.10 显示，来购物中心的中国游客性别，是女性为主，占 66%，男性占 28%及其他占 6%。

## 2. 年龄范围

表 2.7 中国游客的年龄范围

内容	人数
20 岁以下	8 人
21-30 岁	21 人
31-40 岁	45 人
41-50 岁	10 人
51-60 岁	3 人
60 岁以上	1 人

从表 2.7 显示，中国游客的年龄组主要在 31-40 岁的成人占 51.1%，21-30 岁的年轻人占 23.9%，41-50 岁占 10.2%，51-60 岁占 3.4% 和 60 岁以上 2.3%。因此在调查中，中国游客成人占大多数。

## 3. 教育

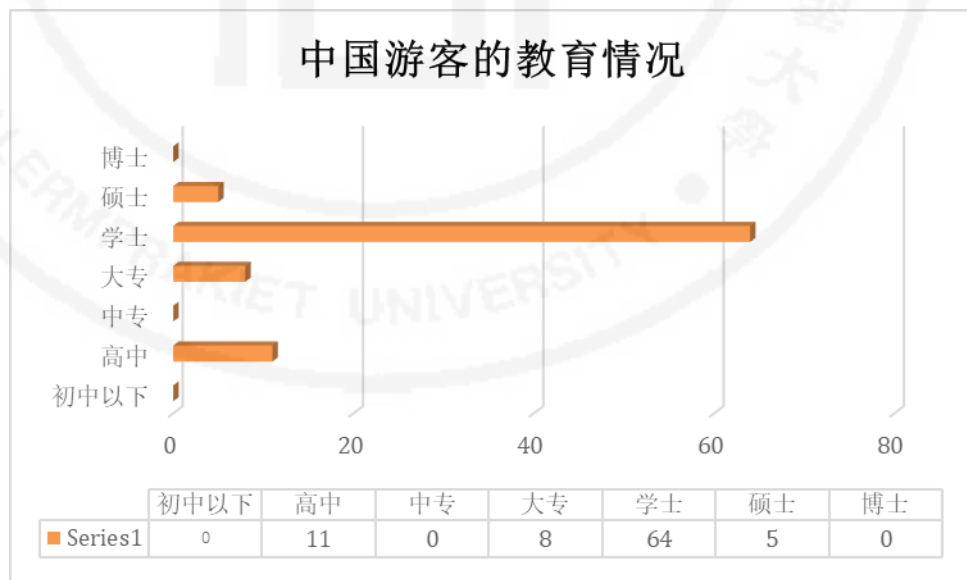


图 2.11 中国游客的教育情况

从图 2.11 显示，中国游客的教育程度主要是学士占 72.7%，高中占 12.5%，大专占 12.5%及硕士占 5.7%，同时在调查中没发现博士组。



#### 4. 职业

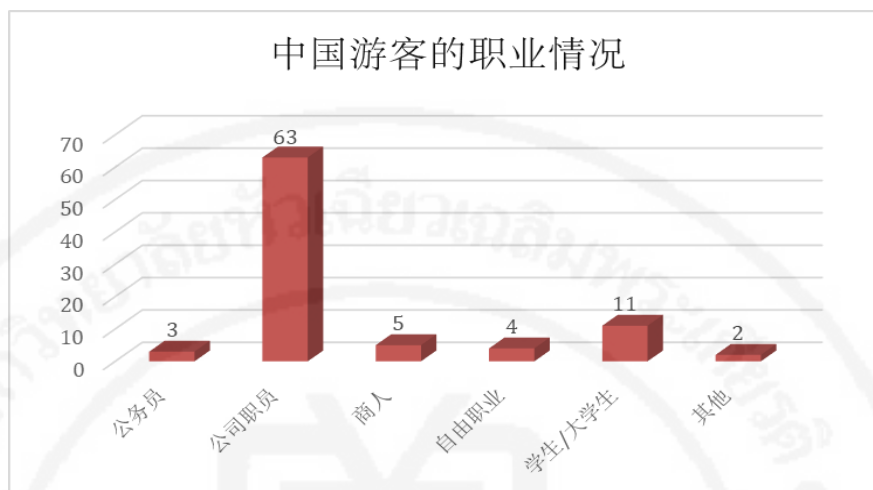


图 2.12 中国游客的职业情况

来购物中心的中国游客职业以公司职员为主，占 71.6%，学生和大学生占 12.5%，商人占 5.7%，从事自由职业的人占 4.5%，公务员占 3.4%与其他职业占 2.3%。

### 二、对曼谷 EM 购物中心总体服务情况的反映

#### 1. 中国游客对购物中心总体服务的反映

表 2.8 中国游客对购物中心总体服务的反映

总体服务情况	很好	好	一般	差	很差
中国游客的反映 (%)	35.9%	51.3%	12.8%	0%	0%

表 2.8 在调查结果中，中国游客对购物中心总体服务的反映，大多数的意见是好与很好，显示他们对服务比较满意。

## 2. 曼谷 EM 购物中心是否有提供汉语服务

表 2.9 中国游客对购物中心是否有提供汉语服务的反映

购物中心是否提供汉语服务	有	没有
中国游客的反映 (%)	91%	9%

表 2.9 的调查结果发现，中国游客占 91% 认为该购物中心有提供汉语服务，因为很多广告牌有汉语版，但是大多数的销售人员不懂汉语或讲汉语的时不太流利，所以有些中国游客与销售人员用简单英语进行沟通，另一方面如果没办法沟通的话，该购物中心的柜台也有翻译员服务。

## 3. 对曼谷 EM 购物中心服务人员汉语服务质量的反映

表 2.10 中国游客对服务人员汉语服务的反映

总体汉语服务情况	很好	好	一般	差	很差
中国游客的反映 (%)	1%	18%	32%	41%	8%

表 2.10 显示，销售人员和服务人员的汉语技能调查结果是：占 41% 是差，一般占 32%，这表示中国游客在购物中心内，可能遇到销售人员会讲汉语或不会讲汉语有关，因此遇到会讲汉语的销售人员，中国游客都觉得好，遇到不会讲汉语的销售人员，中国游客会觉得差。同时占 1% 的中国游客觉得很好，因为他们遇到咨询服务台的汉语口译员。

## 4. 与服务人员进行汉语沟通的时是否遇到困难

图 2.13 显示，中国游客在购物中心购物，并与销售人员用汉语沟通时，占 76% 认为有困难，有 24% 认为没有困难，因为他们可以用简单的英语沟通，虽然可以沟通，可是大多数都认为销售人员的汉语沟通水平不高，还需要进行改进。

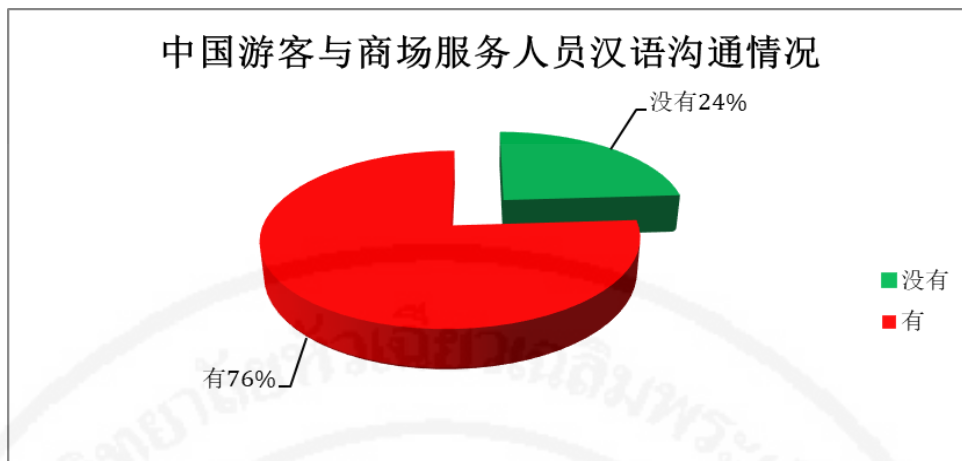


图 2.13 中国游客与购物中心服务人员汉语沟通情况

### 5. 中国游客认为需要改进的方面

表 2.11 中国游客认为购物中心的工作人员需要改进的汉语技能的方面

语言技能	听力	口语	阅读	书写
中国游客的反映 (%)	42%	53%	2.3%	1.7%

从表 2.11 的调查结果显示，中国游客对购物中心的汉语服务工作人员有意见，在购物中心遇到的主要问题占 53% 是销售员不会讲汉语或会讲汉语一点，因此中国游客认为该购物中心的汉语服务人员需要提高他们的口语水平，其次是听力，然后是阅读和书写的技能。

## 6. 中国游客建议需要增加的汉语服务

从图 2.14 中显示，中国游客需要增加哪些方面的汉语服务，通过问卷调查和中国游客访谈，他们提出了一些建议。

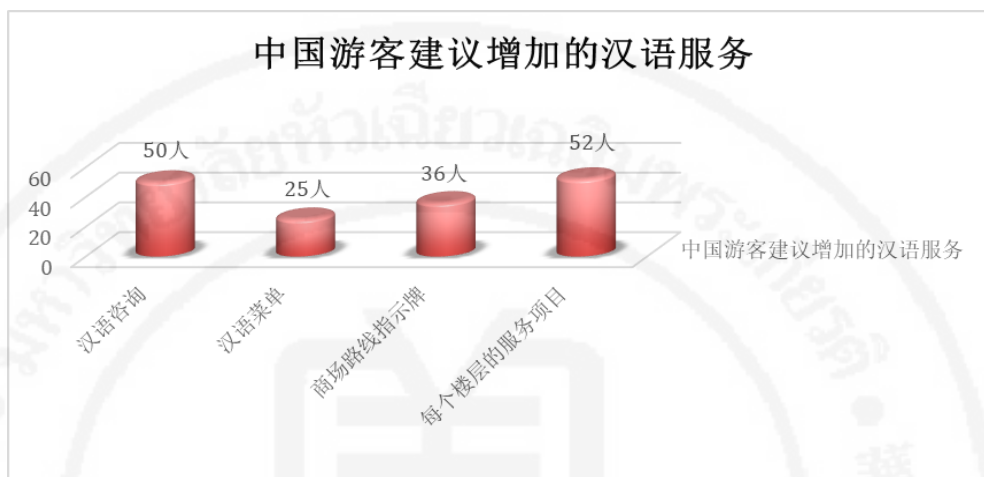


图 2.14 中国游客建议增加的汉语服务

- (1) 每个楼层应该增加主要销售和服务项目指南及地图的汉语说明，中国游客都认为在购物中心购物时会给他们带来好多方便，因为购物中心的面积很大，商店众多，没有汉语服务，会使他们浪费时间，以及不便于购物观光。
- (2) 应该增加汉语咨询点，目前，该购物中心的咨询服务台设在大厅，每个楼层没有服务台，同时服务台也随时没有汉语服务人员，中国游客遇到问题时，他们都认为真的很不方便找到汉语服务人员或口译员来帮忙。
- (3) 应该增加购物中心汉语路线指示牌，购物中心面积大，楼层多及路线有复杂，该购物中心目前大多数的路线指示牌都是泰英双语，如果可以增加汉语说明，对中国游客会很方便。
- (4) 应该提供汉语菜单，因大多数的中国游客都喜欢泰国的美食，而不少的购物中心餐饮店都没有提供汉语菜单，虽然有些餐饮店提供图片给他们看图点菜，但不是每个菜单都有，中国游客认为在点菜时不清楚是什么餐饮。

## 7. 对购物中心没有提供汉语服务，是否会影响中国游客的购物欲望

在问卷调查中，如果该购物中心没有提供汉语服务，对中国游客是否有影响，大多数的中国游客占 87.5% 认为不会受影响，尤其是年轻人，因为他们能用简单的英语或在购物时可以用手机的翻译應用程式及计算器解决问题，同时另一部分的中国游客占 12.5% 认为会受影响，因为他们遇到问题时，例如，想知道产品资料，销售人员不能给他们说明，可能会影响他们的购买决定等。

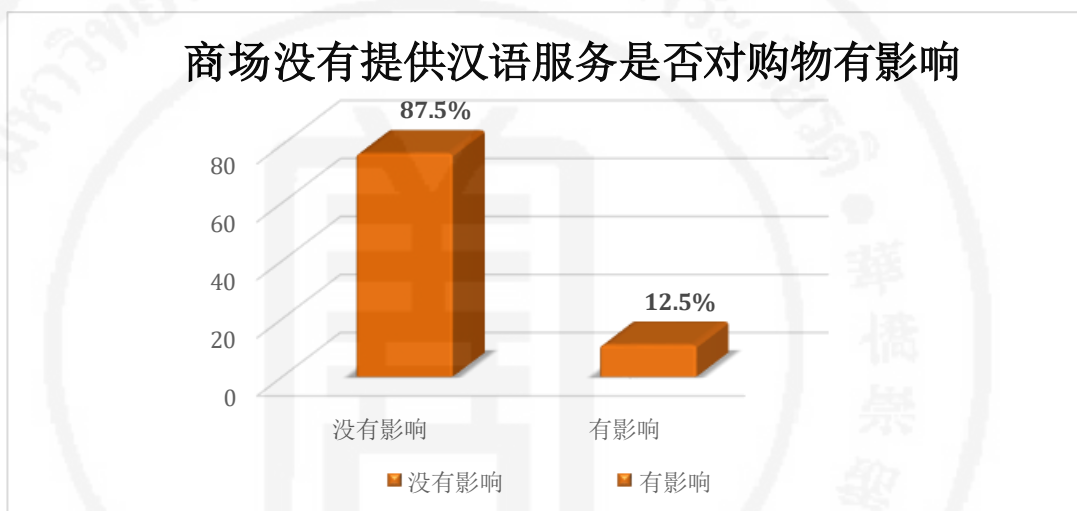


图 2.15 曼谷 EM 购物中心是否有汉语服务对中国游客购物的影响

## 8. 总结

在问卷调查中，大多数的中国游客对购物中心的服务总体上是满意的，他们的反映主要有以下几个方面：

### 1. 齐全设施

各别精品店很有趣，高级品牌到伴手礼都齐全的购物中心，有设计品牌、年轻人流行品牌，以及化妆品等各式商品，在这里可寻找高级食材，同时在美食区也可品尝推介的泰国食物，每一间都各有不同的个性化。该购物中心与曼谷轻轨站连接，可以方便前往也是魅力之一。

### 2. 服务高级

曼谷 EM 购物中心以购物环境干净、舒适、门面亮丽和各项服务设施标示明确，服务人员能迅速提供服务，为顾客能解决问题，同时他们对中国游客彬彬有礼。



### 3. 设计和风景有独特

随着健康成为当代生活最重要的主题之一，购物中心有设立一个“绿色区”来满足顾客多元的购物体验需求，来这里的顾客可在绿植空间中安静地休息，包括建筑物、设备的现代化、商店营造的气氛（如陈列、音乐等），让他们觉得很有特色，以及人工智慧步行道都将为游客营造更为智能的购物环境。

### 4. 外国和泰国品牌较多

曼谷 EM 购物中心可说是大型购物中心，所贩售的名产应有尽有，不论是外国和泰国品牌的时尚服装、化妆品、各式鞋店、芳香、美妆品牌、各种伴手礼等，这里还有 Gourmet market 超市有很多泰国产品，包括零食、化妆品和日用品，对中国游客来说，价格算是便宜的。

## 第三章 曼谷 EM 购物中心的经营管理分析评估

### 第一节 曼谷 EM 购物中心的管理和汉语服务 SWOT 分析

#### 一、曼谷 EM 购物中心管理和汉语服务 SWOT 分析

本研究实际问卷调查所统整及分析的曼谷 EM 购物中心 SWOT 分析，用来了解该商场善用优势与机会，避开劣势和威胁，如表 3.1 和 3.2 所示。

表 3.1 曼谷 EM 购物中心营销、管理和汉语服务之 SWOT 分析

	正面因素	负面因素
	1. 优势 (Strength)	2. 劣势 (Weakness)
内部因素	<ol style="list-style-type: none"><li>曼谷 EM 购物中心内商家通路多，商品、品牌多样化，满足顾客一次购足的需求。</li><li>拥有空中公园的室内热带花园，令人放松的绿色地区，唯一可欣赏不一样的曼谷风景。</li><li>不同节庆时会有不同的布景，使顾客有过节的气氛，刺激消费。</li><li>地点位于市区，与轻轨站连接，交通很方便。</li><li>曼谷 EM 购物中心内环境干净，走到宽阔。</li><li>拥有多年开业经验，面对危机处理较有经验。</li><li>有汉语标识、汉语公告和翻译员服务。</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>比普通购物中心，商品价格较高，所以只适合于生活水准较高的顾客。</li><li>市区内的民众多为出行繁忙，附近道路容易受赛车影响。</li><li>可提供汉语服务的工作人员仍然很少。</li><li>曼谷 EM 购物中心目前没有为工作人员提供汉语培训。</li><li>大多数的销售人员汉语沟通能力差。</li></ol>
	3. 机会 (Opportunity)	4. 威胁 (Threats)
外部因素	<ol style="list-style-type: none"><li>轻轨带动观光与顾客的人数。</li><li>发行会员卡，统计分析游客的消费习惯。</li><li>以优惠或回馈方式吸引会员。</li><li>与附近酒店、航空公司、银行等合作创造出更多商机。</li><li>在网站汉语首页上发布新的资讯活动，让更多人知道。</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>与曼谷地区的其他购物中心竞争激烈，同类市场的竞争高。</li><li>经济不稳定影响消费能力，例如，国际疫情、贸易战等。</li><li>电子商务发达，整体购物中心的零售市场被便利的网购取代。</li><li>大多数的曼谷购物中心都有汉语服务，不再是优点了。</li></ol>

表 3.2 曼谷 EM 购物中心的 SWOT 战略分析

优势+机会分析 (SO)	劣势+机会分析 (WO)
<p>1. 曼谷 EM 购物中心目前环境良好，可以马上促进商场的销售，例如包装、升级、细化旅游产品来吸引中国游客。</p> <p>2. 提升汉语服务，增加了汉语标识、汉语公告和翻译员，特别是汉语接待和销售 人员，以便中国游客购物时感到方便。</p>	<p>1. 一些商品价格较高，必须有外国人的促销活动，例如实行会员管理制度，主要包括会员基本资料管理、折扣优惠管理、会员分析等。</p> <p>2. 曼谷 EM 购物中心不能改进服务人员和销售人员的汉语沟通能力，未来可能失去一些中国游客群。</p>
优势+威胁分析 (ST)	劣势+威胁分析 (WT)
<p>1. 虽然曼谷 EM 购物中心吸引了大量游客，但在竞争激烈的国际观光市场上，要克服观光季节性及增加文化消费性等问题，必须透过常年举办节庆活动的“节庆化”</p> <p>2. 曼谷 EM 购物中心有多年开业经验，同时也必须随时准备面对威胁措施，例如紧急防控疾病、游客减少等，为购物中心实现更好的销售服务。</p>	<p>1. 虽然曼谷 EM 购物中心有汉语服务，但销售人员和服务人员汉语沟通能力差，同时在泰国的购物中心都有汉语服务，不再是优点了，那里的服务好就赢。</p> <p>2. 目前泰国购物中心竞争激烈，包括经济不稳定及被便利的网购取代。</p>

目前顾客去买东西的时，其实是想跟他们信任的人（顾客体验），购买他们想要的东西（产品效益），不管顾客会在线上还是线下商店购买产品，他们位于何处、跟谁在一起，以及他们有多少时间，这个关键就是“顾客视角”。很多零售策略似乎都忘了—一个十分重要的理解，就是现在的顾客跟以前比起来有太多选择，所以只有能够针对顾客在乎的方面提供最好价值的零售业者，才能吸引顾客前来消费，曼谷 EM 购物中心必须展现出超越竞争对手的最佳竞争优势，给顾客更多满意和益处，或者是消除零售体验中的漏点和不方便，都可以实现这种最好价值。

曼谷 EM 购物中心要面对零售业市场的竞争，不管是电子商务发达，整体零售市场被便利的网购取代，以及餐饮取决于贩卖体验和顾客的购买力，所以影响较高。同时为满足顾客的需求，大量地引进知名餐饮品牌，而日常生活用品可以顺便采购，所以提袋率也提高，吸引了本地人与游客来这里观光。

## 二、曼谷 EM 购物中心汉语服务调查结果分析

通过曼谷 EM 购物中心汉语服务的问卷调查，已经收集了所有信息和数据，可以分析和评估 EM 购物中心汉语服务的情况如下；

### 1. 曼谷 EM 购物中心汉语服务总体情况的评估

对购物中心的服务人员和销售人员的问卷调查发现，接受调查的工作人员曾经学过汉语的只占 11.3%，同时 88.8%的工作人员没有学过汉语。大部分的销售人员是女性，在工作人员中会讲一些汉语，他们学习过 1 年以下占最多，显示汉语水平很差。

目前曼谷 EM 购物中心的外国游客情况，发现中国游客数量有增加的趋势，购买力也最多，但是一些销售人员汉语不好，听说读写的能力差，跟中国游客沟通有困难，但是该购物中心尝试解决这个弱点，在服务台和客户及游客咨询中心提供口译员的服务。

同时曼谷 EM 购物中心的汉语标识和广告的信息服务及时，但是内容太少，只有支付宝、会员卡和信用卡的信息而已，对中国游客没吸引力，除了不定时的推销活动，才会刺激中国游客购买更多的商品。

至于汉语网页内容不多，目前发现中文的内容比英文少，网站的汉语资料算是很少，大部分的专题栏目是泰英双语。

曼谷 EM 购物中心的设计是以现代的购物区与曼谷购物中心的绿地为特点，吸引了游客来购物中心观光，为了方便外国游客在该购物中心购物和附近的旅游地点观光，还为外国游客提供行李寄存服务，当日运送行李和包裹到机场或酒店，包括豪华轿车接送服务，特别是他们的服务台提供了中英泰的标识，大多数的中国游客来往存取行李，虽然不懂英语，看汉语的资料就知道了。

如上所述，曼谷 EM 购物中心的汉语服务总体发现，为大部分的中国游客，还做得不足，因为泰国的旅游业正在不断发展，同时中国游客来泰国也越来越多，所以应该为中国游客提供汉语服务的环境，不断提高购物中心的质量，以便维持推动泰国经济。

### 2. 曼谷 EM 购物中心汉语水平的评估

在问卷调查中，有问到了听力、会话、阅读、写作和翻译能力，购物中心的服务人员与销售人员的多数表示，他们这些技能都很差，平常大多数的工作人员不能与中国游客进行沟通，交流有困难，在沟通困难时，他们会用英语与中国游客沟通。

由于大多数销售人员的汉语都没学过或是初级水平，使他们不能推介产品或者回答问题，有时必须用手机或计算器翻译功能帮助，以及叫来口译员来帮忙，中国游客要等一段时间，这样情况使每个人都浪费时间。

对曼谷 EM 购物中心的工作人员，大多数销售人员与服务人员都没学过汉语，一些有学过的工作人员只学过了 1 年不超过 5 年，汉语水平太低，而且他们平常也很少有机会使用汉语，所以都忘掉了，只有几个服务人员和口译员才能与中国游客进行很好的沟通。

在调查中还发现，因为销售人员的听说读写能力差，该购物中心必须立刻提高工作人员的汉语能力水平，同时服务台的一些工作人员需要努力提高他们自己的汉语能力，更多学习汉语，以便在面对中国游客发生问题的情况下，可以跟他们良好沟通，提供满意的汉语服务。

曼谷 EM 购物中心目前还没有为工作人员提供汉语服务培训，通过访谈服务台的汉语口译员发现，在招募时，除了英语能力一定很好之外，指定汉语水平必须通过汉语水平考试五级以上才能通过该购物中心的标准。

### 3. 曼谷 EM 购物中心汉语网站的评估

曼谷 EM 购物中心网站为中国游客提供购物中心的服务信息，例如：促销活动、产品折扣、美食、酒店等，包括一些曼谷旅游信息，以便中国游客了解购物中心的信息。网站除了泰、英、中之外，还有日语服务，提供一些促销信息和优惠活动。

目前发现汉语的内容比英语少，网站的汉语资料信息很少，大多数的中国游客并不知道购物中心有汉语网页，访谈者中只有 9% 的中国游客知道有汉语网页，这显示该购物中心的汉语网页没有对中国游客的生产良好的宣传效果。

该购物中心未来应该增加有关的资料及加强宣传这个汉语网页，以便中国游客可以了解更多信息，更重要的是，能帮助和弥补很多销售人员与服务人员的汉语技能不足。



## 第二节 曼谷 EM 购物中心汉语服务中存在的问题

在问卷调查中，对曼谷 EM 购物中心的服务人员和销售人员的调查发现，他们的汉语服务方面有很多问题，主要问题有以下几个方面：

### 1. 曼谷 EM 购物中心汉语服务管理不标准

在购物中心内，虽然有提供汉语招牌服务，却发现少量，而不是全覆盖整个购物中心，同时这些汉语招牌也发现翻译错误。至于服务台的接待人员还少能用汉语服务，他们的英语能力比汉语好，在帮助中国游客解决问题和沟通时，可能有困难，主要问题之一是 该购物中心缺乏汉语专业人才。

此外，在问卷调查中，大多数的销售人员与工作人员汉语程度不高，不能与中国游客进行沟通，没有达到良好的标准，读写方面可能不是最大的问题，加强他们的听说能力，注重汉语培训，未来的工作人员的汉语沟通才会更好。

### 2. 曼谷 EM 购物中心销售人员和服务人员的汉语水平不高

调查表明，小部分的服务人员汉语好一些，但是大多数的销售人员汉语听说读写能力差，在访谈时发现，他们的主要问题有几个原因如下：

（一）大多数的销售人员没有学过汉语或者学过 1 年不超过 5 年，汉语程度低，不能进行良好沟通。

（二）泰国人虽然通过汉语水平考试（HSK），但是很少机会练习口语和经常听读写一些汉语，他们的能力越来越退步。

### 3. 商业专用的词汇量不多

大多数的服务人员和销售人员的汉语能力是基础级，他们的商业专用的词汇量不多，因为词汇少，所以在工作时，与中国游客不能良好沟通，语法不太好，不可以讲长一些的句子，在使用汉语的时候发生不少错误，对他们有严重的影响，因此，他们必须提高自己的汉语水平。

#### 4. 曼谷 EM 购物中心对服务人员与销售人员的汉语训练

从访谈工作人员的时候发现，大多数人没有学过汉语，遇到中国游客的时候，他们会先用英语，如果不能给中国游客解决问题，他们才要求该购物中心的汉语口译员来帮忙，同时服务人员和口译员认为，他们的汉语水平都在与中国游客沟通中得到了学习提高，因为该购物中心没有给他们汉语训练，如果购物中心对工作人员提供汉语训练，他们都认为汉语沟通能力会一定有发展，并提高汉语服务质量。

#### 5. 曼谷 EM 购物中心汉语网站资料很少

曼谷 EM 购物中心汉语网页，目前发现汉语的资料比泰语和英语少很多，大部分的专题栏目是泰英双语，大多数中国游客都不知道可以透过网站得知购物中心的资讯，他们认为大部分的购物中心主要资料，是通过中、港、澳、台的旅游网站获得曼谷 EM 购物中心的信息，如果可以不断增加更新资料和信息，为购物中心提供有趣的广告宣传，一定会吸引更多的中国游客来参观官方网站。

图 3.1 汉语招牌发现了翻译错误



### 第三节 解决问题的建议和改进措施

曼谷 EM 购物中心是高端购物中心，除了众多中高级品牌外，在空间的设计上，也将城市人最需要的绿意自然引入，建筑设计以结合自然和城市生活为主，这一切不仅为这个曼谷市添加了难得的绿意，同时也给予了游客一个独特的体验，目前这里吸引了更多中国游客前来休闲与消费。对购物中心的汉语服务来说，汉语服务方面还有问题存在，主要反映在销售人员和其他工作人员的汉语能力差，必须提高越快越好，从问卷调查及采访中发现，要提高他们汉语水平，建议采取从以下几个方面来解决汉语服务不足的问题。

#### 一、加强购物中心的汉语培训，提高汉语水平

通过调查分析，针对销售人员和服务人员的汉语听说能力太低，这会对曼谷 EM 购物中心汉语服务质量带来影响，因此管理部门应该加强对购物中心的汉语服务培训，支持销售人员和其他工作人员提高他们的汉语水平，有学习汉语的机会，以及举办汉语培训班。另外，汉语培训重点应该注意到汉语口语、听力和商业词汇练习，包括对中国文化与中国人的生活习惯的了解，鼓励他们主动加强自己的汉语水平。

#### 二、招聘汉语人才，解决工作人员不足的问题

曼谷 EM 购物中心的销售人员及口译员都认为，他们缺乏良好汉语沟通的人员，购物中心应该招聘有良好汉语听说能力的人员，这种方式能解决汉语人才不足的问题，减轻了培训的成本，提高汉语服务质量，满足中国游客的需求。

#### 三、增加汉语广告招牌与商品介绍

虽然有越来越多的中国游客来到曼谷 EM 购物中心，但他们却不清楚所要买的商品在哪个楼层，虽然在玻璃区域大厦 G 层和 M 层的大厅有全面平面图的位置，但是全部都是泰语和英语，中国游客不懂英语都不想去看，他们要自己在购物中心里上下寻找，如果该购物中心在大厅门口、问询台或每个楼层能提供汉语注释的平面图及商店资料，包括广告单及小册子，就会更方便不懂泰英语的中国游客，帮助他们更容易找到要去购物的商店。此外，还可以提供汉语二维码服务，中国游客扫二维码就能找到购物中心的地点和信息，改善和弥补购物中心在汉语信息招牌上的不足。

#### 四、增加一些汉语网站的信息

曼谷 EM 购物中心的调查分析显示，汉语网页没有对中国游客进行良好的宣传，目前提供汉语商店、促销和美食店的内容与信息不多，使大多数的中国游客没有浏览过网页。

购物中心应该招聘有良好汉语听说读写能力的人员，其次必须安排资料，最后要为网页资料作“即时更新”，因为大多数中国游客都不知道可以透过网站得知购物中心的资讯，所以购物中心应该更好加强网站资料的更新及服务推广，以便满足中国游客的需求。

#### 五、增加正式的汉语名字

目前泰国的其他购物中心都具有正式汉语名称，例如暹罗百丽宫（Siam Paragon）、暹罗天地（ICONSIAM）、暹罗中心（Siam Center）等，曼谷 EM 购物中心也是一样的，应该有正式汉语名字，让中国游客能记住购物中心的一样名称。

## 结 语

泰国的购物中心业务发展至成长阶段时，曼谷市场的密度会很快增加，同类大型的购物中心之间竞争激烈，整个曼谷 EM 购物中心以现代概念和城市自然为主，把全球名牌奢侈品店和泰国的商品及各种美食融入在一起，满足不同的游客需求。游客能一边浏览购物中心的美景，一边购物和品尝美食，这里目前吸引了大多数的外国游客，特别是中国游客。

至于营销策略，曼谷 EM 购物中心的概念是“时尚又充满绿意”，因为他们知道现代的消费者心态，大多数的消费者期望的大型购物中心是现代化与丰富化，购物已经不是第一需求，为了强调购物中心的特色，购物中心可依靠建筑物外观整体设计与室内环境规划，以及气氛的营造结合潮流趋势。此外，增加服务项目和多样化，以建造现代化的形象，所以必须快速改变，除了特别建筑设计和提供了多种特色商店之外，还提供了泰语、英语、日语、韩语及汉语服务，为来到购物中心的大量外国游客提供方便。

本论文通过调查分析来说明曼谷 EM 购物中心汉语服务情况，指出汉语服务在购物中心中的作用，服务人员和销售人员的汉语水平基本情况，服务质量和存在的问题，以及对这些问题的改进建议和措施。

本次研究的目的是通过调查 EM 购物中心服务人员和销售人员，以及口译员汉语水平与汉语应用的情况，显示出他们的汉语水平与服务质量在销售人员和专业服务人员之间较大差异，从问卷调查，访谈和文献资料的分析，指出了购物中心在汉语服务方面的人才不足，他们不能与中国游客进行良好沟通，还必须改进的措施和建议。

曼谷 EM 购物中心的专业服务人员分为 2 种，分别是口译员和服务台的人员，他们的汉语水平高，主要工作是接待和解答来购物中心的中国游客各种问题，他们能用汉语和英语进行沟通，同时商店各家的销售人员，大多数他们的汉语沟通能力差，包括没有汉语基础，接受调查的销售人员和服务人员曾经学过汉语的只占 11.3%，同时 88.8% 没有学过汉语，应该关注的情况是，没学过汉语的销售人员和服务人员，占到 87.5%，其次学习 1 年不超过 5 年占 8.8% 而已，其余 5 年以上的占 3.8% 就已经是专业的服务人员，调查指出，购物中心的服务人员与销售人员学过汉语很少，包括学习汉语的时间很短，他们的汉语学习不够，汉语水平不高。



除了提供汉语服务的人员之外，曼谷 EM 购物中心还提供多方面的汉语服务，例如汉语网页、汉语标识、二维码、支付宝、汉语广告、外国人的会员卡等。至于汉语网页，里面有泰语、英语和汉语文字服务，虽然目前网站汉语资料比泰英双语资料少，但是未来，也有计划进一步改善汉语网页，可以为了中国游客提供及时查寻购物中心的各种信息。

研究结果表明，曼谷 EM 购物中心汉语服务方面的总体还有问题，汉语服务人员缺乏，在汉语管理上必须提升了汉语服务质量，加强对汉语服务销售人员和服务人员的培训，提高汉语沟通能力，因为他们都认为自己的汉语能力差，需要参加汉语培训，同时管理部门应该举办汉语学习班，重点于听说能力，以及购物中心有关的汉语词汇，这几年来，他们认为这些问题影响了各家商店汉语服务的质量。另外，购物中心还可以通过招聘汉语人才，增加汉语人才的工作人员，直接提高销售人员的服务质量，满足中国游客对汉语服务的需要。另一方面，购物中心应该增加必要的汉语标识、汉语平面图、汉语应用程序、汉语二维码服务和购物小册子给中国游客，以便帮助弥补销售人员汉语水平低的问题。

根据本论文，通过曼谷 EM 购物中心分析研究，完成了研究的目的，已经分析了购物中心的营销策略，直到汉语服务情况调查，指出各种很好的服务、设计和设施，同时也指出了缺点，那些地方要改善，尤其是汉语服务管理方面的不足，虽然不包括汉语服务质量的首要因素，但是针对这些问题提出了改善的建议和措施。

## 致谢

首先,我要感谢曼谷 EM 购物中心、服务人员、销售人员、口译员和陆、港、澳、台游客花他们宝贵的时间帮我做汉语服务调查,包括给我采访。这样我才能发现曼谷 EM 购物中心的汉语服务问题,以及能分析解决问题方案。

我还特别感谢李严锋博士教授,他帮我指导和修改本论文,论文写作格式等,包括泰国华侨崇圣大学中国语言文化学院各位老师的指导,刘丽芳博士副教授、赵平博士及谢业辉老师,没有各位老师的帮助,本论文可能没有今天的完成。

最后,我非常感谢我的家人、各位好朋友、各位同事,谢谢你们常常鼓励,一直热情支持我到如今!

万昌丽

2020年7月11日

## 参考文献

### 一、汉语文献

- [1] 白艺安. (2017). 中国旅游者在曼谷白金时尚商城购物行为研究[D]. 昆明理工大学
- [2] 蔡美秀. (2015). 泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究[D]. 泰国华侨崇圣大学硕士论文
- [3] 陈福宝NATTAPON JIRAWATCHANTAT. (2017). 中国游客泰国芭提雅购物行为影响因素研究[D]. 东华大学硕士论文
- [4] 陈书陶BOONYAPORN BURANAPAKDEE. (2016). 曼谷水门服装市场汉语服务研究[D]. 泰国华侨崇圣大学硕士论文
- [5] 刘捷 WICHITA CHOTCHAI PATTARAPONG. (2018). 泰国零售业汉语服务研究——以Terminal21购物中心为例[D]. 泰国华侨崇圣大学硕士论文
- [6] 苏逸涛. (2014). 中国旅游者在曼谷King Power (Rangnam Rd.) 免税店购物行为研究[D]. 昆明理工大学
- [7] 王阳 AUNG SUMALIN (2016). 泰国大型商务酒店营销策略研究[D]. 黑龙江大学硕士论文
- [8] 王玉洁 ANONGKARAT BANGSRI (2016). 曼谷旅游夜市汉语服务研究[D]. 泰国华侨崇圣大学
- [9] 肖弘文. (2015). 中国旅游者在泰国安帕瓦水上市场旅游行为研究[D]. 昆明理工大学
- [10] 肖智美. (2018). 赴泰中国游客消费行为研究[D]. 天津师范大学
- [11] 雅娅·巴莫 APINYA PRAMOJ. (2018). 商务汉语应用对于中国游客消费行为的影响研究——以暹罗百丽宫 (SIAM PARAGON) 商场为例[J]. 泰国华侨崇圣大学中国语言文化学刊第 1 期
- [12] 于晓轩. (2011). 中国游客在曼谷的“被购物”现象研究[D]. 广西大学
- [13] 张凯慕 KHAIMUK PHUTTICHOTRAKSA. (2015). 素万那普国际机场商业汉语服务调查分析[J]. 泰国华侨崇圣大学中国语言文化学刊第 2 期
- [14] 张正诗. (2013). 泰国曼谷乍都乍周末市场营销策略研究[D]. 昆明理工大学
- [15] 智明. (2015). 泰国曼谷 SIAM PARAGON 购物中心针对中国旅游者营销策略研究[D]. 昆明理工大学

- [16] 中华人民共和国商务部. 2018年年初赴泰中国游客市场活跃. 2018年02月23日, 网站: [www.mofcom.gov.cn](http://www.mofcom.gov.cn)
- [17] SWOT 分析模型-MBA 智库百科  
[https://wiki.mbalib.com/wiki/SWOT\\_分析模式](https://wiki.mbalib.com/wiki/SWOT_分析模式)
- [18] 全球购物中心发展趋势, 你想知道的都在这里  
<https://kknews.cc/tech/99qgzrj.html>
- [19] 购物中心网站 : [www.deepnorth.cn/shopping-centers/](http://www.deepnorth.cn/shopping-centers/)

## 二、英语文献

- [20] BANGKOK.COM 《曼谷埃姆卡阿系厄新购物购物中心》2018 年  
[www.bangkok.com/cn/shopping/emquartier.htm](http://www.bangkok.com/cn/shopping/emquartier.htm)
- [21] Hotel.com 《中国游客境外旅游调查报告 2017》, 2017 年
- [22] WITCHAREEYA RUENPHO 《MARKETING FACTORS INFLUENCING DECISION TO USE SERVICES AT SIAM PARAGON SHOPPING CENTER》, 2010 年 05 月
- [23] The EmQuartier 简历, <https://en.wikipedia.org/wiki/EmQuartier>

## 三、泰语文献

- [24] 曼谷 EM 购物中心网站 <https://www.emquartier.co.th/>
- [25] 曼谷 EM 购物中心维基百科 (泰语) . สืบค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2562, [บทความออนไลน์] จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/เอ็มควอเทียร์>
- [26] 曼谷 EM 购物中心吸引中国游客推动达到 200% 的目标 เอ็มควอเทียร์ดึงนักช้อปปิ้งจีน ดันยอดโต 200%. สืบค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2562, [บทความออนไลน์] จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/720855>
- [27] 曼谷 EM 购物中心的 10 大秘诀, 您可能还不知道 10 เรื่องเกี่ยวกับเอ็มควอเทียร์ที่คุณอาจยังไม่รู้. สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2562, [บทความออนไลน์] จาก <https://www.marketingoops.com/reports/fast-fact-reports/10-emporium-emquartier-facts/>
- [28] 泰国百货公司的营销趋势 ตามดูตลาดดีพาร์ตเมนต์สโตร์ วันนี้ห้างไทยอยู่อย่างไร. สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2562, [บทความออนไลน์] จาก <http://www.brandage.com/article/2952/Department-Store>

## 附录

### 附录一：曼谷 EM 购物中心管理人员访谈

#### 曼谷 EM 购物中心从开始到现在的汉语服务

1. 曼谷 EM 购物中心在人员招聘方面，必须是否有英语或汉语能力的资格？
2. 曼谷 EM 购物中心是否为人员提供汉语培训？您认为有必要吗？
3. 目前汉语服务会不会影响曼谷 EM 购物中心的管理？为什么？
4. 曼谷 EM 购物中心在汉语服务方面做了哪些服务？提供了哪些设施？
5. 为了方便中国游客，用汉语广告是不是有必要？为什么？
6. 您认为在汉语服务方面还需要做哪些改进措施？

#### การให้บริการทางด้านภาษาจีนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบันของศูนย์การค้าดิเอ็มควอเทียร์

1. การรับสมัครพนักงานจะต้องมีคุณสมบัติด้านภาษาอังกฤษหรือภาษาจีนอย่างไร
2. ทางศูนย์การค้ามีการจัดอบรมภาษาจีนให้แก่พนักงานหรือไม่ และท่านคิดว่าจำเป็นเพียงใด
3. ปัจจุบันภาษาจีนมีอิทธิพลต่อการจัดการศูนย์การค้าหรือไม่ เพราะเหตุใด
4. ในด้านการบริการภาษาจีน ศูนย์การค้าจัดให้มีบริการภาษาจีนหรือสิ่งอำนวยความสะดวกภาษาจีนด้านใดบ้าง
5. การใช้ภาษาจีนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวจีนมีความจำเป็นเพียงใด เพราะอะไร
6. ท่านคิดว่าในด้านการให้บริการภาษาจีนของศูนย์การค้า ยังต้องปรับปรุงในด้านใดบ้าง



## 附录二：曼谷 EM 购物中心销售人员和工作人员的问卷调查 购物中心的销售人员和工作人员问卷调查表

เรียนท่านผู้ตอบแบบสอบถามที่เคารพ:

สวัสดีค่ะ ดิฉันนางสาววัชรีย์ บริบูรณ์ ต้องขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าของท่านมาช่วยทำแบบสอบถามฉบับนี้ จุดประสงค์ของแบบสอบถามฉบับนี้คือ ใช้เป็นกรณีศึกษาเกี่ยวกับทักษะภาษาจีนและการใช้ภาษาจีนในการขายและการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ตลอดจนผู้ประกอบการพ่อค้าแม่ค้าประจำศูนย์การค้าดิเอ็มควอเทียร์ รวมถึงมาตรการและการบริหารจัดการด้านบริการภาษาจีนให้แก่ลูกค้า โดยแบบสอบถามจัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และเป็นข้อมูลเพื่อการวิจัยสำหรับวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาภาควิชาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารภาษาจีนเชิงธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ทั้งนี้แบบสอบถามฉบับนี้จะไม่ครอบคลุมถึงความลับทางการค้าและนโยบายส่วนบุคคล เราจะเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของท่านไว้เป็นความลับ รบกวนท่านกรณกรอกข้อมูลตามความเป็นจริง เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาได้จริงในอนาคต ขอขอบคุณสำหรับความช่วยเหลือของท่านเป็นอย่างสูง

### 1. ข้อมูลพื้นฐาน

a. เพศ

- ชาย                       หญิง                       ไม่ต้องการระบุ

b. อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี                       20 -30 ปี                       31 – 40 ปี  
 41 – 50 ปี                       51 ปีขึ้นไป

c. ระดับการศึกษา

- ประถมศึกษา                       มัธยมศึกษาตอนต้น                       มัธยมศึกษาตอนปลาย  
 ปริญญาตรี                       ปริญญาโท                       ปริญญาเอก

d. ภาระหน้าที่ของท่าน

- ขายสินค้า                       ขายอาหารและเครื่องดื่ม  
 ให้บริการคำปรึกษาแก่ลูกค้า  
 อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

e. ภาษาหลักที่ใช้ในหน้าที่การงาน

- ภาษาไทย                       ภาษาอังกฤษ                       ภาษาจีน  
 ภาษาญี่ปุ่น                       ภาษาเกาหลี  
 อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

f. ภาษาต่างประเทศหลักที่ท่านใช้คือ

- ภาษาอังกฤษ                       ภาษาจีน                       ภาษาญี่ปุ่น  
 ภาษาเกาหลี  
 อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

g. ลูกค้ำหลักของท่านเป็นคนชาติใด

- ชาวไทย                       ชาวยุโรป-อเมริกัน                       ชาวจีน  
 ชาวญี่ปุ่น                       ชาวเกาหลี                       ไม่แน่ใจ  
 อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

## 2. ข้อมูลระดับความรู้และการใช้ภาษาจีน

a. ท่านเคยศึกษาภาษาจีนมาก่อนหรือไม่ (หากตอบว่าไม่มี กรุณาข้ามไปตอบในข้อ c.)

- เคย                       ไม่เคย

b. ถ้าท่านเคยศึกษาภาษาจีน ท่านได้ศึกษาภาษาจีนมานานเท่าไร

- ต่ำกว่า 1 ปี                       1-2 ปี                       3-4 ปี  
 5 ปีขึ้นไป

c. ทางศูนย์การค้าของท่านได้มีการจัดอบรมด้านภาษาจีนหรือไม่ (หากตอบว่าไม่มี กรุณาข้ามไปตอบในข้อ

- มี                       ไม่มี

d. ถ้าทางศูนย์การค้ามีการจัดการอบรมศึกษาภาษาจีน ท่านเคยเข้าร่วมมาก่อนหรือไม่

- เคย                       ไม่เคย

e. ถ้าเคย ท่านเคยเข้าร่วมมากี่ครั้งแล้ว

- 1 ครั้ง                       2 ครั้ง                       3 ครั้งขึ้นไป

f. ระดับความรู้ภาษาจีนของท่านเป็นอย่างไร

เนื้อหา	ระดับภาษาจีน				
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
การฟัง					
การพูด					
การอ่าน					
การเขียน					
การแปล					

g. ท่านพบเจอปัญหาอะไรในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด

- ฟังไม่เข้าใจ       พูดไม่เป็น       พูดได้เล็กน้อย

h. สาเหตุที่ท่านไม่เข้าใจภาษาจีนคืออะไร

- ลูกคำพูดเร็วมาก       ลูกคำมีสำเนียงที่ไม่คุ้นเคย  
 ระดับความรู้คำศัพท์ภาษาจีนของตนเองมีน้อยเกินไป

i. ท่านใช้วิธีการแก้ปัญหาการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวจีนด้วยวิธีใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ใช้ภาษามือหรือภาษากาย  
 ใช้ภาษาอังกฤษ  
 ใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์  
 เรียกเพื่อนร่วมงานมาช่วย  
 อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_  
 ไม่สามารถแก้ปัญหาได้

j. ท่านคิดว่าทางศูนย์การค้าควรจัดการอบรมด้านภาษาจีนหรือไม่

- ควร       ไม่ควร

k. ท่านคิดว่าท่านจำเป็นต้องศึกษาภาษาจีนเพื่อยกระดับความรู้ภาษาจีนหรือไม่

- จำเป็น       ไม่จำเป็น

l. ทักษะภาษาจีนในด้านใดที่ท่านต้องการจะเรียนรู้เพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้นมากที่สุดขณะนี้

- การพูด       การอ่าน       การฟัง  
 การเขียน       การแปล

\*ขอบคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามค่ะ\*

## 附录三：中国游客问卷调查

您好！

我叫万昌丽，目前在泰国华侨崇圣大学学习商务汉语硕士，首先要谢谢各位给我时间做问卷调查，我正在进行一项关于 EM 购物中心的汉语服务调查，旨在了解汉语服务的基本情况，以分析发展的趋势和解决问题。您的回答无所谓对错，只要能真正反映您的想法就达到我本次调查目的，希望您能够积极参与，我将对您的回答完全保密，谢谢您的配合和支持！

### 陆、台、港、澳游客问卷调查

#### 第一部分：游客的个人基本情况

（按照您的实际情况，请在方格中划✓的标志）

1. 性别： 男性  女性  其他
2. 年龄范围： 20 岁以下  21 - 30 岁  31 - 40 岁  
 41 - 50 岁  51 - 60 岁  60 岁以上
3. 教育程度： 初中以下  高中  中专  大专  
 学士  硕士  博士
4. 职业是： 学生/大学生  商人  公司职员  公务员  
 自由职业  退休  其他，请注明\_\_\_\_\_
5. 来自： 中国大陆  台湾  香港  澳门
6. 个人月收入： 2,000 元及以下  2,001- 5,000 元  
 5,001- 8,000 元  8,001- 12,000 元  
 12,001-15,000 元  高于 15,000 元
7. 您计划赴泰国出行的逗留时间？  
 4 天以下  4 天-6 天  6 天-10 天  
 10 天以上
8. 在购物时，您用什么语言跟销售人员沟通？  
 汉语  英语  其他，请注明\_\_\_\_\_
9. 您会讲外语吗？  
 会，请注明\_\_\_\_\_  不会

10. 您发现服务人员可以使用哪些外语？

- 英语       汉语       日语       韩语       都不会

11. 您怎么认识这个 EM 购物中心？

- 朋友介绍     导游     旅游杂志     电视     微信     连我  
 报纸       网站     其他，请注明\_\_\_\_\_

12. 这个 EM 购物中心的总体服务如何？

- 很好     好     一般     差     很差

## 第二部分：陆、台、港、澳游客对曼谷 Em 购物中心汉语服务的反映

（请在方格中划✓的标志）

1. 曼谷 EM 购物中心的服务人员有提供汉语服务吗？

- 有       没有

2. 您觉得曼谷 EM 购物中心服务人员的汉语服务质量如何？

- 很好       好       一般       差       很差

3. 您与服务人员进行汉语沟通的时候有没有遇到困难？

- 有       没有

4. 如果汉语服务不好，您认为需要在哪些方面先进行改进？

- 听力       口语       阅读       书写

5. 您认为曼谷 EM 购物中心汉语服务人员在汉语服务方面存在什么问题？

（可多选题）

- 听力方面     口语方面     书写方面  
 阅读方面     词汇方面     语法方面

6. 曼谷 EM 购物中心汉语服务标识牌和广告数量能满足需要吗？

- 能       不能

7. 曼谷 EM 购物中心汉语服务标识牌上中文表示有不正确的地方吗?
- 有                       没有
8. 您认为曼谷 EM 购物中心需要提供哪些方面的汉语服务?
- 汉语咨询               中文菜单       商场路线指示牌
- 每个楼层主要销售和服务项目       其他, 请注明\_\_\_\_\_
9. 您对曼谷 EM 购物中心汉语服务满意吗?
- 很满意               满意               一般               不满意               很不满意
10. 若曼谷 EM 购物中心没有提供汉语服务, 是否会影响您的购物欲望?
- 会               不会
11. 您知道曼谷 EM 购物中心有中文网站吗?
- 知道               不知道
12. 若您知道, 您有浏览过曼谷 EM 购物中心网站吗?
- 有               没有
13. 若您有浏览过曼谷 EM 购物中心网站, 您觉得资料够不够?
- 够               不够

**感谢您的合作!**



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาววัชรีย์ บริบูรณ์ (MISS WATCHAREE BORIBOON)
วัน เดือน ปีเกิด	25 เมษายน 2524
ที่อยู่ปัจจุบัน	159/25 ซอยเจริญกรุง 79 แยก 13 ถนนเจริญกรุง แขวงวัดพระยาไกร เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร 10120
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2542 - 2545 คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มนุษยศาสตร์บัณฑิต (สื่อสารมวลชน)
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2545 - 2547 นักข่าวประจำหนังสือพิมพ์ “สื่อเจียฮือเป่า” พ.ศ. 2548 - 2550 กองบรรณาธิการนิตยสาร “ต้าเจียห่าว” พ.ศ. 2550 - 2551 นักแปลข่าวเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ “มุมนจีน” พ.ศ. 2553 - 2561 บรรณาธิการบริหารกองหนังสือภาษา สำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์ พ.ศ. 2561 - ปัจจุบัน ผู้จัดการกองบรรณาธิการแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูน “comico”

## 个人简历

姓名:	万昌丽
出生日期:	1981年4月25日
地址:	159/25 79巷石龙军, 石龙军路, 曼柯兰区, 曼谷 10120
教育背景:	1999 - 2002年 文学学位大众传播系蓝康恒大学
工作经验:	2002 - 2004年 世界日报采访记者 2005 - 2007年 大家好杂志编辑部 2007 - 2008年 Manager Online 翻译员 2010 - 2018年 南美出版社语言部总编辑 2018年到现在 泰国 comico 漫画应用程序编辑部经理