



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การศึกษาการใช้ภาษาจีนในการบริการห้างสรรพสินค้า  
เทอมินอล ทเวนตีวัน

THE STUDY OF CHINESE LANGUAGE SERVICE : A CASE STUDY OF  
TERMINAL 21 SHOPPING MALL

泰国零售业汉语服务研究—以 Terminal 21  
购物中心为例

วิจิตา โขติชัยภัทรพงศ์  
(刘捷)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ  
พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การศึกษาการใช้ภาษาจีนในการบริการห้างสรรพสินค้าเทอร์มินอล ทเวนต์วัน  
THE STUDY OF CHINESE LANGUAGE SERVICE : A CASE STUDY OF  
TERMINAL 21 SHOPPING MALL  
泰国零售业汉语服务研究—以 Terminal21 购物中心为例

วิจิตา โชติชัยภัทรพงศ์(刘捷)

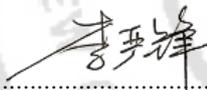
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบและอนุมัติให้  
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)  
เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2560



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลสิรินทร์ อภิรัตน์วรเดช  
ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ



Assoc. Prof. Dr. Xie Kun  
อาจารย์ที่ปรึกษา



Prof. Dr. Li Yan Feng  
กรรมการ



Assoc. Prof. Dr. Xie Kun  
กรรมการ



Assoc. Prof. Dr. Fu Feiliang  
กรรมการ



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์  
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)



รองศาสตราจารย์อัสยา จันทโรยานุชิต  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์  
คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

## การศึกษาการใช้ภาษาจีนในการบริการห้างสรรพสินค้าเทอมินอล ทเวนต์

วิจิตา โชติชัยภัทรพงศ์ 586010

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: Xie Kun, Ph.D.

### บทคัดย่อ

วิจัยฉบับนี้วิเคราะห์ถึงการใช้ภาษาจีนในห้างสรรพสินค้า กรณีศึกษา ห้างสรรพสินค้า เทอมินอล ทเวนต์วัน เพื่อที่จะได้เข้าใจถึงสถานการณ์การท่องเที่ยว และปัญหาต่าง ๆ ในการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวจีนและพนักงานขาย ศึกษาความต้องการใช้ภาษาจีนในการบริการของนักท่องเที่ยวจีน รวมไปถึงข้อเสนอแนะและวิธีการในการแก้ไขปัญหาเพื่อพัฒนาให้ดีขึ้นในอนาคต

งานวิจัยฉบับนี้ได้ดำเนินการทำแบบสำรวจและวิเคราะห์ โดยศึกษาสถานการณ์การใช้ภาษาจีนในห้างสรรพสินค้าเทอมินอล ทเวนต์วัน วิเคราะห์ปัญหาการใช้ภาษาจีนของพนักงานขายในห้างสรรพสินค้า จากผลจากการวิจัยและสำรวจการใช้ภาษาจีนในห้างสรรพสินค้าเทอมินอล ทเวนต์วันได้ข้อสรุปดังนี้ 1. พนักงานขาย80%ไม่สามารถสื่อสารภาษาจีนกับนักท่องเที่ยวจีนได้ มีพนักงานขาย 20% ที่สามารถสื่อสารภาษาจีนกับนักท่องเที่ยวจีนได้ แต่สื่อสารไม่คล่องแคล่ว สาเหตุก็คือพวกเขาไม่ได้เรียนภาษาจีนมาก่อน 2. ในห้างสรรพสินค้าเทอมินอล ทเวนต์วัน นั้นมีป้ายบอกทางที่เป็นภาษาจีนน้อยมาก 3. มีการประชาสัมพันธ์ด้านภาษาจีนน้อย 4. ในสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ยังมีข้อมูลภาษาจีนไม่มาก ทำให้นักท่องเที่ยวจีนไม่สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารหรือกิจกรรมได้ เพื่อเป็นการแก้ปัญหาทางห้างสรรพสินค้าควรมีการฝึกอบรมภาษาจีนให้กับพนักงานขาย เพื่อให้พนักงานขายได้มีความรู้ภาษาจีนพื้นฐาน จึงจะทำให้พนักงานขายสามารถใช้ภาษาจีนกับนักท่องเที่ยวจีนได้อย่างง่ายดาย เป็นวิธีแก้ไขและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการภาษาจีน

**คำสำคัญ:** นักท่องเที่ยวจีน การบริการด้านภาษาจีน ห้างสรรพสินค้าเทอมินอล ทเวนต์วัน

THE STUDY OF CHINESE LANGUAGE SERVICE : A CASE STUDY OF  
TERMINAL 21 SHOPPING MALL

WICHITA CHOTCHAIPATTARAPONG 586010

MASTER OF ARTS (CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: XIE KUN, Ph.D.

ABSTRACT

This paper retail services in Chinese to Terminal21 shopping mall in Thailand as a case study tours in Thailand, on Chinese visitors and sales communications. Study the issue of commercial use language assistant, research on Chinese demand from Chinese tourists, Chinese services and solution methods, better for the future improvement of the proposed solution.

Through data analysis, and questionnaires survey, this paper analyzes the status of Chinese services in Terminal 21 shopping mall and analysis the problem existing in the application of Chinese to Chinese tourists by Terminal 21 shopping mall. According to the survey and analysis, in the Terminal 21 shopping mall business activities, The Chinese of the problem 1. 80% of salesperson will not use Chinese to communication with Chinese tourists, 20% of the salesperson will use Chinese communication but not very fluent. The reason is that they not learn Chinese 2.The sign in Terminal 21 shopping mall is minimum 3.There is no Chinese voice prompts 4.Social media such as Websites, Facebook, Instagram is not Chinese language, So Chinese tourists not understand the activities. In view of these problem, Terminal 21 shopping mall through the salesperson of Chinese training to help salesperson to master the basic knowledge of Chinese ,So salesperson to use Chinese very simple .

**Keywords:** Chinese Tourists, Service with Chinese, Terminal21 Shopping mall

# 泰国零售业汉语服务研究—以 Terminal 21 购物中心为例

刘捷 586010

文学硕士学位（商业汉语）

指导教师：解琨 博士

## 摘要

本论文研究泰国零售业汉语服务以 Terminal 21 购物中心为例。深入研究泰国的旅游服务情况，中国游客与售货员的沟通问题。研究商业汉语在售货员工作中使用的问题，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沟通很简单。提出改进汉语服务的建议与措施。

**关键词：**中国游客 汉语服务 Terminal 21 购物中心

# 目录

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
摘要	III
目录	IV
表格目录	V
图表目录	VI
<b>绪论</b>	<b>1</b>
一、选题的背景、目的和意义	1
二、论文选题有关的国内外研究综述	2
三、主要研究的内容和创新性	8
四、研究的范围、研究方法	8
<b>第一章 泰国旅游产业发展现状</b>	<b>9</b>
第一节 泰国旅游产业发展概况	9
第二节 曼谷的主要购物中心	16
<b>第二章 Terminal 21 购物中心提供的汉语服务现状分析</b>	<b>20</b>
第一节 Terminal 21 购物中心概况	20
第二节 Terminal 21 购物中心的特点	22
第三节 Terminal 21 购物中心提供的汉语服务	31
<b>第三章 Terminal 21 购物中心的汉语应用调查分析</b>	<b>37</b>
第一节 Terminal 21 购物中销售员调查分析	37
第二节 Terminal 21 购物中心中国游客调查分析	40
<b>第四章 Terminal 21 购物中心存在的问题及对策</b>	<b>55</b>
第一节 Terminal 21 购物中心汉语服务存在的问题	55
第二节 Terminal 21 购物中心提供服务的对策	56
<b>结语</b>	<b>58</b>
参考文献	59
附录一	61
附录二	67
致谢	73
ประวัติผู้เขียน	74

## 表格目录

表 2.1.1 Terminal 21 购物中心的布局简介	21
表 3.1.1 Terminal 21 购物中心售货员的基本情况	37
表 3.1.2 售货员使用汉语能力的情况	39
表 3.2.1 中国旅游的基本资料	40
表 3.2.2 中国游客来泰国旅游	44
表 3.2.3 汉语服务满意度调查	44



## 图表目录

图 1.1.1 中国游客前往泰国 2012 年至 2016 年的数值对比	11
图 1.1.2 2015 年 10 个国家赴泰国旅游的游客排名	11
图 1.1.3 中国人的旅行的目的	12
图 1.1.4 中国游客的费用	13
图 1.2.1 中央世界购物中心	16
图 1.2.2 Siam Paragon 购物中心	17
图 1.2.3 MBK 购物中心	17
图 1.2.4 Terminal 21 购物中心	18
图 1.2.5 EM District 购物中心	18
图 1.2.6 Central Embassy 购物中心	19
图 2.2.1 LG 层 CARIBBEAN (加勒比) 指示牌	23
图 2.2.2 G 层 ROME (罗马) 指示牌	23
图 2.2.3 M 层 PARIS (巴黎) 指示牌	23
图 2.2.4 1 层 TOKYO (东京) 指示牌	24
图 2.2.5 2 层 LONDON (伦敦) 指示牌	24
图 2.2.6 3 层 ISTANBUL (伊斯坦布尔) 指示牌	24
图 2.2.7 4 层 SAN FRANCISCO (旧金山) 指示牌	25
图 2.2.8 5 层 SAN FRANCISCO (旧金山) 指示牌	25
图 2.2.9 6 层 HOLLYWOOD (好莱坞) 指示牌	25
图 2.2.10 层的名称指示牌	26
图 2.2.11 服务指示牌	26
图 2.2.12 服务指示牌	26
图 2.2.13 信息和优惠指示牌	27
图 2.2.14 使用该食物卡方法指示牌	27
图 2.2.15 推荐菜就招牌菜是咖喱饭	28
图 2.2.16 推荐菜就是干面和煎饺(猪肉)	28
图 2.2.17 推荐菜就是泰味木瓜沙拉和凉拌酸辣剁肉	29
图 2.2.18 推荐菜就是炸鸡和煎蛋	29
图 2.2.19 推荐菜就是烧麦和虾饺	30

图 2.2.20 推荐菜就是香炸五花肉盖饭和红猪肉盖饭	30
图 2.2.21 推荐菜就是韩国泡菜汤和炸鸡	31
图 2.2.22 推荐菜就韩国火锅	31
图 2.3.1 Terminal 21 购物中心业态配比中购物类业态	32
图 2.3.2 问询处	32
图 2.3.3 护照购物指南 的前面和后面是购物中心的地图	33
图 2.3.4 LG 层 CARIBBEAN (加勒比), G 层 ROME (罗马)	33
图 2.3.5 M 层 PARIS (巴黎), 1 层 TOKYO (东京)	34
图 2.3.6 2 层 LONDON (伦敦), 3 层 ISTANBUL (伊斯坦布尔)	34
图 2.3.7 4 层 SANFRANCISCO (旧金山) 和 5 层 SANFRANCISCO (旧金山)	34
图 2.3.8 6 层 HOLLYWOOD (好莱坞)	35
图 2.3.9 中文菜单	35
图 2.3.10 Terminal 21 购物中心网站	36
图 2.3.11 Terminal21 购物中心 Facebook	36
图 2.3.12 Terminal21 购物中心 Instagram	36
图 3.2.1 中国游客认识泰国购物中心的百分之	48
图 3.2.2 你购物的主要渠道	48
图 3.2.3 你在购物过程是否需要汉语服务	49
图 3.2.4 你在购物过程中是否会偏向使用汉语服务的商家	49
图 3.2.5 你认为 Terminal21 购物中心所汉语人员的语言情况	50
图 3.2.6 你认为 Terminal21 购物中心的汉语服务情况	50
图 3.2.7 你认为 Terminal21 购物中心的汉语服务的评价	51
图 3.2.8 如果你认为满意, 主要在哪些地方	51
图 3.2.9 如果你认为不满意, 主要在哪些地方	52
图 3.2.10 你认为在汉语服务方面还需要哪些改进	52
图 3.2.11 改进汉语服务的主要方面	53
图 3.2.12 你对 Terminal21 购物中心的销售员中文水平的评价	53
图 3.2.13 你对 Terminal21 购物中心的销售员英语水平的评价	54
图 3.2.14 对客商店汉语提供的情况最满意的	54

# 绪论

## 一、选题的背景、研究目的和意义

旅游业是泰国经济的重要影响因素之一，泰国的很多收入是来自于旅游业。旅游业还带动了其他的商业，比如酒店餐厅百货商场等等。有很多国家的游客喜欢来泰国旅游，来自中国的游客是最多。中国游客在每个国家都是最多的，中国游客的购买力量也是最强。

中国是世界上人口最多的国家，他们的购买能力有利于泰国的旅游行业的发展。泰国是一个旅游国家，泰国不仅有特色的景点和自然资源，还有特殊的文化传统；泰国的每个区域都有自己的文化传统。这就让泰国成为一个有吸引力的旅游国家。对中国游客看说，曼谷也是旅游城市之一，曼谷的风景很好，有很多百货商场，所以很多中国人就来曼谷购买各种各样的产品。除了百货商场，曼谷也有很多历史古迹；比如玉佛寺、卧佛寺等等。中国游客对泰国的产品有很强大的购买能力，因为泰国有各种各样的产品，产品又好又便宜。对外国人来说，他们要买东西，或泰国特色的产品的时候，百货商场是他们的选择之一，原因就是找产品很容易，去的方法也很简单，所以他们往往在百货商场购买这些产品。

由于有大量的中国游客来泰国旅游。语言是主要的问题语言。语言是交流的方式，能帮助两方能互相明白。如果售货员不能跟中国游客沟通，问题就出现了。中国游客是对泰国的经济的重要因素之一，所以售货员应该能用他们的语言跟他们沟通。很多中国游客来泰国的时候就在曼谷的百货商场购买，Terminal 21购物中也是一家有名的百货商场，有很多中国游客来购买。随着售货员的汉语能力与百货商场的其他方面的汉语服务还不是很好，就能影响到百货商场的服务，可能就是一个中国游客减少的原因。在这样的情况下，汉语就是很重要。人们都知道，沟通的重要方式就是语言，所以使用汉语跟中国游客沟通就是重要的因素。

本论文选题的意义在与通过对泰国 Terminal 21 购物中心汉语服务情况调查，深入了解和分析泰国 Terminal 21 购物中心汉语服务的情况。分析 Terminal 21 购物中心对中国游客的情况，并基于此发现汉语服务中需要解决的问题和存在的问题，提出汉语服务建议和措施。

## （一）研究的目的

本论文研究的目的是通过分析对 Terminal 21 购物中心的销售员汉语应用:

1. 说明泰国旅游产业发展概况。
2. 研究对 Terminal21 购物中心销售员汉语应用的能力, 销售员的汉语水平, 中国游客和销售员的问题。
3. 指出中国游客和销售员中遇到的的问题, 提出改进的建议和解决的方法。

## 二、论文选题有关的国内外研究综述

### （一）有关中国旅游者购物行为的研究

石美玉<sup>[1]</sup>认为旅游购物作为旅游产品中的重要组成部分, 它既是我国旅游业走向集约化发展的战略选择, 也是国家创汇的重要增长点。因此, 应把它培育成饭店、交通、旅行社之外的第四个旅游业支柱产业。但是, 旅游购物又是中国旅游业长期的薄弱环节, 之所以薄弱, 一是认识问题, 对发展旅游购物意义的认识不足, 二是水平问题, 旅游商品开发、销售服务水平偏低。目前, 我们虽然常谈旅游购物的重要性, 但我国缺乏关于旅游购物的系统研究, 只限于与旅游购物相对应的商品的概念及相关研究, 并且其名称和概念的内涵不一致, 这无疑增加了我们认识、理解和研究旅游购物的难度, 不利于与国内外学者进行对同一问题的广泛的交流与学术探讨, 自然也难以从认识、政策上重视旅游购物, 为其创造更好的发展空间。基于旅游购物理论创新和实践指导的需要, 本文采用文献研究方法、实地调查和问卷调查方法, 运用经济学、文化学及行为学等有关理论建立旅游购物理论框架, 并以此框架分析中国旅游购物现状及存在的问题, 最后提出解决这一问题的基本思路。

苏逸涛<sup>[2]</sup> 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, 以期帮助泰国曼谷 King power (Rangnum Rd.) 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 (Rangnum Rd.) 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 (Rangnum Rd.) 免税店的购物行为具有几方面的特点, 中国旅游者男性: 在泰国曼谷 King power (Rangnum Rd.) 免税店购物的女性比男性多。中国旅游者的年龄。旅游购物者多处于 21-30 岁这个年龄阶段。中国旅游者在曼谷 King power (Rangnum Rd.) 免税店购买商品的目的: 大多数中国旅游者购买商品的

---

[1] 石美玉, 中国旅游购物研究, 中国社会科学院研究生院博士论文, 2003

[2] 苏逸涛, 中国旅游者在曼谷 King Power (Rangnum Rd.) 免税店购物行为研究, 昆明理工大学硕士论文, 2004

目的是为了自己使用。中国旅游者在曼谷 King power (Rangnum Rd.) 免税店购商品的种类：中国旅游者购买的商品大多为化妆品，占 30.78%。其次是民族特色产品，占 14.50%。中国旅游者购买商品的花费：调查结果显示中国旅游者在 King power (Rangnum Rd.) 免税店购买商品的花费大多在 5000 泰铢以上。

## （二）有关泰国汉语服务方面的研究

农宝玉<sup>[1]</sup> 本文对泰国的旅游业的发展历程和独特性进行了研究,分析了在众多困难面前,泰国旅游业依然能够保持理性的稳定发展,各种主客观因素的影响因素。本文尝试通过回顾泰国旅游业发展的历程并对发展动因进行分析,研究促进其旅游业可持续发展的长期战略。立足于现有实际情况,研究影响泰国旅游业发展的各方面因素,使用 SWOT 分析法,从宏观上探讨泰国现有旅游业发展的优劣势,找出在未来可以继续改进的方面。通过前人的经验和笔者的设想,给出帮助泰国旅游业形象进一步改善,并继续扩展泰国旅游的发展方向,提高泰国旅游业的总体水平。由于研究泰国旅游业发展是促进泰国经济发展的重要方面,因此本文对于促进泰国经济发展也有着直接的实践意义。

邱伟胜 (CHAYAKORN WATTANASIN)<sup>[2]</sup> 认为近年来,中国公民出境旅游需求日益旺盛,出境旅游已经成为新的消费领域和新的时尚。泰国是最早获得中国政府支持和批准中国公民出游的海外国家之一,中国游客前往泰国旅游的人数逐年增长,巨大的消费能力极大的促进了泰国的外汇增收。基于中国出境旅游市场繁荣发展和泰国入境旅游市场高度依赖中国旅游推动的事实,面向中国游客开展泰国旅游满意度调研,收集泰国旅游期间的以“食、住、行、游、购、娱”六大旅游要素方面的收获与体验反馈,分析存在问题,提出相应解决对策,推动泰国旅游业持续健康地向前发展。

刘曼欣<sup>[3]</sup> 认为泰国历史文化悠远神秘、旅游资源丰富,本文基于 4P 营销组合理论,对泰国旅游市场营销策略展开研究。首先分析了泰国旅游市场概况,包括泰国游客的客流来源及其结构,分别阐述泰国旅游产品种类构成、价格划分、渠道分布和促销分类的现状。然后,主要采用问卷调查的研究方法,对中国赴泰旅游市场现状进行分析。这部分简要阐述了相关的调研步骤并分析入境泰国的中国游客特征,主要对赴泰中国游客关于泰国旅游产品的产品因素、价格因素、渠道因素和促销因素的旅游体验进行调查和分析。在此基础上,文章总结了泰国旅游市场存在的问题,包括产品单一老化且结构不合理、盲目

[1] 农宝玉,《泰国旅游业发展的 SWOT 分析》,中国广西师范大学硕士论文,2015

[2] 邱伟胜 (CHAYAKORN WATTANASIN),《中国游客赴泰国旅游满意度分析》,华东理工大学硕士论文,2015

[3] 刘曼欣,《基于 4P 理论的泰国旅游市场营销策略研究——以赴泰中国旅客为例》,湖南师范大学硕士论文,2015

价格战、色情行业泛滥、市场开发力度有待完善和宣传力度远远不够，并结合4P营销组合理论就上述问题提出对策及建议：加强旅游产品质量，构建“深度游”品牌；渗透定价法、差别定价法、折扣定价法综合运用；积极构建网络信息渠道发展旅游，综合运用传统和新型促销方式，努力实现“走出去”战略，并通过文化因素吸引客源。最后将本文的研究结果进行归纳总结，指出本文的局限性并对泰国旅游市场营销策略的后续研究方向做了进一步的展望。泰国旅游市场营销策略研究尤其是基于4P营销组合策略，从价格、产品、渠道和促销4个方面逐一分析当前存在的主要问题和可采取的改革策略，能为进一步开拓泰国旅游市场提出可行的营销策略，同时为泰国以及其他国家旅游市场的发展提供借鉴。

艾成浩(THANET AEDHAN)<sup>[1]</sup>认为近年来泰国亚洲航空公司(Thai Air Asia)发展越来越扩大，该航空公司的航线越来越多，特别是中国的航线。为了适应更多的任务，泰国航空公司聘请了大约550位空服人员但是大部分的空服员都没有汉语技能。如诺空服员可以用汉语跟中国的乘客沟通，中国乘客会更满意空服人员的服务。为了研究泰国亚航空公司空服人员汉语使用的情况，研究者使用问卷调查法对此进行了研究，因此研究者将泰国航空公司的240位空服人员做为研究对象。

林凤(HONG SAE-LIM)<sup>[2]</sup>本研究是泰国医疗旅游业中的汉语服务，以了解和掌握泰国私立医院在医疗旅游服务方面对汉语人才的需要情况，说明这一行业中相关人员的汉语水平和汉语服务情况，以及包括中国游客对泰国医疗汉语服务的反映。

张玉华(NICHKAMOL PALAPUNTPINIT)<sup>[3]</sup>本论文采用调查分析的方法，在调查普吉府四星级酒店工作人员的使用汉语交流的情况，发现：大部分工作人员的水平还不能满足中国客户的服务需求，问卷中反应出对酒店工作人员汉语能力的评价还处在较低的程度，这就使酒店的工作人员在用汉语给中国游客服务时产生了诸多问题，尤其几个情况：用汉语来交流时及或者介绍酒店资料时。而在听力的技能对话技能方面问题表现得更多一些。此外，从普吉府酒店业需要发展汉语的调查中发现，酒店的工作人员，最需要学习交际汉语课程及旅游、酒店服务用语的汉语课程，许多酒店因此而举办了各种汉语训练课程，例如通过聘请汉语教师来教授基本汉语有关部门的工作人员，鼓励员工学习

---

[1] 艾成浩(THANET AEDHAN)，泰国亚洲航空空服人员汉语服务情况的调查研究，华侨崇圣大学硕士论文。2015

[2] 林凤(HONG SAE-LIM)，分析泰国医疗旅游业汉语服务的应用——以泰国私立医院医疗服务为例华侨崇圣大学，硕士论文。2015

[3] 张玉华(NICHKAMOL PALAPUNTPINIT)，普吉府四星级酒店工作人员的汉语水平情况的分析，华侨崇圣大学硕士论文2015

汉语；再如，聘请会讲中文的工作人员，以转授知识给前台接待部门的工作人员，包括寻找各种方法来提高酒店工作人员的汉语水平，使之能更有效地与中国客户沟通。

林金彤(PAKSINEE SAE KAO)<sup>[1]</sup>认为在经济全球化的背景下，泰中贸易往来日益频繁，掌握汉语也成为促成中外贸易的一条有效的捷径，以汉语为工作语言的商务活动日趋活跃，泰国出现了学习商务汉语的热潮。本文研究分析的是在泰国商务人员的商务汉语需求，主要采用资料分析、问卷调查和个人访谈的调查方法进行研究，利用学习需要分析理论，设计了《在泰商务人员商务汉语需求调查问卷》，选取了在泰从事对华进出口贸易的商务人员作为调查对象进行了问卷调查，最后得出的需求如下：第一、在学习形式的需求是以小班学习为主导；第二、上课时间应安排在2-3小时；第三、学习商务汉语时间应在六个月到一年的短期培训；第四、学习内首先注重礼节性交际和生活交际，其次才是商务信息；第五、对课堂教学注重实效性，同时新媒体也成为新的课堂教学辅导手段；第六、对商务汉语教师更是希望教师具有一定的商务工作经验，因此希望通过调查，目的就是为在泰国人员的商务教学和学习提出一些可行的建议。

张凯慕(KHAIMUK PHUTTICHOTRAKSA)<sup>[2]</sup>随着中国经济的迅速发展，中国在国际上的地位越来越高，所以汉语也成了不少外国人首先的第二语言。商务汉语的重要性日益突出并成为了国内热门的专用汉语。随着中国与世界其他国家和企业之间的经济交往不断深入，商务汉语作为一种专门用途汉语的经济价值迅速提升，世界各国对商务汉语的需求日益增强。目前中国已经是赴泰国国际游客的最大客源国，每年数以百万计的中国游客进入泰国，在泰国素万那普机场，每天都有大量中国人在此起飞和降落，汉语就成为必不可少的沟通语言。但是在实际应用中，素万那普国际机场的汉语服务并不是十分理想，在很多重要的地方均没有汉语提示牌。除此之外，机场客服人员的汉语水平也仍然有待于进一步的提高。故此，本文以素万那普国际机场商业汉语服务为研究对象，阐述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。这部分阐述了完善机场汉语服务设施与管理的办法，思考了如何提高汉语水平和服务质量的策略。

---

[1] 林金彤(PAKSINEE SAE KAO)，在泰经商人员对商务汉语需求得调查与研究——以进出口贸易方面的商务汉语为例，华侨崇圣大学硕士论文，2015

[2] 张凯慕(KHAIMUK PHUTTICHOTRAKSA)，素万那普国际机场商业汉语服务调查分析，华侨崇圣大学硕士论文，2015

张雪云(YANISA JAROONPATTANAPONG)<sup>[1]</sup> 本论文的研究课题是分析商务汉语口译在中泰商务活动中的应用，主要研究的是中泰商务活动中的商务汉语口译方面的问题。论文分析了商务汉语翻译在中泰贸易活动中的重要性：研究了商务汉语翻译人员在泰国工商企业的翻译状况，分析了泰国公司商务汉语口译的汉语水平的情况。指出了口译人员在翻译中主要遇到的问题，分析了政治、经济和文化因素对口译工作和人员的影响，以及探讨了解决问题的方法和措施。

王美琳<sup>[2]</sup>认为近年来，随着中国与泰国之间的经济，文化，教育上的合作的发展，中泰关系日益密切。随着中国崛起，中国在泰国的贸易所占比重日益增多，中国也成为泰国最大的贸易国。在这样的背景下，汉语在中泰商贸之中也会发生更大的影响力。本论文以曼谷唐人街为研究对象，调查了曼谷唐人街上的各行各业使用汉语的情况。本论文的研究的主要内容涉及是阐述泰国唐人街的背景，唐人街商业发展概况，商业汉语的使用情况，以及唐人街对商业汉语人才的需求状况。对泰国唐人街商业汉语的运用情况进行调查分析，阐明商业汉语使用所反映的商业现象和文化现象。通过对泰国唐人街的语言使用情况的调查分析，指出商业汉语使用的重要性。对商务汉语在唐人街的使用情况，出现的问题进行理论分析，最后提出建议。曼谷唐人街是泰国的一个重要旅游地，每年都能吸引很多中外游客。特别是近几年来，中国游客大量来泰旅游，为唐人街带来了商机，促进了唐人街的酒店业，金店珠宝业，餐饮业和商品销售业的发展。通过分析可以看到，唐人街提供的汉语服务能够更好地开拓中国旅游市场，吸引更多的中国游客来唐人街旅游、购物和品尝美食。

施美芳<sup>[3]</sup>研究了OPPO公司在泰国经营的市场机遇和方式，分析OPPO公司进入泰国市场所面对的竞争对手对OPPO、Vivo和Samsung并进行对比分析在优势、劣势、机会和威胁方面进行比较。由于公司是中国企业，使汉语成为一个重要的语言，发挥了越来越重要的作用。因此，调查泰国OPPO公司员工在曼谷总部内，包括一般泰籍员工和泰籍员工工作有关汉语分析资料。研究泰籍职汉语应用研究状况，在部门内负责的工作，承担职位，而且调查的资料，有关汉语能力的测试评估，分析职员在汉语能力方面怎么样，是什么水平，研究商业汉语在泰国OPPO公司使用中所遇到问题提出对策和建议。中国员工和泰国的员工，由于中泰两国语言、传统习惯和思维方式等不同，会产生文化与语言差异，如何管理跨文化差异，消除误解，从避免冲突，达成谅解，相互理解，从

---

[1] 张雪云 (YANISA JAROONPATTANAPONG)，分析商务汉语口译在中泰商务活动中的应用，华侨崇圣大学硕士论文，2015

[2] 王美琳，泰国唐人街商业汉语的应用，华侨崇圣大学硕士论文，2015

[3] 施美芳，泰国OPPO公司泰籍职员汉语应用研究，华侨崇圣大学硕士论文，2015

而避免影响到公司的发展。同时，调查泰籍职员沟通的渠道，在沟通时存在的问题解决问题的方法和改进措施。调查员工在泰国 OPPO 公司进行分析资料，以达到研究的目的。使双方员工能更对地交流沟通，有利于业务的开展，取得更好的效果。

吴佳丽<sup>[1]</sup>研究了本文主要以开泰银行作为研究对象，对其商务汉语服务进行必要性分析，并根据问卷调查得到在进行汉语服务中关键影响客户满意度的几个因素，并给出合理的建议。通过对泰国商业银行、多语言信息服务现状、中泰双边贸易情况综述，引出开泰银行服务华人的业务情况。分别阐述能够判断开泰银行是否具有进入国际市场的能力的国际生产折衷理论；推导开泰银行国际业务选择问题的垄断优势理论；从成本管理的角度看待开泰银行国际化问题的内部化理论；引起银行海外经营的客户追随理论；判断开泰银行国际化时序的引导效应假说。介绍商业银行国际化发展的阶段理论，暗示开泰银行国际化发展的必然性。通过 SWOT 分析得到开泰银行在国际化进程中开展汉语服务虽然存在一些劣势和威胁，但劣势可以变为优势，只有发展汉语服务、才得以确保与客户信息的通畅性。根据 SERVQUAL 模型，建立从客户满意度对商务汉语服务质量模型，设计出 7 个维度 20 个问题的问卷。通过样本情况、网上银行中文服务、网点中文服务、中文产品服务、个性化建议的分析，得到了在商务汉语服务过程中客户更加重视的几个因素：中文网站的安全性，易操作性；服务网点的响应性、服务人员的专业素质；企业的品牌形象等，提出的改正措施可供泰国商业银行发展所借鉴。

苗丝苻<sup>[2]</sup> Naraya 曼谷包对中国游客购买的因素研究。服务员对中国游客的汉语服务研究。分析服务员对中国游客的汉语服务的满意度。观察和访谈中国游客的资料，分析与描述总结。论文结果发现“Naraya”（娜莱雅）曼谷包对中国游客感兴趣的因素可以分成 5 个因素：价格便宜、质量好、各种风格、各种利用以及可以作纪念品。服务员对中国游客的汉语服务发现可以用汉语沟通的服务员没有在每分支 Naraya 店，一家分支只有 1 个会用汉语沟通。大部分服务方式是介绍产品：颜色、形状、风格以及价格。服务员对中国游客的汉语服务的满意度发现服务员对中国游客的汉语服务是一般的满意度，服务员利用汉语介绍产品算是低的满意度。本研究结果表明 Naraya 曼谷包对中国游客感兴趣的因素研究，服务员对中国游客的汉语服务以及服务员对中国游客的汉语服务的满意度。这可以运用在考察方式与研究方式，以及做生意。

---

[1] 吴佳丽，开泰银行商业汉语服务应用研究，华侨崇圣大学，硕士论文，2015

[2] 苗丝苻，泰国旅游产品“NARAYA 曼谷包”的营销汉语服务研究，华侨崇圣大学，硕士论文，2015

### 三、主要研究的内容和创新性

#### 1. 研究主要内容

研究主要内容是在 Terminal 21 购物中心的背景研究，在中国游客与 Terminal 21 购物中心的服务人员，分析 Terminal 21 购物中心的售货人员的汉语水平，对中国游客的汉语应用和售货员的汉语应用、中国游客和售货员之间的沟通应用、中国游客和售货员之间沟通的问题、询问对于销售员汉语沟通的满意度。遇到的问题。也分析中国游客对汉语沟通发现的问题。

#### 2. 研究的创新性

通过对与本选题有关的论文和研究资料的查询，虽然对购物中心方面研究有很多人研究过，但还没有专门对 Terminal 21 购物中心汉语服务研究。本论文的研究是在这些研究的基本上，进一步分析和研究中国游客对销售员遇到的语言交流方法。论文的主要创新性体现在：

- 1) 分析销售员的汉语水平。
- 2) 分析 Terminal 21 购物中心对中狗游客和销售员语言应用。
- 3) 分析和研究 Terminal 21 购物中心销售员的的问题。

本论文的创新性主要体现在 Terminal 21 购物中心对销售员汉语应用研究，包括分析泰国旅游产业的发展情况，应对中游客的因素，中国游客的满意度。Terminal 21 购物中心对销售员汉语应用的分析，销售员语言学习所发现的问题，最后解决方式。

### 四、研究的范围、研究方法

#### 1. 研究范围

本论文的研究范围就是在 Terminal 21 购物中心。

#### 2. 研究的方法

- 1) 为了收集数据就是对中国游客做问卷调查总共 100 个人。
- 2) 对 Terminal 21 购物中心的售货人员访谈和发问卷调查总共 25 个人。
- 3) 调查 Terminal 21 购物中心的指示牌。

# 第一章 泰国旅游产业发展现状

## 第一节 泰国旅游产业发展概况

泰国旅游业起步于 20 世纪 60 年代,经过 70 年代的发展,到 80 年代进入黄金时期,1982 年旅游创汇能力首次超过大米跃居第一。1992 年泰国旅游受“五月事件”的冲击有所下降,但很快恢复发展。多年来,泰国的旅游业一直保持着创汇第一的地位 1997 金融危机之后泰国对外出口下滑的情况下,泰国的旅游业也能一枝独秀成为稳定经济的重要行业。赴泰旅游人数从 1960 年的 8 万人上升到 2000 年的 912 万人,2001 年这一数字突破 1000 万大关,达 1013 万,而 2002 年游客人数更高达 1080 万人。旅游外汇收入从 1960 年的 0.078 亿美元上升到 1996 年的 85.5 亿美元,2000 年为 72.94 亿美元(受亚洲金融危机后泰铢贬值的影响)。目前泰国旅游业的产值大体保持在约占国民生产总值 10% 的水平上。旅游业发展不仅推动了泰国服务业总体水平的提高,每年为国家创造价值约 4000 多亿泰铢(1 美元约合 33 泰铢)的外汇收入,在国民生产总值中所占比重不低于 6%至 7%;旅游业的发展还大大促进了各项社会和文化事业的发展,解决了大批社会闲散劳动力,泰国旅游业为国家创造了许多就业岗位,目前从事与旅游业直接相关职业的人员达到 200 多万人。为泰国社会的安定做出了积极贡献,目前泰国旅游业已成为对泰国经济贡献最大的产业,成为世界十大旅游市场之一。

### 一、泰国旅游资源丰富,吸引了大量的中国游客

泰国的旅游资源不论是人文资源还是自然风光都十分丰富。泰国的旅游资源种类齐全,能满足游客多方面的需要。浩海碧浪,银色沙滩,温泉瀑布,河网密布,连绵群山和众多的野生动物是大自然赋予泰国的宝贵旅游资源。当今是文化旅游蓬勃兴起的时代,泰国旅游业也正朝这个方向发展。早在 1981 年泰国就提出要弘扬民族文化,开拓泰国文化,综合性地展示民族风情,因此无论是商店、娱乐场所、宾馆旅店、山川海滩、城市建筑都有鲜明的民族特色,到处有食在泰国、玩在泰国的奇特风味,因此也富有吸引力。“维护文化就是维护国家”。泰国国王普密蓬号召全国人民保护和发扬传统的民族文化。泰国是个历史悠久的佛教国家,泰国人民在建设自己的国家中创造了灿烂的民族文化。在旅游业发展中,泰国人始终把文化贯穿其中,不论是旅游景区,还是泰国的

饮食、服装、音乐、舞蹈及风俗，都能体现于旅游的全过程，使人充分感觉到泰国文化深厚的底蕴和内涵。

泰国政府非常重视旅游业的发展，他们把旅游业的发展和弘扬民族文化结合起来，在全国建立的五百多个旅游景点中都洋溢着浓郁的民族文化特色，浓厚的泰国风味也吸引了大量的游客蜂拥而至，既宣扬了民族文化，有发展了旅游经济。泰国是一个佛教国度，全国有佛教寺庙四万多座，遍布泰国城乡各地，这些寺庙金碧辉煌，精巧别致，是泰国旅游的重点项目，像是著名的玉佛寺、云石寺、卧佛寺等都是泰国非常著名的旅游景点。另外，泰国还涌现了一大批闻名遐迩的旅游城市，像是泰国的首都“天使之城”——曼谷；素有“北国玫瑰”之称的，泰国著名的避暑胜地——清迈；享有“东方夏威夷”美誉的国际海滨度假胜地——芭达雅；以及东南亚最具代表性的旅游度假胜地——普吉岛等都是很多游客十分向往的旅游度假胜地。

泰国旅游业的发展不仅为国家带来了大量的经济效益，而且促进了工业，尤其是手工业和食品工业的大力发展，同时还促进了泰国与世界的交往，使泰国人在思想意识、生活习惯和价值观念等方面都发生了很大的变化。

中国的发展，有能力和条件外出旅游者大增，已成为泰国旅游业一个潜在的巨大客源国。泰国美丽的风光和民俗风情一直受中国游客的青睐，加上物发展泰国与中国关系的不断密切与直飞航线的开通，以及合理的价对外国格与较高的服务质量，使得中国各省区前往泰国旅游的人数大幅度增加，大大促进了泰国旅游业的发展。近年来泰国旅游业加入了 IT 信息技术，使消费者和商家能直接接触，省去中介环节，大大降低了旅游费用。泰国 2012 年接待中国游客 280 万人种程度上次，占泰国入境游客总量的 12.1%。为了吸引更多的中国游客到泰国旅游，泰国政府大力推广有固定行程，合理价格，不强迫参加自费项目和不强迫购物的“高品质旅游”；在中国挑选了数十家旅行社作为推广“高品质旅游”的旅行社；开通清盛展为泰港旅游专用码头，承接通过湄公河南下的中国游客；调整旅游业的法律法规，规定了自费项目的最高收费标准，用严格的制度来约束旅游从业人员规范操作。

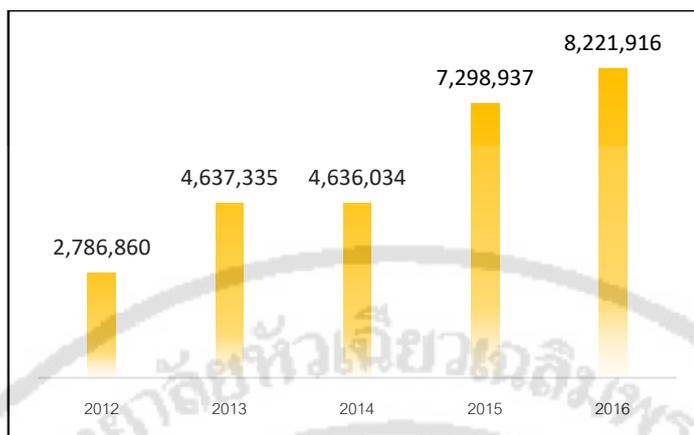


图 1.1.1 中国游客前往泰国 2012 年至 2016 年的数值对比

资料来源：泰国移民局及旅游局

从图 1.1.1 中国游客前往泰国 2012 年至 2016 年的数值对比显示中国游客占来泰旅游外国游客的比重最大，泰国的入境旅游人数和经济收入之中的 30%主要来自中国游客。虽然近几年，到泰国旅游的中国游客数量日益剧增，为泰国的社会带来了很多问题。但是，泰国仍然是中国游客的出行的首选。中国兴起泰国游热潮，在泰历 2016 年，2016 年一月至十一月，开始有许多中国游客前往泰国，大约 8,221,916 人，比 2015 年入泰旅游的中国游客数量增长 12.5%<sup>[1]</sup>。

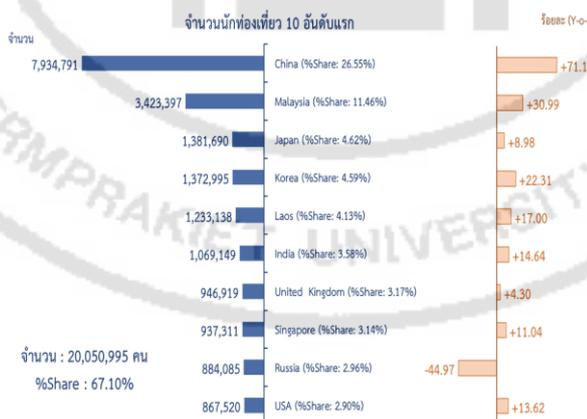


图 1.1.2 2015 年 10 个国家赴泰国旅游的游客排名

资料来源：泰国移民局及旅游局

泰国移民局及旅游局显示，2015 年的 10 个国家赴泰国旅游的游客排名如图 1.1.2 所示。中国游客是排第一，7,934,791 人或者 26.55%。第二是马来西亚

[1] <https://medium.com/@nuttasit.p/สถิติและแผนผังการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนในปี-2559-ef77332e497b>

3, 423, 397 人 (11.46%)，第三是日本 1, 381, 690 人 (4.62%)。韩国人 1, 372, 995 人 (4.59%)，老挝 1, 233, 138 人 (4.13%)，印度 1, 069, 149 人 (3.58%)，英国 946, 919 人 (3.17%)，新加坡 937, 311 人 (3.14%)，俄罗斯 884, 085 人 (2.96%)，美国 867, 520 人 (2.90%)<sup>[1]</sup>。

中国国际旅行社 (COTRI - 中国出境旅游研究研究所) 最近的研究机构已经发布了关于中国游客的行为的报告。该报告显示，中国游客的行为是花自己的钱去旅游购物。有渠道显示每年以购物方式旅游的中国游客达 100 万人次，直接影响旅游业此行的目的，为了泰国的旅游业长期发展，应该提前做好应对的方法。

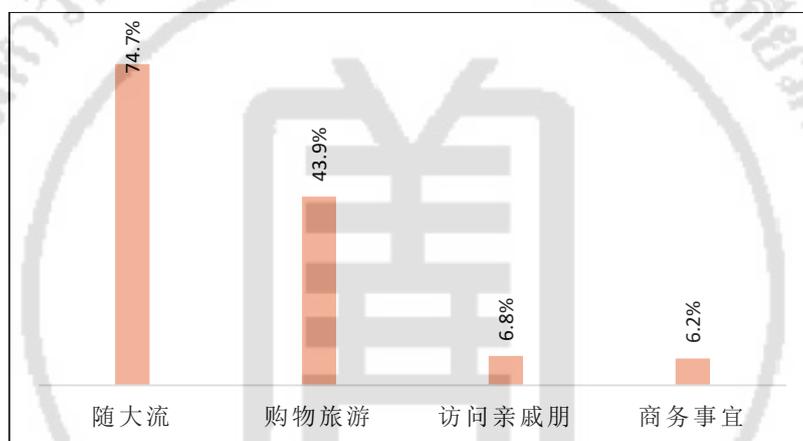


图 1.1.3 中国人的旅行的目的

资料来源: <http://www.ctaweb.org/>

从图 1.1.3 中国人的旅行的目的，该报告显示，中国人的旅行的目的是随大流，大概占总人数的 74.7%，而剩下 43.9%，是以购物为目的的旅行，6.8%访问亲戚朋友，6.2%有商务事宜。旅游时间超过 8 天的约占 18%，6-8 天占 43.6%，3-5 天的占 37%，1-2 天，占 1%。

[1] [https://www.m-society.go.th/article\\_attach/16037/19110.pdf](https://www.m-society.go.th/article_attach/16037/19110.pdf) 《สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวจำนวน2558》

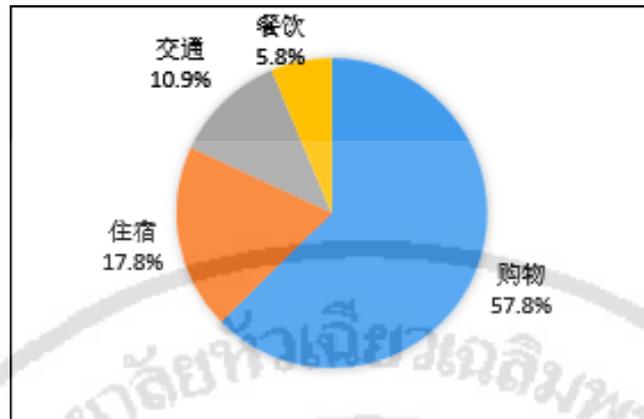


图 1.1.4 中国游客的费用

资料来源: <http://www.ctaweb.org/>

从图 1-4: 中国游客的费用, 中国游客到泰国旅游, 主要的花销集中在购物, 购物消费占消费支出的 57.8%, 住宿费用占 17.8%, 交通费占 10.9% 和餐饮费用占 5.8%, 中国游客的购物 82% 集中在免税店, 其次是商场, 奢侈品牌, 中国人的购物大部分消费到泰国本地存储还是非常低的。政府可以把这个比重集中在旅游购物设施建设上, 让中国人有更多可以选择的购物消费方式和场所。

目前, 中国游客的数量在增长。我们现在应该思考的问题是什么是非常重要的。泰国已准备好接收大量的中国游客。因为我们的基础设施的设计和建设, 足以容纳游客和泰国人。基础设施的建设应该可以接受短时间内游客剧增。这是一个迫在眉睫的问题。此外, 中国人的旅游习惯, 在当地企业和居民之间也产生了不少的影响, 可能导致一部分人对中国游客持否定态度。这些矛盾可能会产生社会问题, 从长远来看。旅行禁令将是一个很大的问题, 因为游客数量每年都在增加, 与此同时, 产生的社会、经济、文化问题不容小觑。

## 二、旅游收入增长迅速

泰国旅游局 2017 年旅游收入总目标为 2.77 万亿泰铢, 同比增 10%。其中外国人入境游收入同比增长 10% 至 1.81 万亿泰铢, 而中国仍是泰国最重要的客源国。泰国旅游局局长育塔萨周四释出了 2017 年泰国旅游收入 2.77 万亿泰铢的总目标。该目标将比 2016 年全年 2.52 万亿泰铢总旅游收入高出 10%。其中来自外国人入境游收入约为 1.81 万亿泰铢, 较 2016 年外国人入境游 1.65 万亿泰铢收入高出 10%。国内游收入预计为 9530 亿泰铢。

外国游客来源市场方面，预计 2017 年泰国入境游市场客源国依次分别是 1。中国大陆，2。马来西亚，3。俄罗斯，4。英国，5。澳大利亚。他说，目前预计的 2017 年入境泰国的外国游客将达到 3439 万人，同比增 5.51%。2016 年有 3260 万外国人入境泰国。国内游方面预计也将小幅增长。2016 年泰国国内游人数约为 1.45 亿人次，而 2017 年预计为 1.54 亿人次。

今年来自中国方面的游客数量增长将出现放缓。2016 年来自中国方面的游泰人数约为 870 万人，而 2017 年人数将在 900 万左右。中国游客泰国游支出方面预计每个行程的支出费用将在每人 5 万泰铢，较 2016 年高出 7%。也就是说，2017 年中国游客将为泰国旅游带来 5000 亿泰铢的收入。2016 年中国游客为泰国旅游带来了 4450 亿泰铢收入<sup>[1]</sup>。

泰国开泰研究中心认为，将于 2015 年成立的东盟经济共同体(AEC) 对于泰国零售业经销商既是挑战，也是商机。一个最显著的机遇就是，零售业经销商将受益于国内市场规模的扩大，源于国内消费者购买力提高以及入境外国游客尤其是东盟游客数量的增加将刺激泰国零售业增长。2011 年来泰国旅游的东盟游客购物消费总额约 375 亿泰铢，年同比增长 32%。开泰研究中心预计，2012 年来泰国旅游的东盟游客购物消费总额为 420 亿泰铢以上，年同比增长约 12%<sup>[2]</sup>。

支付宝于泰国最大免税店 King Power 全面上线阿里巴巴集团关联公司，蚂蚁金服宣布，支付宝扫码付在泰国最大免税店 King Power(王权免税购物店)全面上线，是继泰国 Rabbit 交通卡推出后，再在当地 O2O(线上与线下)服务、泰国首家上线支付宝扫码付的商户。

King Power 是中国游客常到的泰国免税店。由本月初支付宝接入王权免税购物店进行测试的第一天起，就有消费者主动使用支付宝结账，目前每笔平均消费已稳定在 5000 泰铢以上。到 11 月底前，King Power 位于曼谷市区、史万利市区、芭提雅和普吉岛的 4 家门店将全部接入支付宝，并将参加「1212 支付宝狂欢节」，以大尺度活动馈赠中国消费者<sup>[3]</sup>。

泰国国家旅游局东亚司司长席素达表示，“一直以来泰国国家旅游局对中国游客很关心，因为中国游客飞往泰国来旅游的数量特别多，特别是在泰的消费额日益增多。2014 年中国游客飞往泰国旅游的数量达 500 万人，给泰国旅游业带来了近 1909 亿泰铢。预测今年到泰国旅游的中国游客数量将会增长 37%，

---

[1] 中华人民共和国商务部，[online]，  
<http://www.mofcom.gov.cn/article/i/jyjl/j/201701/20170102497130.shtml>，2017 年 1 月 6 日

[2] 中华人民共和国商务部，[online]，<http://www.mofcom.gov.cn/>，2012 年 8 月 28 日

[3] 星岛日报，[online]，<http://std.stheadline.com/>，2015 年 11 月 5 日

旅游消费额方面将会增长 47%。因此泰国国家旅游局意识到吸引中国游客的同时，该向中国游客宣传中国游客喜爱的泰国旅游景点及其他可提供服务之处。”

据悉，泰国旅游机构在微博开展的旅游推介活动一直有声有色。2014 年赴泰旅游旺季期间，微博上‘泰国’的提及量超过 2500 万。截止目前，微博上有 1000 多个经过认证的泰国机构、景点和明星名人账号，泰国国家旅游局微博矩阵的粉丝数超过 40 万。

本次活动赞助单位、泰国 KING POWER 王权免税集团海外市场部门总经理吴青表示，集团作为全球旅游零售业领军者，非常关注中国游客在商品零售市场中的作用，也非常乐意全力支持这次大型跨国评选活动。

数据显示，近年来，去泰国旅游的外国游客数量排名，中国多年稳居第一，主办方希望通过此次大型评选活动，由中国游客自己选出真正中国游客心目中的最佳泰国<sup>[1]</sup>。

### 三、政府和民间对旅游业的高度重视

泰国政府清醒地认识到，泰国发展工业的实力较其他东南亚国家并无太大优势，国际旅游这一新兴产业不仅能直接创汇而且能为经济的发展注入新的活力，因此历届政府都十分重视发展旅游业。泰国政府对旅游业的重视主要体现在以下几个方面：

(1) 加大对旅游资源的开发和旅游基础设施的建设。普吉岛在几十年前只是一个不起眼的渔村，现在已成了“泰南珍珠”。各主要旅游城市都有设施良好的国际机场，公路等级高质量好。

(2) 加大对外宣传力。在多国设立了旅游驻外办事机构，把促进泰国旅游的展览和宣传从欧美做到中东、大洋洲甚至非洲地区。

(3) 有针对性地简化入境手续，放宽对游客逗留时间的限制。

(4) 培养旅游人才。泰国各主要大学都设有旅游专业课程，还有专门的旅游学校，为泰国及时输送导游，酒店管理和旅游规划等方面的专门人才。普通市民则是通过自学外语（包括现在的汉语热），在与外国游客的交往中自觉实行微笑待人，来提升泰国旅游的魅力。

---

[1] 中国网, [online], <http://www.china.com.cn/2015年5月8日>

## 第二节 曼谷的主要购物中心

被亲切地称为大芒果的曼谷，是一个拥有超过 800 万人口的广阔繁华的大都会。其通常是在泰国旅游的游客行程安排的第一站，这个城市对各种各样的不可思议的餐馆、寺庙、酒吧和文化有着家一般的吸引力。好像作为旅游明星它的光芒已经没有足够闪亮，却又恰好是这个星球上最棒的购物目的地之一。从街头商贩出售各种款式的服装和配件可以想象到市场里包装的手工艺品、折扣商场和堆满琳琅满目的高端商品的大型购物中心，曼谷是一个可以愉悦甚至最挑剔的购物者的金矿。

### 一、中央世界购物中心 (Central world)



图 1.2.1 中央世界购物中心

资料来源：<http://www.google.com>

中央世界初创于 1990 年，后于 2003 年起开始全面设计翻新，三年后购物中心主体扩建到了 55 万平方米的超大规模，截止 2006 年，中心附属综合设施经扩建更达到了夸张的 100 多万平方米——中央世界总体面积超过“沙炎模范”，跃身成为泰国第一大、也是全东南亚第一及世界第三大购物中心。

## 二、SiamParagon 购物中心



图 1.2.2 SiamParagon 购物中心

资料来源: <http://www.google.com>

SiamParagon 购物中心是一座极具人气的购物中心，囊括了众多国际高端时尚品牌，还拥有东南亚最大的水族馆、共有 16 个屏幕的影城，还有品种齐全的世界美食。它位于两条轻轨线路交汇点暹罗站的前方，被许多人视为曼谷的中心地带。购物中心拥有超过 250 家店铺，与旁边随意松散的 Central World 相比布局更为合理而紧凑。不过，这里主要出售的都是奢侈品，瞄准的是钱包够鼓的泰国人和外国游客。如果想买一些非常独特的东西，去暹罗百乐宫逛一圈绝对没错。

## 三、MBK 购物中心



图 1.2.3 MBK 购物中心

资料来源: <http://www.google.com>

MBK 购物中心可以称得上是曼谷最具传奇色彩的购物中心，深受本地人和游客的喜爱。此地每日总是客流熙攘，一派繁华景象。商场共分八层，云集了 2,000 家商铺，出售服装、配饰、手包、皮具、行李箱、家具、手机、电器、相机、文具和 DVD 等各类商品。

#### 四、Terminal 21 购物中心



图 1.2.4 Terminal 21 购物中心

资料来源: <http://www.google.com>

该购物中心的设计主题是机场。带领我们体验不同国家的地域风情，而且商场的交通便捷，周围有便利的轻轨线和地铁线，在毗邻的素坤逸 21 巷，就是机场快线的接驳点，这是曼谷市区的黄金购物商圈。附近有众多的写字楼、酒店和教育中心。整个商场的建设融合了在世界各地的购物街的特色，如 LG 层是 CARIBBEAN（加勒比），G 层是 ROME（罗马），M 层是 PARIS（巴黎），1 层是 TOKYO（东京），2 层是 LONDON（伦敦），3 层是 ISTANBUL（伊斯坦布尔），4 层是 SAN FRANCISCO（旧金山），5 层是 SAN FRANCISCO（旧金山），6 层是 HOLLYWOOD（好莱坞），问询处的接待员身着空姐制服。

#### 五、EM District 购物中心



图 1.2.5 EM District 购物中心

资料来源: <http://www.google.com>

在超过 4,000 平米的商场内，整个建筑内共有 400 个品牌，数量庞大。曼谷埃姆卡阿希厄新购物商场的设计令人印象深刻，商场前面巨大的玻璃帷幕将商场由高至低包围起来，使室外大厅看起来十分酷炫。此处每层均植有葱郁

的花草、植物和树木。在素坤逸路这片茂密的钢筋水泥的丛林里遍布着温室花草，郁郁葱葱地一直延伸到附近美丽的班哲希利公园。

## 六、Central Embassy 购物中心



图 1.2.6 Central Embassy 购物中心

资料来源: <http://www.google.com>

Central Embassy 购物中心是一家超豪华时尚生活商场，入驻多家高端设计师品牌店铺、高级餐厅和电影院，更有一家奢华六星级酒店即将开业。购物中心地处原英国大使馆，这也成为其名字的由来。整栋建筑耗资 180 亿泰铢，不仅成为了首都地标，还是全球领先的购物目的地。购物中心规模宏大、位于曼谷零售区中心地点、靠近暹罗，因其极具未来感的设计、令人印象深刻的极简主义白色系内饰傲立于其他大型市场之中。轻轨隆齐和奇隆站均可直接到达曼谷 Central Embassy 购物中心。

## 第二章 Terminal 21 购物中心提供的汉语服务现状分析

### 第一节 Terminal 21 购物中心概况

Terminal 21 购物中心（泰语：ห้างสรรพสินค้าเทอร์มินอล21）位于泰国曼谷素坤逸路 19 巷，建筑面积为 145000 平方米，总共 9 层楼的公共服务区域。从泰历 2015 年建成以来，投资公司和泰国曼谷商业中心将购物中心设计为 21 个航站楼的主题，以购物为主打目标，超出 6000 万泰铢的投资预算。涉及范围在时装、美食和电影娱乐等多项内容，让泰国本地人和游客能够体验新的生活方式。为了 Urbanation，这家购物中心总共有 600 家门店，交通便捷，乘客可以选择乘坐轻轨或者地铁到达商场。

该购物中心的设计主题是机场。带领我们体验不同国家的地域风情，而且商场的交通便捷，周围有便利的轻轨线和地铁线，在毗邻的素坤逸 21 巷，就是机场快线的接驳点，这是曼谷市区的黄金购物商圈。附近有众多的写字楼、酒店和教育中心。整个商场的建设融合了在世界各地的购物街的特色，如 LG 层是 CARIBBEAN（加勒比），G 层是 ROME（罗马），M 层是 PARIS（巴黎），1 层是 TOKYO（东京），2 层是 LONDON（伦敦），3 层是 ISTANBUL（伊斯坦布尔），4 层是 SAN FRANCISCO（旧金山），5 层是 SAN FRANCISCO（旧金山），6 是层 HOLLYWOOD（好莱坞），在那里这些城市的装饰和气氛的细节成真，无论是地面或柱子上张贴有特色的装饰物。我们会觉得真的身处这些城市。最舒服的在 36 米购物中心最长的自动扶梯，商场设有生活分区和服装分区，有许多时装品牌、时装设计师的商店，特色园区 Urbanista 店直营，前 3 个楼层都充满了 600 家商店的店面装饰精美的丰富多彩，有趣和多样化。商场营造的一个有趣的气氛令人兴奋的购物就像走在世界各国的大街上，这是流行日韩的建筑风格，当购物疲惫的时候，可以选择美食广场享受一顿美食盛宴。商场拥有 50 余家餐馆，商店和高级 SupermarketEntertainment。休闲区还包括电影院，电影院 SF 和娱乐区，健身中心和水疗中心。

Terminal 21 购物中心有包括 9 层

1. LG 层 CARIBBEAN（加勒比）
2. G 层 ROME（罗马）
3. M 层 PARIS（巴黎）
4. 1 层 TOKYO（东京）

5.2 层 LONDON (伦敦)

6.3 层 ISTANBUL (伊斯坦布尔)

7.4 层 SAN FRANCISCO (旧金山)

8.5 层 SAN FRANCISCO (旧金山)

9.6 层 HOLLYWOOD (好莱坞)。

表 2.1.1 Terminal 21 购物中心的布局简介

层	名称	代表性品牌
LG 层	CARIBBEAN (加勒比)	餐厅: Pro express, Baskin Robbins, Subway MISTER DONUT, Dairy Queen, Mos Burger 书店: Asia Book, Naiin 超级市场: Gourmet Market 化妆品店: Boots, Watsons, Madame Heng 银行: AEON, LH Bank, SCB, TMB
G 层	ROME (罗马)	运动装: Adidas, Roxy & Quisilver 女装: F-Fashion, LYN AROUND, G200 男装: PRONTO, CC-00, Fox, Levi' s 银行: SCB 配饰: GUESS ACCESSORIES 化妆品店: Boots
M 层	PARIS (巴黎)	女装: Made of fabric, CINEMA, Troika, EPS 男装: ESPRIT 男女装: AIIZ, CPS, H&M 鞋包店: Charles & Keith 银行: LH Bank 咖啡店: Starbucks 化妆品店: MAC, Laura Mercier 鞋店: Onitsuka Tiger
1 层	TOKYO (东京)	女装: @ My Room2 Girls, Sugar & Cream, December no. 5, Rallet, Backyard 内衣: BSC, Sabina, Kyra 男女装: KLAR

层	名称	代表性品牌
2层	LONDON (伦敦)	男装: ARROW, Lee, BIG JOHN 女装: TOTA, Moga 男女装: DA+PP 眼镜店: Kt optic 休闲男装: Rhythm, Volume X, DO-KU, Mokka
3层	ISTANBUL (伊斯坦布尔)	礼品店: 2 Spot, Romeo, Loy Far, The menu 鞋店: 21 by aoom, Shoes a holic, ishoes 化妆品店: Akaliko OJAS Beauty Cottage 珠宝饰品: Chang Thai Gemstone Gadnype, KISS ME DOLL, Vacharee 美容: Procure Eyelash
4层	SAN FRANCISCO (旧金山)	餐厅: Coco Ichibanya, Bar-B-Q Plaza & Joom Zap hut, Momo paradise, Pepper Lunch, MK RESTAURANT, Ootoya, The Terrace, Seefah, YamSaab
5层	SAN FRANCISCO (旧金山)	餐厅: Chabuton, KFC, Baanying Café & Meal, The Manhattan Fish Market, BONCHON Chicken, Jeffer Steak, SUSHI EXPRESS, PENGUIN Eat Shubu, TADURI
6层	HOLLYWOOD (好莱坞)	手机店: AIS, DTAC, SAMSUNG 咖啡店: True Coffee 健身中心: Fitness First 电影院: SF CINEMA 泰式按摩: Let' s Relax Spa

## 第二节 Terminal 21 购物中心的特点

### 一、商店布局根据不同国家的特点来划分

Terminal 21 购物中心中文地图指示牌如下



图 2.2.1 LG 层 CARIBBEAN (加勒比) 指示牌

从图 2.2.1, 步行道以及商店 LG 层 : A 是厕所、B 是停车场、C 是电梯、D 是超市、E 是商店有银行, 书店, 方便店、F 是 B 层有花店和邮件服务、G 是 LG  $\frac{1}{2}$  层有洗车场和停车场。



图 2.2.2 G 层 ROME (罗马) 指示牌

从图 2.2.2, 步行道以及商店 G 层 : A 是厕所、B 是停车场、C 是电梯、D 是超市。



图 2.2.3 M 层 PARIS (巴黎) 指示牌

从图 2.2.3, 步行道以及商店 M 层 : A 是问询处、B 是厕所、C 是电梯、D 是逃生楼梯、E 是商店。



图 2.2.4 1 层 TOKYO (东京) 指示牌

从图 2.2.4, 步行道以及商店 M 层 : A 是问询处、B 是厕所、C 是电梯、D 是逃生楼梯、E 是商店。



图 2.2.5 2 层 LONDON (伦敦) 指示牌

从图 2.2.5, 步行道以及商店 2 层 : A 是厕所、B 是电梯、C 是商店这个层都是服装店。



图 2.2.6 3 层 ISTANBUL (伊斯坦布尔) 指示牌

从图 2.2.6, 步行道以及商店 3 层 : A 是泰国汇商银行 (SCB)、B 是厕所、C 是电梯、D 是商店。



图 2.2.7 4 层 SAN FRANCISCO (旧金山) 指示牌

从图 2.2.7，步行道以及商店 4 层：这 4 层都是日本美食，泰国餐厅。A 是厕所、B 是电梯、C 是餐厅。



图 2.2.8 5 层 SAN FRANCISCO (旧金山) 指示牌

从图 2.2.8，步行道以及商店 5 层：这 5 层都是日本美食，泰国餐厅。A 是 PIER21 小食中心、B 是电梯、C 是电梯、D 是餐厅。



图 2.2.9 6 层 HOLLYWOOD (好莱坞) 指示牌

从图 2.2.9，步行道以及商店 6 层：A 是 SF 电影院、B 是 Fitness First 锻炼房、C 是手机商店、D 是 True 咖啡店。



图 2.2.10 层的名称指示牌

从图 2.2.10 层的名称指示牌，Terminal 21 购物中心层名称的指示牌都有每个层，每个层指示牌都是英文 比如 G DEPARTURE FOR LEVEL LG CARIBBEAN，没有中文指示牌。



图 2.2.11 服务指示牌



图 2.2.12 服务指示牌

这个服务指示牌来看图 2.2.11 服务指示牌是提供轮椅给老人，残疾人。另外还提供婴儿车。这个服务指示牌是提供在 G 层与 M 层的问询处。除了英语和汉语，这个服务指示牌还有印度的。来看图 2.2.12 这个牌告诉 WIFI 免费请，轮椅和婴儿车服务，充电宝服务在问询处 G 层和 M 层联系，办理登手机续请在问询处 M 层联系，急救服务在 G 层。



图 2.2.13 信息和优惠指示牌

信息和优惠指示牌是告诉信息 比如 旅游优惠卡提供特别优惠 5-50% 与参加店、提供与参加店特别折扣，报名优惠卡免费！小老板！请在 G 层和 M 层柜台联系、花费 3500 铢的时候 免费！AROMA DOLLS 包请在 M 层柜台联系。这个牌有中文指示牌让中国游客收到信息和其他优惠。



图 2.2.14 使用该食物卡方法指示牌

使用该食物卡方法指示牌告诉如何使用卡第一，请购买和食物卡在卖点里 (Pier21) 。第二，请发食物卡给商店。第三，你能偿兑换还在卖店里 (Pier21) 。中文指示牌让中国旅游很方便。

## 二、提供了全球大部分国家的美食

在 Terminal 21 购物中心的 4 层和 5 层是餐厅和小食中心为服务 比如说 泰国餐厅，中国餐厅，日本餐厅，韩国餐厅 等等，有了很多国家的餐厅根据游客的满意，餐厅的名字如下：

## (一) 日本餐厅

### 1. cocochibanya 店

在 4 层，是日本咖喱餐厅，就是日式咖喱饭。客户能选择肉如 鸡肉，猪肉，虾肉等等与辣的水平。



图 2.2.15 推荐菜就招牌菜是咖喱饭

资料来源: <https://www.wongnai.com/>

### 2. Hachiban 店

在 4 层，是日本拉面的餐厅。招牌菜是干面和煎饺（猪肉）。



图 2.2.16 推荐菜就是干面和煎饺(猪肉)

资料来源: <https://www.wongnai.com/>

## (二) 泰国餐厅

### 1. Yam Saap 店

是泰国餐厅，在 4 层的。这个店的菜就是西北部的泰国菜，菜味道比较辣比如 青木瓜沙拉等等。



图 2.2.17 推荐菜就是泰味木瓜沙拉和凉拌酸辣剁肉

资料来源: <https://www.wongnai.com/>

### 2. Baan Ying café & Meal 店

在 5 层，是聚变的餐厅，有很多各种各样的菜。



图 2.2.18 推荐菜就是炸鸡和煎蛋

资料来源: <https://www.wongnai.com/>

### (三) 中国餐厅

#### 1. Tim Ho Wan 店

这个是在 3 层，大部分菜单是点心店。



图 2.2.19 推荐菜就是烧麦和虾饺

资料来源: <https://www.wongnai.com/>

#### 2. Hawker Chan 店

菜的种类大部分就是米与米粉，炸猪是有名菜。



图 2.2.20 推荐菜就是香炸五花肉盖饭和红猪肉盖饭

资料来源: <https://www.wongnai.com/>

#### (四) 韩国餐厅

##### 1. Bon Chon 店

这个是韩国菜，推荐菜就是炸鸡，与白菜，还有火锅比较辣的味道。



图 2.2.21 推荐菜就是韩国泡菜汤和炸鸡

资料来源: <https://www.wongnai.com/>

##### 2. Tudari 店

这个是韩国菜，就是火锅。比较辣的味道。



图 2.2.22 推荐菜就韩国火锅

资料来源: <https://www.wongnai.com/>

### 第三节 Terminal 21 购物中心提供的汉语服务

购物中心是对中国游客感兴趣的地方之一，由于中国游客有能力买产品与中国游客喜欢泰国的产品 比如 曼谷包，薄荷香筒鼻通，小老板海藻等等。中国游客的数量就按总外国游客的 15%-20%为中国游客。节日期间中国游客数量将增加至 30-35%。

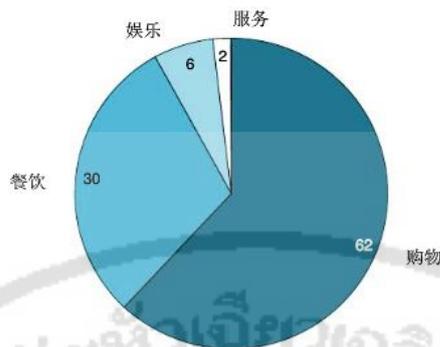


图 2.3.1 Terminal 21 购物中心业态配比中购物类业态

从图 2.3.1 Terminal 21 购物中心业态配比中购物类业态面积占到 62%，餐饮类业态占到 30%，娱乐类业态占到 6% 和服务类业态占到 2%<sup>[1]</sup>。

#### (一) 问询处 (Information Counter)

Terminal 21 购物中心有问询处 2 个就是在 G 层和 M 层（在百货商场的入口），是进入百货商场的时候容易看到。为了给外国客户的信息服务问询处的人员就能用泰语，英文沟通。这样外国客户能 Terminal 21 购物中心的问询处查询。如果需要轮椅的花，能在 Terminal 21 购物中心的问询处查询问一问。



图 2.3.2 问询处

从图 2.3.2，来看，是 Terminal 21 购物中心的 2 个问询处，在 G 层和 M 层。问询处的女人员的打扮就是穿空中的服装，一个问询处就有 3-4 女人员提供服务。他们都能用汉语与英语沟通的。

[1] <https://wenku.baidu.com/view/a51721702f60ddccda38a09c.html>

## (二) 护照购物指南 (Passport shopping guide)



图 2.3.3 护照购物指南 的前面和后面是购物中心的地图

护照购物指南 (Passport shopping guide) 就是导购, 这个导购就有汉语与英语, 每个层就有导购, 指南详细的介绍了在每个楼层购物中心的细节设置。导购就有简单介绍: 哪层有什么商店, 有什么特色商品。这样能让中国客户容易了解。这个导购是放在 G 层与 M 层的招待会。



图 2.3.4 LG 层 CARIBBEAN (加勒比) 是超市、便利店、银行

G 层 ROME (罗马) 是服务店大部分是服装店



图 2.3.5 M层 PARIS（巴黎）是大部分是服装店还有咖啡店  
1层 TOKYO（东京）是服装店，甜品店

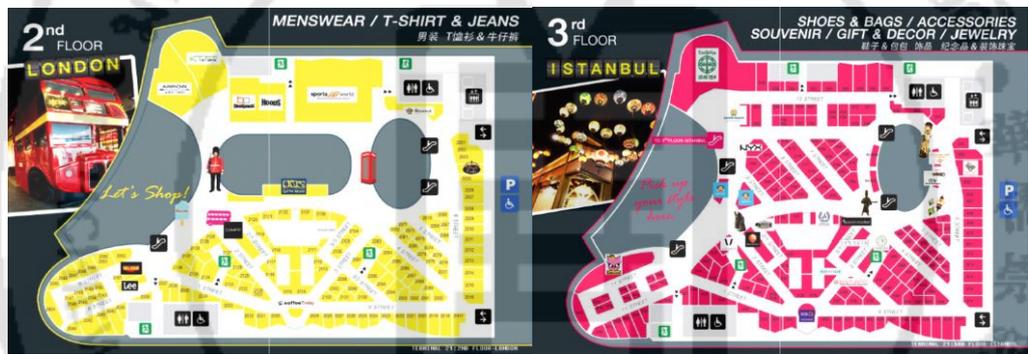


图 2.3.6 2层 LONDON（伦敦）是大部分男服装店  
3层 ISTANBUL（伊斯坦布尔）是家装用品和独特礼品



图 2.3.7 4层 SAN FRANCISCO（旧金山）和 5层 SAN FRANCISCO（旧金山）是层都是日本美食，泰国餐厅还有小食中心。



图 2.3.8 6 层 HOLLYWOOD（好莱坞）是电影院，锻炼房，技术情报和温泉养生

### (三) 中文菜单



图 2.3.9 中文菜单

随处可见中国餐厅，在餐厅外面的广告牌上，多半都是有中文和泰文双语翻译的。中国游客可以一目了然的寻找自己心中的餐馆，早进入餐厅之后，餐厅也会提供给中国游客中文菜单，使得中国游客可以在用餐时使用中文翻译后菜单，方便快捷的选择菜品

### (四) 网站

<http://www.terminal21.cn/> 网站是帮客户旅行更容易，客户能 24 个小时用 Terminal 21 购物中心的网站找旅游的信息，购买优惠等等。Terminal 21 购物中心的网站为了中国客户也提供汉语。



图 2.3.10 Terminal 21 购物中心网站



图 2.3.11 Terminal 21 购物中心 Facebook



图 2.3.12 Terminal 21 购物中心 Instagram

另外，还有 Instagram <https://www.instagram.com/terminal21asok/>，Facebook <https://www.facebook.com/Terminal21Asok/> 或者可以填邮箱为了受到信息很快。

### 第三章 Terminal 21 购物中心的汉语应用调查分析

#### 第一节 Terminal 21 购物中心售货员调查分析

在销售员问卷调查中，对销售员发问卷调查 25 套。来看结论就是 Terminal 21 购物中心的 25 人售货员发现, 男性 28%, 女性 72%。大部分的年龄是 21-29 岁 76%，30-39 岁 20%，20 岁以下 4%。教育程度是大学 40%，专科 28%，中学 32%，大部分商店是服务品牌店有名，售货员的教育程度是大学比较多。工作经验 64% 是 3-5 年，36% 是 2 年以下。售货员的使用语言沟通中国游客大部分使用英语 80%，汉语 20%。大部分售货员没学过汉语和没有参加过汉语水平 100%。因为售货员不能对中国游客沟通。

##### 一、售货员的基本情况。

表 3.1.1 Terminal 21 购物中心售货员的基本情况

售货员的基本情况	数量	百分之
<b>1、您的性别</b>		
男性	7	28%
女性	18	72%
<b>总合</b>	25	100%
<b>2、您的年龄</b>		
20 岁以下	1	4%
21-29 岁	19	76%
30-39 岁	5	20%
40-49 岁	-	-
50 岁以上	-	-
<b>总合</b>	25	100%
<b>3、您的教育程度</b>		
小学	0	0%
中学	8	32%
专科	7	28%
大学	10	40%

售货员的基本情况	数量	百分之
总合	25	100%
<b>4、您的工作经验</b>		
2 年以下	9	36%
3-5 年	16	64%
6-8 年	-	-
9 年以上	-	-
总合	25	100%
<b>5、您的使用语言沟通中国游客</b>		
汉语	5	20%
英语	20	80%
其他	-	-
总合	25	100%
<b>6、汉语学习了多长时间</b>		
1 年以下	-	-
1-2 年	-	-
3-4 年	-	-
没学过	25	100%
总合	25	100%
<b>7、您的汉语水平考试</b>		
HSK1-3	-	-
HSK4	-	-
HSK5	-	-
没有参加考过	25	100%
总合	25	100%

## 二、销货员汉语水平的情况。

Terminal 21 购物中心有许多服务的类型，比如：银行，餐厅，服装店，超市等等。从到 LG 层、G 层、M 层、1 层、2 层、3 层、4 层、5 层和 6 层。有些商店的售货员能说汉语直接对中国游客沟通，有售货员不能说汉语对中国游客沟通，主要问题就是售货员不能沟通汉语对中国游客。如果售货员遇到

中国游客店里买东西，大部分售货员说简单的汉语，比如：你好，欢迎光临，你要什么？。一些简单容易的问答的句子。

研究者使用问卷调查来寻找答案，将选择了 25 位销售员做为这次研究的样本，为了销售员遇到问题的了解，问卷调查的结果就是售货员 5 个人占 20% 能说汉语对中国游客沟通，但是说汉语得不流利，说说汉语不利落。售货员向中国游客的说法学习，他们常常跟中国游客沟通，这样就是常常听，常常说，虽然他们不能说汉语很流利，但是他们就能用汉语沟通了。但是有 WATSON 店有汉语翻译 1 个人服务中国游客买东西时候。还有售货员 20 个人占 80% 不能说汉语对中国游客沟通，因为他没学过汉语，没说汉语，没有有关中国的知识。售货员还不太懂汉语，所以就不敢跟中国游客沟通，售货员不能跟中国游客说汉语，他说英语起来对中国游客沟通。就是售货员解决的方法。

### 三、售货员使用汉语能力的情况。

表 3.1.2 售货员使用汉语能力的情况

汉语能力	很高	高	一般	低	很低
听	0 人	5 人	3 人	0 人	17 人
	0%	20%	12%	0%	68%
说	0 人	5 人	3 人	0 人	17 人
	0%	20%	12%	0%	68%
读	0 人	0 人	0 人	0 人	25 人
	0%	0%	0%	0%	100%
写	0 人	0 人	0 人	0 人	25 人
	0%	0%	0%	0%	100%

从表 3.1.2，来看 Terminal 21 购物中心 售货员汉语使用情况的 25 人，发现了 20% 与 12% 的针对“听”方面的使用汉语“高”与“一般”，但是听的方式很低是 68% 的售货员。针对“说”方面的使用汉语，有 20% 认为“高”，12% 认为“一般”，而有 68% 的认为“很低”。针对“读”方面的使用汉语认为“很低”100%。针对“写”方面的使用汉语，大多数认为“很低”100%。购物中心 售货员表示沟通是最重要，所以“听”与“说”方面的使用汉语是最常用到。

## 第二节 Terminal 21 购物中心中国游客调查分析

根据调查，中国游客来使用服务 Terminal 21 购物中心只有外国游客的 15-20%。为了调查受访者对服务 Terminal 21 购物中心的满意度，对中国游客发问卷调查 100 套。问卷调查有二部分，第一部分是来泰中国旅游的基本资料，第二部分是有关 Terminal 21 购物中心汉语服务满意度调查。

### 第一部分：来泰中国旅游的基本资料

表 3.2.1 中国旅游的基本资料

一、个人基本情况	百分之
<b>1. 你的性别:</b>	
男性	15%
女性	85%
<b>总合</b>	100%
<b>2. 你的年龄:</b>	
19 岁以上	-
20-29 岁	69%
30-39 岁	26%
40-49 岁	-
50-59 岁	5%
60 岁以上	-
<b>总合</b>	100%
<b>3. 你使用的语言:</b>	
汉语普通话	84%
潮州话	5%
广东话	11%
海南话	-
福建话	-
<b>总合</b>	100%
<b>4. 你的教育程度:</b>	
初中	-
高中	-

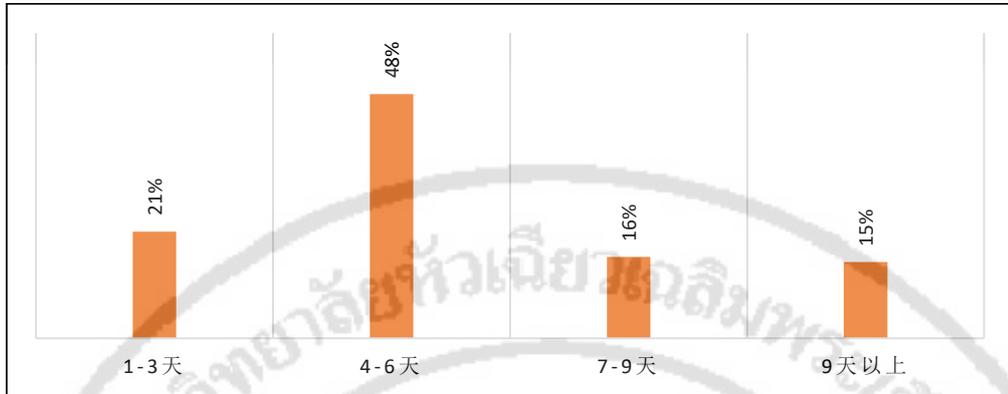
一、个人基本情况	百分之
中专	11%
大专	11%
本科	31%
硕士	42%
博士	5%
总合	100%
<b>5. 你的职业是:</b>	
商人	21%
公务员	5%
公司职员	37%
劳务人员	-
自由职业	37%
退休人员	-
学生	-
总合	100%
<b>6. 你这次来泰国旅游几天:</b>	
1-3 天	21%
4-6 天	48%
7-9 天	16%
9 天以上	15%
总合	100%
<b>7. 你这次是第几次来泰国旅游:</b>	
第 1 次	21%
第 2 次	40%
第 3 次	26%
第 4 次	3%
5 次以上	10%
总合	100%
<b>8. 你这次来泰国, 打算在哪个城市旅游:</b>	
曼谷	47%
芭提亚	24%

一、个人基本情况	百分之
清迈	5%
清莱	-
普吉岛	20%
甲米	4%
素可泰	-
佛统	-
总合	100%
<b>9. 你这次来泰国旅游的目的:</b>	
购物	42%
散心	29%
游览景点	21%
对泰国文化感兴趣	8%
总合	100%
<b>10. 你会讲泰语吗?</b>	
流利	-
一般	-
几个单词和短语	37%
一点不会	63%
总合	100%
<b>11. 在泰国旅游, 你是用什么语言交流?</b>	
汉语	32%
英语	68%
泰语	100%
总合	100%
<b>12. 你来泰国旅游, 你是否担心遇到交流上的困难, 比如: 问路, 问价:</b>	
是	58%
否	42%
总合	100%
<b>13. 你来泰国旅游遇到哪些交流的困难:</b>	
问路	36%

一、个人基本情况	百分之
购物	31%
打车	26%
住酒店	-
订票	7%
总合	100%

从表 3.2.1 显示的 100 份问卷的被调查者主要为中国游客为女为 85%，男性为 15%。20-29 岁年龄有 69%，在 30-39 岁的占被调查者的 26%，5% 的被调查者年龄为 50-59 岁。中国旅游使用汉语普通话 84%，潮州话 5% 还有广东话 11%。学历为中专是 11%，学历为大专是 11%，学历为本科有 31%，学历为硕士 42%，还有学历为博士 5%。职业主要是商人 21%，公务员 5%，公司职员 37%。来泰国旅游 1-3 天有 21%，4-6 天有 48%，7-9 天有 16%，9 天以上有 15%。第 1 次来泰国旅游为 21%，第 2 次为 40%，第 3 次为 26%，第 4 次为 3%，第 5 次来泰国旅游为 10%。来泰国，打算曼谷旅游是第一为 47%，芭提亚 24%，清迈 5%，普吉岛 20%，甲米 4%。中国游客来泰国旅游的目的是购物 42%，散心 29%，游览景点 21%，对泰国文化感兴趣有 8%。中国游客会讲泰语几个单词和短语为 37%，一点不会 63%。在泰国旅游，中国游客用汉语交流 32%，用英语交流 63%，因为大部分泰国人会讲英语比汉语很好。中国游客来泰国旅游，他们是担心遇到交流上的困难，比如：问路，问价为 58%，否担心遇到交流上的困难为 42%。游客遇到 问路交流的困难为 36%，购物 31%，打车 26%，订票 7%，中国旅客担心遇到问路交流的困难比较多，因为他们不认识路，还有怕迷路。

表 3.2.2 中国游客来泰国旅游



来看表 3.2.2 中国游客来泰国旅游 1-3 天有 21%，4-6 天有 48%。这段时间是中国游客来泰国最多的，因为 4-6 天是比较合适，不太长的。7-9 天有 16%，9 天以上有 15%。

**第二部分：来泰国游客对 Terminal 21 购物中心汉语服务满意度调查。**

表 3.2.3 汉语服务满意度调查

来泰国游客对 Terminal21 购物中心汉语服务满意度调查。	百分之
<b>1. 你认识泰国购物中心，哪个地方？</b>	
Terminal 21	40%
SiamParagon	20%
Platinum fashionmall	10%
CentralWorld	20%
Central Embassy	5%
Asiatique TheRiverfront	5%
<b>总合</b>	100%
<b>2. 你购物的主要渠道：</b>	
大型商场	47%
小型商场	33%
赶集市场	10%
沿街摊贩	10%
<b>总合</b>	100%



来泰国游客对 Terminal21 购物中心汉语服务满意度调查。	百分之
商场流动工作人员的服务	-
总合	100%
<b>9. 如果你认为不满意，主要在哪些地方：</b>	
咨询服务台	26%
购物柜台	26%
商店广播服务	16%
商店购物指标牌服务	16%
商场流动工作人员的服务	16%
总合	100%
<b>10. 你认为在汉语服务方面还需要哪些改进：</b>	
咨询服务台	38%
购物柜台	21%
商店广播服务	17%
商店购物指标牌服务	8%
商场流动工作人员的服务	16%
总合	100%
<b>11. 改进汉语服务的主要方面是：</b>	
发音标准上	5%
语言通顺上	58%
服务态度上	6%
扩大汉语服务方面上	19%
商场购物指标牌上	12%
总合	100%
<b>12. 你对 Terminal 21 购物中心的售货员语言水平的评价：</b>	
中文：流利，可以交流	10%
不流利，交流困难	64%
差，不能交流	26%
总合	100%
英语：流利，可以交流	68%
不流利，交流困难	26%
差，不能交流	6%

来泰国游客对 Terminal21 购物中心汉语服务满意度调查。	百分之
<b>总合</b>	100%
<b>13. 对客商店汉语服务提供的情况最满意的是:</b>	
前台咨询人员	15%
购物广播	47%
导购人员	21%
商店购物图的中文说明	17%
<b>总合</b>	100%

从表 3.2.3 汉语服务满意度调查, 来看:

1. 中国游客认识泰国 Terminal 21 购物中心 40%, SiamParagon 20%, Platinum fashionmall 10%, CentralWorld 20%, Central Embassy 5%, Asiatique TheRiverfront 5%.
2. 购物的主要渠道是大型商场 47%, 小型商场 33%, 赶集市场 10%, 沿街摊贩 10%。
3. 在购物过程中很需要汉语服务 15%, 需要 63%, 不太需要 15%, 不需要 7%。
4. 在购物过程中会偏向使用汉语服务的商家 42%, 不会偏向使用汉语服务的商家 58%。
5. 中国游客认为 Terminal 21 购物中心所不流利汉语服务人员的语言情况 74%, 差 6%, 很差 10%。
6. 他们认为 Terminal 21 购物中心的汉语服务情况是周到全面 23%, 基本满足需求 77%。
7. 中国游客对 Terminal 21 购物中心的汉语服务的评价满意 15%, 一般 75%, 不满意 10%。
8. 他们认为满意, 主要在咨询服务台的方面 16%, 购物柜台的方面 31%, 商店广播服务的方面 22%, 商店购物指标牌服务的方面 31%。
9. 他们认为不满意, 主要在咨询服务台的方面 26% , 购物柜台的方面 26%, 商店广播服务的方面 16%, 商店购物指标牌服务的方面 16%, 商场流动工作人员的服务的方面 16%。
10. 他们认为在汉语服务方面还需要咨询服务台改进 38%, 购物柜台 21%, 商店广播服务 17%, 商店购物指标牌服务 8%, 商场流动工作人员的服务 16%。
11. 他们需要改进汉语服务的主要方面是: 发音标准上 5%, 语言通顺上 58%, 服务态度上 6%, 扩大汉语服务方面上 19%, 商场购物指标牌上 12%。

12. 他们对 Terminal 21 购物中心的售货员语言水平的评价：

中文：流利，可以交流 10%、不流利，交流困难 64%、差，不能交流 26%。

英语：流利，可以交流 68%、不流利，交流困难 26%、差，不能交流 6%。

13. 他们对客商店汉语服务提供的情况最满意的是前台咨询人员 15%，购物广播 47%，导购人员 21%，商店购物图的中文说明 17%。

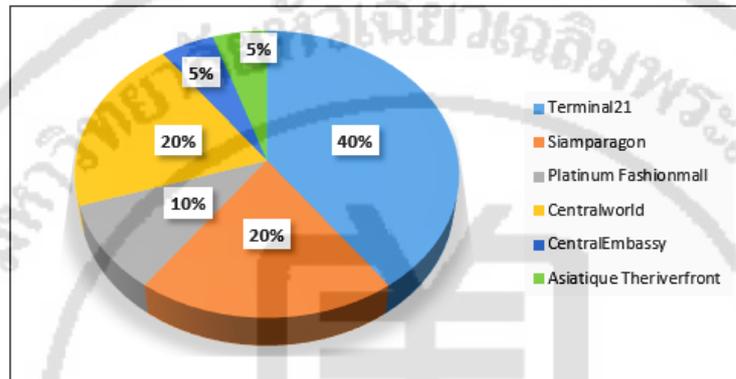


图 3. 2. 1 中国游客认识泰国购物中心的百分之

来看图，中国游客认识泰国 Terminal 21 购物中心 40%，SiamParagon 20%，Platinum fashionmall 10%，CentralWorld 20%，Central Embassy 5%，Asiatique The Riverfront 5%，中国游客认识 Terminal 2 购物中心很多是第一，Siamparagon 和 CentralWorld 是第二，第三是 Platinum fashionmall，第四是 Central Embassy 和 Asiatique The Riverfront。

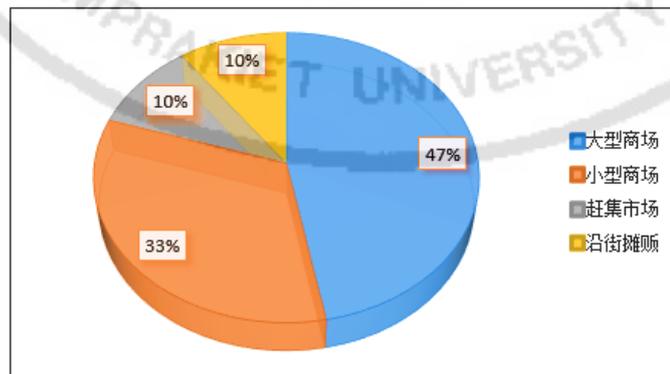


图 3. 2. 2 你购物的主要渠道

中国游客购物的主要渠道是大型商场 47%，小型商场 33%，赶集市场 10%，沿街摊贩 10%。大部分中国游客喜欢大型商场。因为有商店很多让方便买东西。

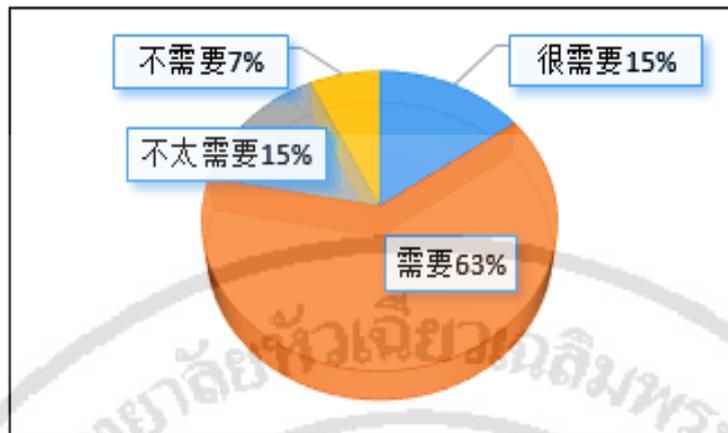


图 3.2.3 你在购物过程是否需要汉语服务

在购物过程中很需要汉语服务 15%，需要 63%，不太需要 15%，不需要 7%。中国游客大部分在购物过程中需要汉语服务因为问销售员有关东西和商品很容易。

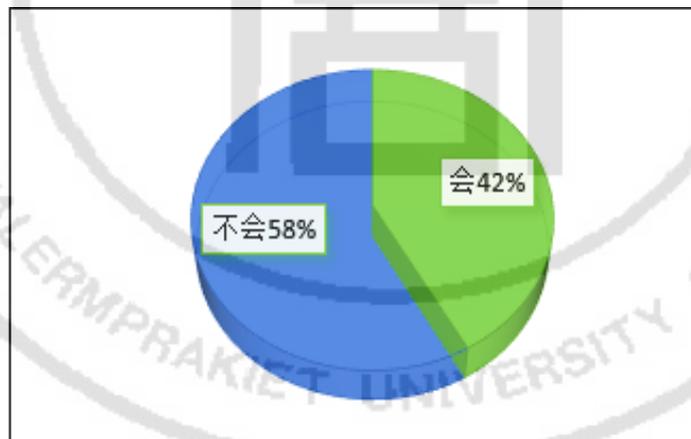


图 3.2.4 你在购物过程中是否会偏向使用汉语服务的商家

在购物过程中会偏向使用汉语服务的商家 42%，不会偏向使用汉语服务的商家 58%。

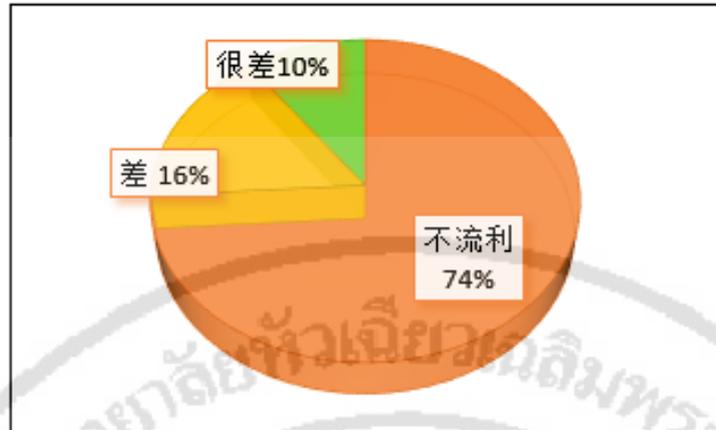


图 3.2.5 你认为 Terminal 21 购物中心所汉语人员的语言情况

中国游客认为 Terminal 21 购物中心所不流利汉语服务人员的语言情况 74%，差 16%，很差 10%。汉语服务人员的语言情况不太好。



图 3.2.6 你认为 Terminal 21 购物中心的汉语服务情况

他们认为 Terminal 21 购物中心的汉语服务情况是周到全面 23%，基本满足需求 77%。

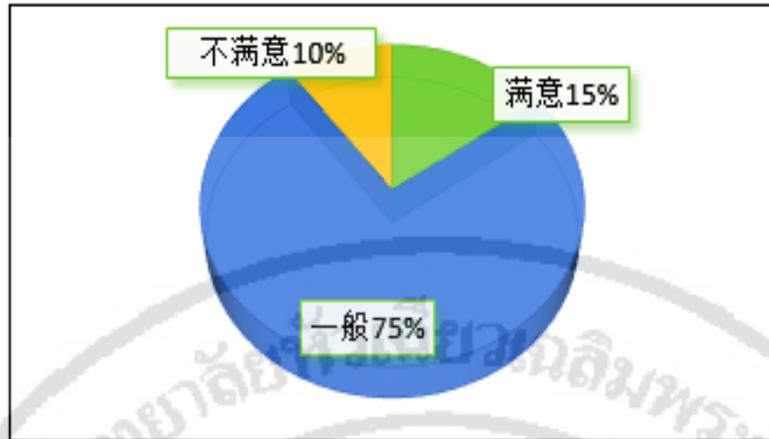


图 3.2.7 你认为 Terminal 21 购物中心的汉语服务的评价

中国游客对 Terminal 21 购物中心的汉语服务的评价满意 15%，一般 75%，不满意 10%。

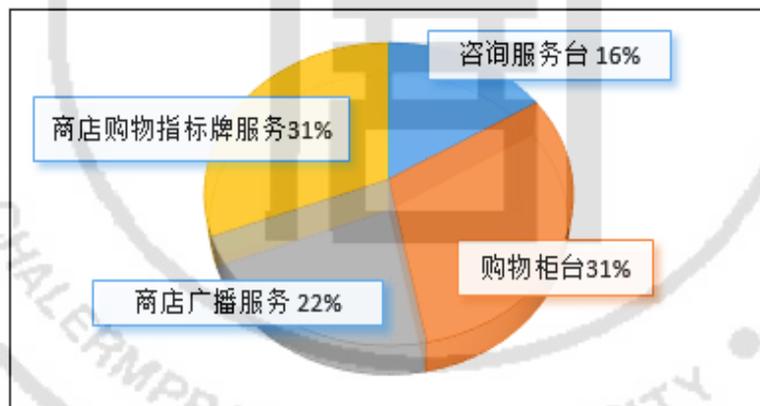


图 3.2.8 如果你认为满意，主要在哪些地方

他们认为满意，主要在咨询服务台的方面 16%，购物柜台的方面 31%，商店广播服务的方面 22%，商店购物指标牌服务的方面 31%。

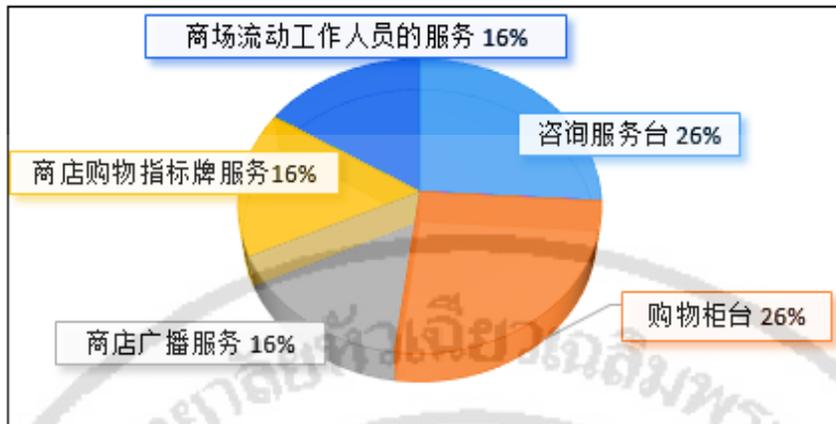


图 3.2.9 如果你认为不满意，主要在哪些地方

他们认为不满意，主要在咨询服务台的方面 26%，购物柜台的方面 26%，商店广播服务的方面 16%，商店购物指标牌服务的方面 16%，商场流动工作人员的服务的方面 16%。

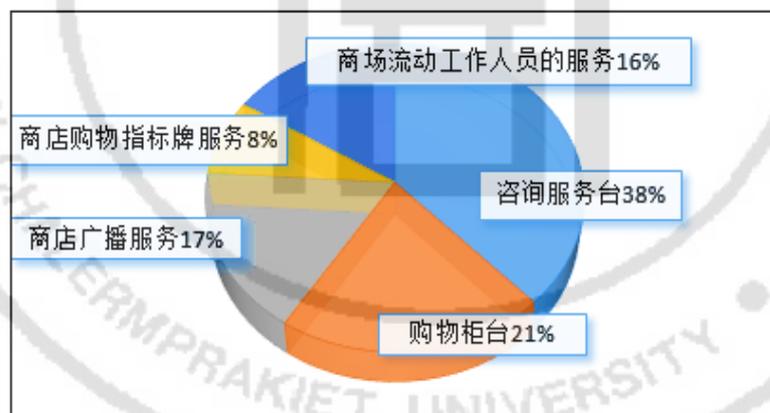


图 3.2.10 你认为在汉语服务方面还需要哪些改进

他们认为在汉语服务方面还需要咨询服务台改进 38%，购物柜台 21%，商店广播服务 17%，商店购物指标牌服务 8%，商场流动工作人员的服务 16%。

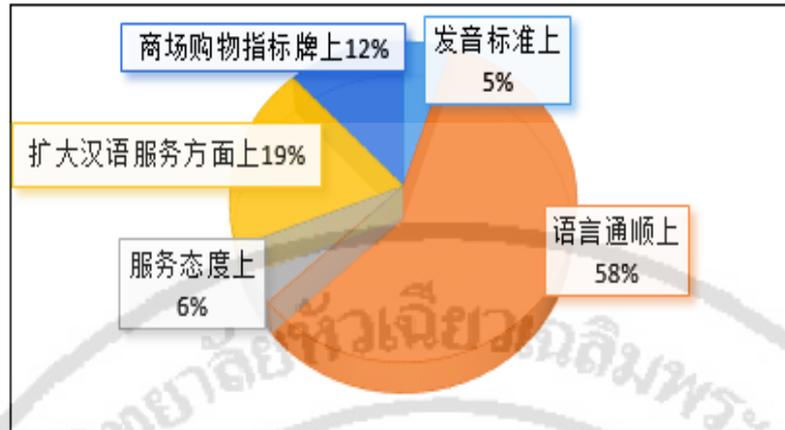


图 3.2.11 改进汉语服务的主要方面

他们需要改进汉语服务的主要方面是：发音标准上 5%，语言通顺上 58%，服务态度上 6%，扩大汉语服务方面上 19%，商场购物指标牌上 12%。

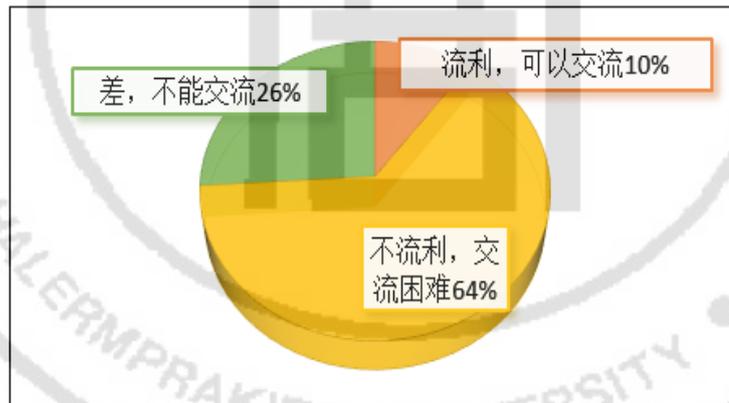


图 3.2.12 你对 Terminal 21 购物中心的销售员中文水平的评价

销售员的中文水平：流利，可以交流 10%  
不流利，交流困难 64%  
差，不能交流 26%。

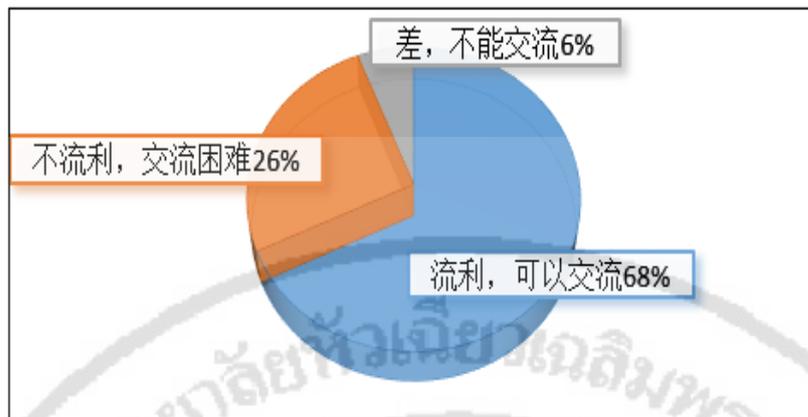


图 3.2.13 你对 Terminal 21 购物中心的销售员英语水平的评价

销售员的英语水平：流利，可以交流 68%  
不流利，交流困难 26%  
差，不能交流 6%。

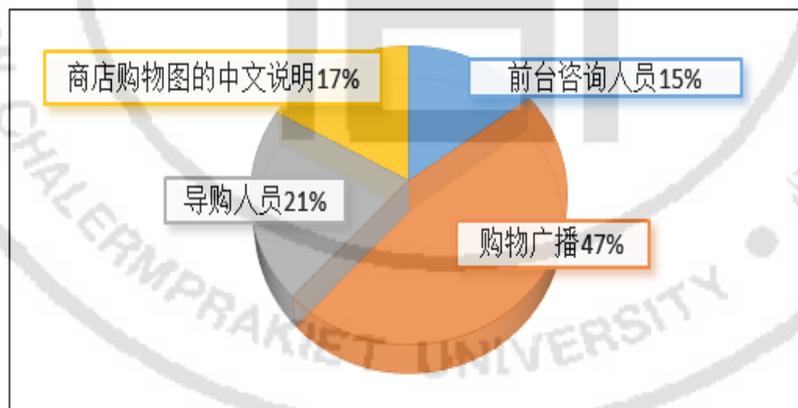


图 3.2.14 对客商店汉语提供的情况最满意的

中国游客对客商店汉语服务提供的情况最满意的是前台咨询人员 15%，购物广播 47%，导购人员 21%，商店购物图的中文说明 17%。

## 第四章 Terminal 21 购物中心存在的问题及对策

### 第一节 Terminal 21 购物中心汉语服务存在的问题

#### 一、销售员不懂中文

Terminal 21 购物中心有很多中国游客来购买，而且 Terminal 21 购物中心中的商店与售货员也是很多，对比游客的话就是适合的。从调查就发现有很多售货员不懂中文，不能跟游客讲汉语。在这样的情况下，就能对游客有影响，很多游客可能不购买产品因为有沟通的问题。

#### 二、服务人员的汉语不熟练

Terminal 21 购物中心有很多商店，这些商店需要用语言对外国游客包括中国游客沟通。这样看来，语言就是重要的因素。Terminal 21 购物中心的 G 层与 M 层的女人员就能汉语的，但是大部分的商店销货人员就不能用汉语沟通，只能说一点英语，所以不能跟中国游客沟通。从问卷调查来看，对售后员的汉语应用的评估，可以表示 64% 的售后员的汉语能力不是很高，他们说汉语不流利，交流就是很困难，因为这些商店销售人员没有学过汉语，不知到关于汉语，没考过汉语水平考试（HSK）。

只有 10% 的销售员说汉语比较流利，就相当于真的很少数量。有 26% 的销售员说汉语比较差，不能跟中国游客交流 26%，很多商店的销货人员不能说汉语，原因就是商店与百货商场的招聘人员有问题。

#### 三、购物中心缺少汉语指示牌

Terminal 21 购物中心有很多服务指示牌，包括层名字的指示牌，卫生间的地位，电梯的地位。但是汉语的服务指示牌不是很多，大部分的服务指示牌就是英文，只有在卫生间里面有汉语服务指示牌为了提醒中国游客。从问卷调查表示，有 16% 的游客不太满意关于商店购物指标牌服务的方面因为商店购物指标牌服务的方面没有提供汉语。

#### 四、购物中心很少提供及时的中文广播

该 Terminal 21 购物中心提供汉语服务于汉语广告很少。在问询处就能有汉语公布或者其他汉语服务，比如说，百货商场开关时间，找人，活动或者重要的节日。在浴室里也有，就是提醒中国游客关于使用方面与照顾自己的

东西。这样看来，汉语服务对中国游客是比较少，就让很多中国游客不能深入明白购物中心。在商店中，有些中国游客对商店广播服务的方面不满意占 16% 因为没有汉语的，中国游客不能明白商业的优惠，信息等等。有的中国游客不能英语，但是广播商店广播服务只有泰语与英语，所以就让中国游客遇到这个问题，有的时候就不需要买产品。

## 五、网络的信息

由于现在是网络的社会，每个人都用手机一直保持信息。网站是中国游客可以找到商场信息的一个方法。如果商场的网站提供汉语就对中游客找信息更容易，现在百货商场的网站没有提供汉语，所以以后百货商场的网站应该提供汉语服务的。

## 第二节 Terminal 21 购物中心提供服务的对策

### 一、支持售货员懂汉语

首先让售货员能用汉语沟通，先让他们懂汉语。百货商场应该给售货员提供汉语培训。汉语培训可能每天 1-2 小时或者有汉语的活动，让他们知道初级的汉语比如怎么发音，读，写等等，或者日常用的句子。这样就能让售货员能提升自己，以后百货商场的汉语服务就越来越好。

### 一、Terminal 21 购物中心售货人员店对中文服务建议的看法

Terminal 21 购物中心应该给予售货人员基本的汉语培训，因为商店还有不懂汉语的售货人员。虽然会中文的售货人员也有不少，但他们还是需要了解更多基本汉语会话及如何给予中国游客服务、其他知识、对中国人的礼貌、如何用语比较合适。如何解决。在商店有能说汉语的销货人员很少，所以销货员也需要学习汉语的。这样看来，Terminal 21 购物中心应该有汉语陪顺给销货员，如果销货人员能汉语更多，购买数量也能增加。另外，中国客户的礼貌，销货员不只能说汉语，也应该了解中国文化，中国客户的习惯，这样中国客户就对好的服务感动，对泰国的旅游有好的感觉。

### 二、Terminal 21 购物中心增加中文指示牌，地图指示牌，网站

在购物中心有很多指示牌，但是大部分都是英文的，汉语的指示牌真的很少。在这样的情况下，希望购物中心有更多汉语的指示牌 比如说 商场内不同

地点，这样能让中国游客明白更容易。这些服务指示牌应该放在商场的很多地点。这样就给中国客户更好的服务。虽然地图的指示牌有汉语，但是也需要加商场内不同地点的信息 比如说 特色的餐馆，衣服商店，纪念品点 等等。因为现在的护照购物指南还不是很清楚。百货商场的地图应该提供汉语为了中国游客会自己找地方，更容易明白。

虽然网站也提供一些汉语服务，但是不是全部的网站都提供汉语，所以网站应该给中国游客提供更多的汉语服务。

### **三、增加汉语广播，让顾客随时了解商场的促销活动**

在百货商场汉语的公共关系也是很重要。为了让中国客户明白百货商场的活动，其他的活动，百货商场应该增加汉语的公共关系于汉语广告。由于有很多中国游客来 Terminal 21 购物中心比较多，所以 Terminal 21 购物中心应该增加汉语广播，为了帮助他们能受到更多的信息。

### **四、中文菜单**

有些餐厅的菜单有很多语言，比如泰语，英语，汉语等等，为了让外国游客容易得点菜，但是餐厅有中文的菜单是很少的。在这样的情况下，餐厅应该做汉语与英语的菜单为了满足游客的服务。有些餐厅有菜单很多语言比如泰语，英语，汉语。这样就对游客很好，他们能用明白的语言来点菜。有汉语菜单的餐厅是很少的，所以餐厅应该提供这个方面为了让中国游客更容易得点菜。美食广场也有很多中国游客，所以美食广场应该 提供汉语的菜单。

### **六、招聘有汉语能力的售货员**

在商场工作是一个重要的工作，为了照顾游客或者给游客服务，百货商场应该对招聘人员的方法比较重要，招聘的人员应该有汉语能力为了避免不能跟中国游客沟通，还是应该指定汉语的属性。

### **七、询问处**

在 Terminal 21 购物中心的询问处只有 2 站，就是在 G 层与 M 层，在游客的想法可能是比较少，为了满足游客的需求，Terminal 21 购物中心的询问处应该是每个层都有的。

## 结 语

本论文通过研究 Terminal 21 购物中心的语言沟通问题，尤其是汉语服务方面，分析汉语言沟通对贸易的影响。本论文研究成果是通过分析 Terminal 21 购物中心售货员中的语言应用、分析售货员的汉语水平，说明 Terminal 21 购物中心的销售情况，了解中国游客的满意度，了解销售人员与客户沟通是所发现的语言问题，提出相对的解决方式。

从问卷调查来看，在 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。

根据以上调查和分析，我们对 Terminal 21 购物中心提出以下建议与改进方法：

一、Terminal 21 购物中心应给销售人员提供汉语培训，或者关于中文的活动等。另外，为了让售货员有更多的学习汉语的机会，Terminal 21 购物中心可举行汉语交流活动，即中国客户跟销售人员的互动活动。

二、为了让中国游客更熟悉商场，Terminal 21 购物中心可增加汉语指示牌的数量，比如卫生间指示牌、地图指示牌、产品介绍、菜单等等。

三、广播:Terminal 21 购物中心可增加汉语广播提示音，使前来购物的中国游客得到更好的引导及购物体验。

四、Terminal 21 购物中心的网站没有中文说明，所以中国游客不了解关于百货商场的活动或者优惠，对此，购物中心可在官网上增加中文说明、增加更多中文资料，以便中国游客通过官网更详细的了解购物中心的各种活动。使 Terminal 21 购物中心的服务质量就更好，发展更快。

## 参考文献

### 中文资料:

- [1] 石美玉. 中国旅游购物研究: [硕士学位论文]. [D]. 中国社会科学院研究生院, 2003
- [2] 苏逸涛. 中国旅游者在曼谷 King Power (Rangnum Rd.) 免税店购物行为研究: [硕士学位论文]. [D]. 昆明理工大学企业管理, 2004
- [3] 农宝玉. 泰国旅游业发展的 SWOT 分析: [硕士学位论文]. [D]. 中国广西师范大学, 2015
- [4] 邱伟胜 (CHAYAKORN WATTANASIN). 中国游客赴泰国旅游满意度分析: [硕士学位论文]. [D]. 华东理工大学, 2015
- [5] 刘曼欣. 基于 4P 理论的泰国旅游市场营销策略研究 —— 以赴泰中国旅客为例: [硕士学位论文]. [D]. 湖南师范大学, 2015
- [6] 艾成浩 (THANET AEDHAN). 泰国亚洲航空空服人员汉语服务情况的调查研究: [硕士学位论文]. [D]. 华侨崇圣大学, 2015
- [7] 林凤 (HONG SAE-LIM). 分析泰国医疗旅游业汉语服务的应用 —— 以泰国私立医院医疗服务为例: [硕士学位论文]. [D]. 华侨崇圣大学, 2015
- [8] 张玉华 (NICHKAMOL PALAPUNTPINIT). 普吉府四星级酒店工作人员的汉语水平情况的分析: [硕士学位论文]. [D]. 华侨崇圣大学, 2015
- [9] 林金彤 (PAKSINEE SAE KAO). 在泰经商人员对商务汉语需求得调查与研究 —— 以进出口贸易方面的商务汉语为例: [硕士学位论文]. [D]. 华侨崇圣大学, 2015
- [10] 张凯慕 (KHAIMUK PHUTTICHOTRAKSA). 素万那普国际机场商业汉语服务调查分析: [硕士学位论文]. [D]. 华侨崇圣大学, 2015
- [11] 张雪云 (YANISA JAROONPATTANAPONG). 分析商务汉语口译在中泰商务活动中的应用: [硕士学位论文]. [D]. 华侨崇圣大学, 2015
- [12] 王美琳. 泰国唐人街商业汉语的应用: [硕士学位论文]. [D]. 华侨崇圣大学, 2015
- [13] 施美芳. 泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语应用研究: [硕士学位论文]. [D]. 华侨崇圣大学, 2015
- [14] 吴佳丽. 开泰银行商业汉语服务应用研究: [硕士学位论文]. [D]. 华侨崇圣大学, 2015
- [15] 苗丝苻. 泰国旅游产品“NARAYA 曼谷包”的营销汉语服务研究: [硕士学位论文]. [D]. 华侨崇圣大学, 2015

- [16] 蔡美秀. 泰国曼谷主要旅游商业汉语服务调查研究: [硕士学位论文]. [D]. 华侨崇圣大学, 2015
- [17] 中华人民共和国商务部. [online], <http://www.mofcom.gov.cn/>, 2012年8月28日
- [18] 星岛日报. [online], <http://std.stheadline.com/>, 2015年11月5日
- [19] 中国网. [online], <http://www.china.com.cn/2015年5月8日>
- [20] Terminal 21 购物中心网站, [online], <http://www.terminal21.co.th/>
- [21] 中国知网, [online], <http://www.cnki.net/>
- [22] 互动百科网站, [online], <http://www.baikē.com/>
- [23] 五分旅游网站, [online], [www.5fen.com](http://www.5fen.com)
- [24] 全国科技信息服务网云南节点网站, [online], <http://yunnan.stis.cn/>
- [25] 雅虎香港网站, [online], <https://hk.finance.yahoo.com/>
- [26] 微信易读网站, [online], <http://www.weixinyidu.com/>
- [27] 泰国零售业经营商的机遇与挑战, 泰国开泰研究中心, [online], <http://www.mofcom.gov.cn/>
- [28] 中国网新闻中心网站, [online], <http://news.china.com.cn/>
- [29] 看见泰国网站, [online] <http://visionthai.net/article/bangkokterminal-,21-floor-guide/>
- [30] 曼谷网站, [online], <http://www.bangkok.com/cn/shopping/terminal21.htm>

#### 泰文资料:

- [1] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2015) สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทย [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.mots.go.th> (20 มีนาคม 2560)
- [2] กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2015) สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว ธันวาคม [ออนไลน์] แหล่งที่มา : [https://www.msociety.go.th/article\\_attach/16037/19110.pdf](https://www.msociety.go.th/article_attach/16037/19110.pdf) (20 มีนาคม 2560)
- [3] หอการค้าไทย. (2015) ศูนย์วิจัยกสิกรไทย [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.thaichamber.org/userfiles/file/kbank.pdf> (20 มีนาคม 2560)
- [4] ASTVผู้จัดการออนไลน์. (2015) Hotels.com เผยยอดนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางระหว่างประเทศยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9580000081982> (28 มีนาคม 2560)

# 附录一

## 问卷调查

问卷内容：泰国零售业汉语服务研究——以 Terminal 21 购物中心为例

尊敬的受访者：

您好！首先感谢在百忙之中抽出时间参与本次的问卷调查。本问卷的目的是泰国零售业汉语服务研究——以 Terminal 21 购物中心为例，请根据您的实际情况逐项填写。非常感谢您的合作和支持。

### 第一部分：来泰中国游客的基本资料

1. 你的性别：

- 男                       女

2. 你的年龄：

- 19 岁以下               20-29 岁               30-39 岁               40-49 岁  
 50-59 岁               60 岁以上

3. 你使用的语言：

- 汉语普通话               潮州话               广东话               海南话  
 福建话               其他：\_\_\_\_\_

4. 你的教育程度：

- 初中                       高中                       中专                       大专  
 本科                       硕士                       博士

5. 你的职业是：

- 商人                       公务员                       公司职员               劳务人员  
 自由职业               退休人员               学生               其他：\_\_\_\_\_

6. 你这次来泰国旅游几天：

- 1-3 天                       4-6 天                       7-9 天                       9 天以上

7. 你这次是第几次来泰国旅游:

- 第1次             第2次             第3次             第4次  
 5次以上

8. 你这次来泰国, 打算在哪个城市旅游:

- 曼谷             芭提亚             清迈             清莱  
 普吉岛             甲米             素可泰             佛统  
 其他: \_\_\_\_\_

9. 你这次来泰国旅游的目的:

- 购物             散心             游览景点  
 对泰国文化感兴趣             其他: \_\_\_\_\_

10. 你会讲泰语吗?

- 流利             一般  
 几个单词和短语             一点不会

11. 在泰国旅游, 你是用什么语言交流?

- 汉语             英语             泰语

12. 你来泰国旅游, 你是否担心遇到交流上的困难, 比如: 问路, 问价:

- 是             否

13. 你来泰国旅游遇到哪些交流的困难:

- 问路             购物             打车             住酒店  
 订票             其他: \_\_\_\_\_

## 第二部分：来泰国游客对 Terminal 21 购物中心汉语服务满意度调查

### 1. 你认识泰国购物中心，哪个地方？

- Terminal 21                       SiamParagon                       Platinum fashionmall  
 CentralWorld                       Central Embassy  Asiatique TheRiverfront  
 其他：\_\_\_\_\_

### 2. 你购物的主要渠道：

- 大型商场                       小型商场                       赶集市场                       沿街摊贩

### 3. 你在购物过程中是否需要汉语服务：

- 很需要                       需要                       不太需要                       不需要

### 4. 你在购物过程中是否会偏向使用汉语服务的商家：

- 会                       不会

### 5. 你认为 Terminal21 购物中心所汉语服务人员的语言情况：

- 流利                       不流利                       差                       很差

### 6. 你认为 Terminal21 购物中心的汉语服务情况：

- 周到全面                       基本满足需求

### 7. 你对 Terminal21 购物中心的汉语服务的评价：

- 很满意                       满意                       一般                       不满意

### 8. 如果你认为满意，主要在哪些地方：

- 咨询服务台                       购物柜台                       商店广播服务  
 商店购物指标牌服务                       商场流动工作人员的服务

### 9. 如果你认为不满意，主要在哪些地方：

- 咨询服务台                       购物柜台                       商店广播服务  
 商店购物指标牌服务                       商场流动工作人员的服务

10. 你认为在汉语服务方面还需要哪些改进:

- 咨询服务台       购物柜台       商店广播服务
- 商店购物指标牌服务       商场流动工作人员的服务

11. 改进汉语服务的主要方面是:

- 发音标准上       语言通顺上       服务态度上
- 扩大汉语服务方面上       商场购物指标牌上

12. 你对 Terminal 21 购物中心的售货员语言水平的评价:

- 中文:  流利, 可以交流
- 不流利, 交流困难
- 差, 不能交流

- 英语:  流利, 可以交流
- 不流利, 交流困难
- 差, 不能交流

13. 对客商店汉语服务提供的情况最满意的是:

- 前台咨询人员       购物广播       导购人员
- 商店购物图的中文说明

## 问卷调查

### Terminal 21 购物中心售货员汉语服务使用情况调查

แบบสอบถามการสำรวจการใช้ภาษาจีนของพนักงานขายในห้างสรรพสินค้า เทอมินอล ทเวนต์วัน

1. 你的性别? (เพศ) :

- 男 ชาย       女 หญิง

2. 你的年龄? (อายุ) :

- 19 岁以下 ต่ำกว่า 19 ปี     20-29 岁 21-29 ปี     30-39 岁 30-39 ปี  
 40-49 岁 40-49 ปี     50 岁以上 50 ปีขึ้นไป

3. 你的教育程度 (ระดับการศึกษา) :

- 小学 ประถมศึกษา       中学 มัธยมศึกษา       专科 ปวส  
 大学 มหาวิทยาลัย

4. 您的工作经验 (ประสบการณ์การทำงาน) :

- 2 年以下 น้อยกว่า 2 ปี       3-5 年 3-5 ปี  
 6-8 年 6-8 ปี       9 年以上 มากกว่า 9 ปี

5. 您的使用语言沟通中国游客 (ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า) :

- 汉语 ภาษาจีน     英语 ภาษาอังกฤษ     其他 อื่น ๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

6. 汉语学习了多长时间? (คุณเรียนภาษาจีนมานานแค่ไหน) :

- 1 年以下 ต่ำกว่า 1 ปี       1-2 年 1-2 ปี  
 3-4 年 3-4 ปี       没学过 ไม่เคยเรียน

7. 您的汉语水平考试 (คุณเคยสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีน) :

- HSK1       HSK 2       HSK 3       HSK 4  
 HSK 5       HSK6       没有参考过 ไม่เคยสอบ

8. 售货员使用汉语能力的情况 (ความสามารถในการใช้ภาษาจีน)

汉语能力 ทักษะการใช้ภาษาจีน	很高 ดีมาก	高 ดี	一般 ปานกลาง	低 น้อย	很低 น้อยมาก
听 ฟัง					
说 พูด					
读 อ่าน					
写 เขียน					

## 附录二

### 问卷调查

问卷内容：泰国零售业汉语服务研究——以 Terminal 21 购物中心为例

尊敬的受访者：

您好！首先感谢在百忙之中抽出时间参与本次的问卷调查。本问卷的目的是泰国零售业汉语服务研究——以 Terminal 21 购物中心为例，请根据您的实际情况逐项填写。非常感谢您的合作和支持。

#### 第一部分：来泰中国游客的基本资料

1. 你的性别：

- 男（15%）                       女（85%）

2. 你的年龄：

- 19 岁以下                       20-29 岁（69%）  30-39 岁（26%）  40-49 岁  
 50-59 岁（5%）                       60 岁以上

3. 你使用的语言：

- 汉语普通话（84%）                       潮州话（5%）                       广东话（11%）                       海南话  
 福建话                       其他：\_\_\_\_\_

4. 你的教育程度：

- 初中                       高中                       中专（11%）                       大专（11%）  
 本科（31%）                       硕士（42%）                       博士（5%）

5. 你的职业是：

- 商人（21%）                       公务员（5%）                       公司职员（37%）  劳务人员  
 自由职业（37%）  退休人员                       学生                       其他：

6. 你这次来泰国旅游几天：

- 1-3 天（21%）                       4-6 天（48%）  
 7-9 天（16%）                       9 天以上（15%）

7. 你这次是第几次来泰国旅游:

- 第1次 (21%)       第2次 (40%)       第3次 (26%)  
 第4次 (3%)       5次以上 (10%)

8. 你这次来泰国, 打算在哪个城市旅游:

- 曼谷 (47%)       芭提亚 (24%)       清迈 (5%)       清莱  
 普吉岛 (30%)       甲米 (4%)       素可泰       佛统  
 其他: \_\_\_\_\_

9. 你这次来泰国旅游的目的:

- 购物 (42%)       散心 (29%)       游览景点 (21%)  
 对泰国文化感兴趣 (8%)       其他: \_\_\_\_\_

10. 你会讲泰语吗?

- 流利       一般  
 几个单词和短语 (37%)       一点不会 (63%)

11. 在泰国旅游, 你是用什么语言交流?

- 汉语 (32%)       英语 (68%)       泰语

12. 你来泰国旅游, 你是否担心遇到交流上的困难, 比如: 问路, 问价:

- 是 (58%)       否 (42%)

13. 你来泰国旅游遇到哪些交流的困难:

- 问路 (36%)       购物 (31%)       打车 (26%)  
 住酒店       订票 (7%)  
 其他: \_\_\_\_\_

## 第二部分：来泰国游客对 Terminal21 购物中心汉语服务满意度调查

### 1. 你认识泰国购物中心，哪个地方？

- Terminal 21 (40%)                       SiamParagon (20%)
- Platinum fashionmal (10%)    CentralWorld (20%)
- Central Embassy (5%)             Asiatique TheRiverfront (5%)
- 其他：\_\_\_\_\_

### 2. 你购物的主要渠道：

- 大型商场 (47%)                       小型商场 (33%)                       赶集市场 (10%)
- 沿街摊贩 (10%)

### 3. 你在购物过程中是否需要汉语服务：

- 很需要 (5%)                       需要 (63%)                       不太需要 (15%)
- 不需要 (7%)

### 4. 你在购物过程中是否会偏向使用汉语服务的商家：

- 会 (42%)                               不会 (58%)

### 5. 你认为 Terminal 21 购物中心所汉语服务人员的语言情况：

- 流利                       不流利 (74%)                       差 (16%)                       很差 (10%)

### 6. 你认为 Terminal 21 购物中心的汉语服务情况：

- 周到全面 (23%)                       基本满足需求 (77%)

### 7. 你对 Terminal 21 购物中心的汉语服务的评价：

- 很满意                               满意 (15%)
- 一般 (75%)                               不满意 (10%)

### 8. 如果你认为满意，主要在哪些地方：

- 咨询服务台 (16%)                       购物柜台 (31%)                       商店广播服务 (22%)
- 商店购物指标牌服务 (31%)                       商场流动工作人员的服务

9. 如果你认为不满意，主要在哪些地方：

- 咨询服务台（26%）       购物柜台（26%）  商店广播服务（16%）  
 商店购物指标牌服务（16%）       商场流动工作人员的服务（16%）

10. 你认为在汉语服务方面还需要哪些改进：

- 咨询服务台（38%）       购物柜台（21%）  商店广播服务（17%）  
 商店购物指标牌服务（8%）       商场流动工作人员的服务（16%）

11. 改进汉语服务的主要方面是：

- 发音标准上（5%）       语言通顺上（58%）  服务态度上（6%）  
 扩大汉语服务方面上（19%）       商场购物指标牌上（12%）

12. 你对 Terminal 21 购物中心的售货员语言水平的评价：

- 中文： 流利，可以交流（10%）  
 不流利，交流困难（64%）  
 差，不能交流（26%）

- 英语： 流利，可以交流（68%）  
 不流利，交流困难（26%）  
 差，不能交流（6%）

13. 对客商店汉语服务提供的情况最满意的是：

- 前台咨询人员（15%）       购物广播（47%）  导购人员（21%）  
 商店购物图的中文说明（17%）

## 问卷调查

### Terminal 21 购物中心售货员汉语服务使用情况调查

แบบสอบถามการสำรวจการใช้ภาษาจีนของพนักงานขายในห้างสรรพสินค้า เทอมินอล ทเวนตีวัน

1. 你的性别? (เพศ) :

- 男 ชาย (28%)       女 หญิง (72%)

2. 你的年龄? (อายุ) :

- 19 岁以下 ต่ำกว่า 19 ปี (4%)       20-29 岁 21-29 ปี (76%)  
 30-39 岁 30-39 ปี (20%)       40-49 岁 40-49 ปี  
 50 岁以上 50 ปีขึ้นไป

3. 你的教育程度 (ระดับการศึกษา) :

- 小学 ประถมศึกษา       中学 มัธยมศึกษา (32%)  
 专科 ปวส (28%)       大学 มหาวิทยาลัย (40%)

4. 您的工作经验 (ประสบการณ์การทำงาน) :

- 2 年以下 น้อยกว่า 2 ปี (36%)       3-5 年 3-5 ปี (64%)  
 6-8 年 6-8 ปี       9 年以上 มากกว่า 9 ปี

5. 您的使用语言沟通中国游客 (ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า) :

- 汉语 ภาษาจีน (20%)       英语 ภาษาอังกฤษ (80%)  
 其他 อื่นๆโปรดระบุ \_\_\_\_\_

6. 汉语学习了多长时间? (คุณเรียนภาษาจีนมานานแค่ไหน) :

- 1 年以下 ต่ำกว่า 1 ปี       1-2 年 1-2 ปี  
 3-4 年 3-4 ปี       没学过 ไม่เคยเรียน (100%)

7. 您的汉语水平考试 (คุณเคยสอบวัดระดับความรู้ภาษาจีน) :

- HSK1                       HSK 2                       HSK 3                       HSK 4  
 HSK 5                       HSK6                       没有参考过ไม่เคยสอบ (100%)

8. 售货员使用汉语能力的情况 (ความสามารถในการใช้ภาษาจีน)

汉语能力 ทักษะการใช้ภาษาจีน	很高 ดีมาก	高 ดี	一般 ปานกลาง	低 น้อย	很低 น้อยมาก
听 ฟัง	0 คน	5 คน	3 คน	0 คน	17 คน
	0%	20%	12%	0%	68%
说 พูด	0 คน	5 คน	3 คน	0 คน	17 คน
	0%	20%	12%	0%	68%
读 อ่าน	0 คน	0 คน	0 คน	0 คน	25 คน
	0%	0%	0%	0%	100%
写 เขียน	0 คน	0 คน	0 คน	0 คน	25 คน
	0%	0%	0%	0%	100%

## 致谢

本论文从选题到完成，每一步都是在导师解琨老师的指导下完成的，倾注了导师大量的心血。解琨老师给我很多建议和意义。感谢位华桥崇圣大学中国语言的老师对我的教育和培养，他们悉心指导我的学习与研究，为我提供了良好的学习条件，向各位老师表达深深的感谢！

感谢我的同学，两年来对我的学习和生活的关心与帮助，感谢我的同学对我的支持，最后感谢我的父母，感谢他们对我的支持与理解！

大家可以根据自已的实际情况，做具体的修改与润色。希望大家都能顺利通过论文答辩！



