



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การศึกษาการใช้ภาษาจีนในการบริการย่านการค้าเสื้อผ้า

ตลาดประตูน้ำของกรุงเทพมหานคร

THE STUDY OF CHINESE LANGUAGE USAGE IN SERVICE OF
BANGKOK PRATUNAM FASHION CLOTHING MARKET

曼谷水门服装市场汉语服务研究

บุญญาพร บุรณภักดิ์
(陈书陶)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การศึกษาการใช้ภาษาจีนในการบริการย่านการค้าเสื้อผ้าตลาดประตูน้ำของกรุงเทพมหานคร

THE STUDY OF CHINESE LANGUAGE USAGE IN SERVICE OF BANGKOK

PRATUNAM FASHION CLOTHING MARKET

曼谷水门服装市场汉语服务研究

บุญญาพร บุรณภักดี (陈书陶)

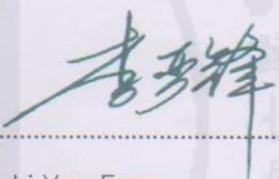
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบและอนุมัติให้

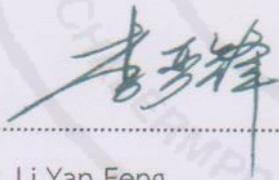
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

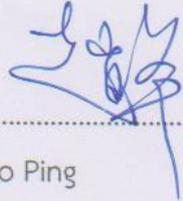
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

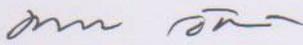
เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2559

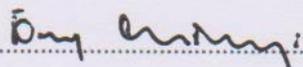

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลสิรินทร์ อภิรัตน์วรเดช
ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

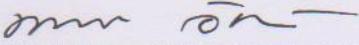

Prof. Dr. Li Yan Feng
อาจารย์ที่ปรึกษา


Prof. Dr. Li Yan Feng
กรรมการ


Dr. Zhao Ping
กรรมการ


รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)


รองศาสตราจารย์อ็อกซา จันทรวิธานุชิต
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย


รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

การศึกษาการใช้ภาษาจีนในการบริการย่านการค้าเสื้อผ้าตลาดประตูน้ำของกรุงเทพมหานคร

บุญญาพร บุรณภักดี 566018

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: Li Yan Feng, Ph.D.

บทคัดย่อ

ย่างเข้าสู่ศวรรษใหม่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย จากสถิติในปี 2557 มีนักท่องเที่ยวชาวจีนมากถึง 4.6 ล้านคนหลังไหลเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมากสร้างรายได้อย่างมหาศาลให้กับธุรกิจท้องถิ่นและช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทย อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาหรือหากกลยุทธ์ใหม่ ๆ มาดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีน และที่สำคัญต้องคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าและบริการเป็นหลัก ตลาดประตูน้ำของกรุงเทพมหานคร นับเป็นย่านการค้าธุรกิจเสื้อผ้าทั้งค้าส่งและค้าปลีกที่ใหญ่และเป็นแหล่งการค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเครื่องแต่งกายที่สำคัญที่สุดของประเทศไทยด้วย การวิจัยนี้ใช้วิธีในการวิเคราะห์ข้อมูลและการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามข้อมูล โดยสำรวจผู้บริโภคนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาซื้อสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในย่านประตูน้ำเป็นกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยในครั้งนี้มีเนื้อหาสำคัญในการวิเคราะห์การใช้ภาษาจีนย่านตลาดการค้าเสื้อผ้าประตูน้ำ รวมไปถึงการวิเคราะห์พัฒนาธุรกิจการค้าเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายบริเวณย่านนี้อีกด้วย อีกทั้งยังสำรวจและศึกษาการใช้ภาษาจีนในการบริการ

จากการศึกษาค้นคว้าและการวิเคราะห์การใช้ภาษาจีนในการบริการย่านตลาดการค้าเสื้อผ้าประตูน้ำของกรุงเทพมหานคร พบว่าในด้านการให้บริการและการสื่อสารด้านภาษาจีนนั้นมีเพียงบุคลากรที่เป็นประชาสัมพันธ์เสียงตามสายในห้างสรรพสินค้าที่อยู่ในย่านประตูน้ำสามารถสื่อสารเป็นภาษาจีนได้ และด้วยปริมาณนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวนมาก ส่งผลให้ร้านค้าบริเวณโดยรอบต่างก็ปรับตัวเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวจีนเช่นกัน มีพ่อค้าแม่ค้าบางรายสามารถสื่อสารเป็นภาษาจีน ใช้ประกอบการค้าขายได้บ้างเล็กน้อย แต่อย่างไรก็ตามส่วนมากจะใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารมากกว่าภาษาจีน ส่วนรายละเอียดอื่น ๆ ในด้านการบริการและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บริเวณตลาดประตูน้ำนั้นก็ยังมีการใช้ภาษาจีนในการสื่อสารไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นแสดงให้เห็นถึงว่าการศึกษาการใช้ภาษาจีนในย่านการค้าธุรกิจเสื้อผ้าแห่งนี้ยังต้องมีการต่อยอดพัฒนาทั้งด้านสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและนำมาซึ่งการพัฒนาส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของไทยให้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ตลาดประตูน้ำกรุงเทพมหานคร ธุรกิจเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ภาษาจีนในการบริการ

**THE STUDY OF CHINESE LANGUAGE USAGE IN SERVICE OF
BANGKOK PRATUNAM FASHION CLOTHING MARKET**

BOONYAPORN BURANAPAKDEE 566018

MASTER OF ARTS (CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: Li Yan Feng, Ph.D.

ABSTRACT

In these recent years, there are many Chinese tourists in Thailand. According to the statistics in 2014, there were 4.6 million Chinese tourists visited Thailand, making a lot of money to local business and improving the country's economy. However, business entrepreneurs in all fields should develop or find new strategies to attract Chinese tourists and, more importantly, consider about quality of goods and service. This research used data analyzed from questionnaire about goods and products sold in Pratunam clothing market, selling both retailed and whole sale clothes as the most important clothing market in Thailand. This was aimed to meet the objective of this research which is to analyze Chinese language usage in Pratunam clothing market and develop clothing business in this area.

Chinese language usage in providing service and selling products was also studied since there were many Chinese tourists in this area. From the research and analysis of Chinese language usage in Pratunam clothing market area, it was found that only information counter staff in department stores who were able to communicate in English. Since there were a lot of Chinese customers, many stores around this area adjusted themselves to reach Chinese customers. Some sellers can communicate in Chinese. However, they rather use English as they are not so well equipped with Chinese speaking skill.

Keywords: Pratunam Market of Bangkok Metropolis, Clothing business, Chinese service

曼谷水门服装市场汉语服务研究

陈书陶 566018

文学硕士学位(商业汉语)

指导教师： 李严锋教授

摘要

近几年来，中国赴泰旅游的游客越来越多，根据泰国旅游部门统计，仅2014年，来泰的中国游客已经达到460万，这极大地促进了泰国的经济发展。面对这样的形势，泰国相关部门以及相关企业应当制定新的战略以及措施来吸引中国游客，与此同时，还应该注重提高服务的质量。泰国曼谷的水门市场是集商业、商务、服装、批发和零售业于一体的大型市场。本论文选题的主要依据是对曼谷水门市场使用汉语服务情况的调查分析，以消费者为研究样本，分析泰国本土消费者与中国游客消费者的消费价值。本文对曼谷水门市场汉语使用的背景和具体情况作了一些调查，并对水门市场汉语使用的整体情况和具体情况进行了较为细致的分析，探讨汉语在贸易过程中的重要性。

通过对曼谷水门衣服市场使用汉语的现状研究和分析，笔者发现水门市场的汉语沟通和媒体服务水平较高，因为位于水门附近的百货公司中国游客多，它周围的商店受其影响也在不断适应中国游客客户群，提供中国商品并且一些店家可以通过使用简单的汉语交流来向中国游客出售商品，但尽管如此更多商家还是经常选择使用英语来交流。汉语的使用不仅体现在与中国人沟通交流方面，还包括提供标有中文的服务设施和中文版的水门地区批发市场的详细信息。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。

关键词：曼谷水门市场 服装商业 汉语服务

目录

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
摘要	III
表格目录	V
图表目录	VI
图画目录	VII
第一章 绪论	1
第一节 选题背景及意义	1
第二节 研究范围、目的与方法	2
第三节 研究的主要内容与创新性	2
第四节 研究综述	3
第二章 曼谷水门市场的基本情况分析	5
第一节 曼谷水门市场的发展概况	5
第二节 曼谷水门市场附近区的情况	7
第三节 曼谷水门服装市场发展研究	10
第四节 泰中服装市场的商业分析	10
第三章 曼谷水门服装市场服务中的汉语应用	20
第一节 商务汉语在曼谷水门市场的状况	20
第二节 曼谷水门商家汉语应用存在的问题	20
第三节 提供曼谷水门汉语服务研究	20
第四章 曼谷水门市场汉语应用问卷调查与分析	28
第一节 调查中反映的问题及原因分析	28
第二节 问卷分析	28
第三节 曼谷水门市场汉语应用改进的对策建议	34
第四节 泰国服装业发展的前景和挑战	34
第五章 研究结论	42
参考文献	44
附录	45
致谢	46
ประวัติผู้เขียน	49

表格目录

表 3-1: 水门市场商家与人员的汉语使用率	22
表 4-1: 调查对象的基本数据分析	29
表 4-2: 曼谷水门市场问卷调查评估表	30



图表目录

图 4-1: 地点方面的满意度	31
图 4-2: 商品与价格方面的满意度	31
图 4-3: 促销方面的满意度	32
图 4-4: 服务方面的满意度	33



图画目录

图 2-1: 曼谷水门服装市场	6
图 2-2: 白金市场购物中心	7
图 2-3: 白金市场购物中心电梯的标牌	8
图 2-4: 白金时尚购物中心租户按类型分别的信息	9
图 2-5: 白金时尚购物中心的地图	9
图 3-1: 白金时尚购物中心的配给票台	25
图 3-2: 水门市场商家卖芒果	25
图 3-3: 白金时尚购物中心的食物中心	25
图 4-5: 中国游客到泰国旅游的数量(从 2005 年至 2015 年)	34

第一章 绪 论

第一节 选题背景及意义

本论文选题的主要依据是根据对曼谷水门市场使用汉语服务的调查分析，以消费者为研究样本，分析泰国本土消费者与中国游客消费者的消费价值。我在针对曼谷水门市场汉语使用的背景和具体情况作了一些考察和访问，在本论文中对水门市场汉语使用的整体情况和具体情况作一个细致的分析。由于曼谷水门市场是服装市场中最大的成衣批发中心，这里的产品多数来自中国或韩国，通常只要买三或六件以上店家就能算批发价，顾客以泰国当地人居多，中国游客来曼谷自由行，除非是熟门熟路的识途老马，否则并不知道如何逛水门市场。近几年以来，汉语慢慢的成为一种热门的语言，在泰国你会发现很多的泰国人都会使用汉语与中国游客进行交流，但是，语言并非一种特定的东西，它会因为在不同环境影响下发生微妙变化。

因此，本文研究汉语在泰国使用的情况，在这种环境下汉语的各要素发生了变化以后与现代汉语普通话究竟有哪里不同。曼谷水门市场以其廉价的服装及其他各种小商品而在当地很有人气，很多年轻人喜欢去那里寻找既便宜而又有个性的衣服，还有人会寻找不错的裁缝进行量身定制，而这给旅行者提供了更多的选择和省钱办法。现在大部分的摊位已经迁移到了室内，购物的环境也得到了改善，从容规划完善的泰国水门市场成为了市场中必逛的商场。白金时尚购物中心是曼谷购物中心的批发时尚中心配有各种现代化设施。每一层楼皆规划有不同的主题，其中不乏新锐设计师的自创品牌，各层楼都布满上百间小店，空间较其它地方宽敞，服饰品质也较细致。有趣的是曼谷水门市场似乎楼层越高价格越便宜，服务态度也越好。来曼谷旅游如果在同一家店购买超过五件以上的服饰，即使不是同一款式，也可以跟老板商量取得五折或六折的批发价格，非常划算。论文选题的主要来源是曼谷水门市场汉语应用上的调查，特别是中国客户过来曼谷水门市场的满意度。

第二节 研究范围、目的与方法

一、研究的范围

本文研究分析的是曼谷水门服装市场的汉语应用情况。这一领域除了具有一般的汉语商务服务，还包括泰国服装业的状况。在曼谷水门服装市场，有大量的到泰国旅游的中国游客，带来了新的发展机遇和丰厚的经济利益。因此，本论文研究分析消费者特性、服装产品以及消费购买行为等。

二、研究目的

本论文研究目的是分析在泰国曼谷水门服装市场使用汉语服务与管理上的情况，研究中国游客到泰国曼谷水门市场购买的原因和需求，探讨泰国曼谷水门市场竞争中出现的问题。

三、研究方法

1. 收集资料，文献分析。
2. 在网络调查法，进行访问和问卷调查。
3. 理论与研究与实证分析。

第三节 研究的主要内容与创新性

一、研究内容

在内容上，论文主要研究是曼谷水门市场使用汉语服务，分析的基础上提出本文研究对象曼谷水门服装市场的状况。其中包括：曼谷水门和附近区提供的汉语服务与购物汉语服务；如购物、商品促销等。泰国服装贸易发展中如何提高汉语服务的质量，提供更好的多元化的汉语服务，以及解决在汉语服务方面存在的问题，并提出改进措施和解决问题的建议。

二、研究的创新性

目前，商务汉语在泰国开始出现比较大的一个变化。在这种情况下人们才发现普通话与现在商家所使用的汉语是有所区别的。因此，很少有人针对商务汉语在泰国的使用情况变化做深入的分析和描述。所以，这一类论文相对于曼谷水门服装市场汉语应用研究。本论文的研究是在这些研究的基础上，进一步分析和研究泰国曼谷水门服装市场上遇到的机遇和挑战。论文的主要创新性体现在：分析研究泰国曼谷水门服装市场的汉语应用。研究到曼谷水门服装市场上面对的机遇和挑战。

本论文的创新性主要体现在通过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。

第四节 研究综述

关于研究分析泰国曼谷水门服装市场的论文和著作已有很多，但是对其商务汉语应用的研究还比较少。不同学者从不同的视角展开了多方面的研究。根据目前所掌握的资料，有关泰国使用汉语沟通中的作用的论文，对泰国曼谷水门服装市场情况的研究。

文对泰国曼谷水门服装市场受访者的购物消费习惯做出相关调查，水门服装市场位于泰国的首都曼谷，是这座现代化与泰国风情深深结合的特色城市中有一所比较著名的集市。但是水门市场不同于曼谷其他大大小小的各色集市，它拥有自己的特色，就是商品大多以服装为主。水门市场也是整个曼谷市最著名最热闹的服装市场。曼谷水门服装市场是女孩子们的购物天堂。这里有亚洲最流行的潮流服饰，最重要的是这里的价格是相当的划算。不过进去逛了下后，发现还真有些特别的服饰，比如巴厘岛的服饰，日本的潮装，韩流的服装等等。这里的服装秉承了泰国传统服饰的传统，拥有着五彩斑斓的色彩。民俗服饰是水门市场最大的亮点，这些独具泰国特色的服装成为来到这里的来自世

界各个地方的游客不可不买的商品。除了民俗服饰，这里还拥有着从低档到高档不同档次的服装、鞋子、配饰。

水门市场位于曼谷碧武里路段，是曼谷最繁华的，最著名的购物中心之一，也被称作时尚广场。这栋五层楼高的商场十分显眼，它的外墙使用银色，使其能吸引很多游客。商场里面的店铺都紧密相连，因此商家的数量也非常的多。无论是国际名牌服装还是本土品牌，这里都是应有尽有。水门市场最吸引人的原因就是它拥有非常便宜的商品价格，是所有旅客淘宝的圣地。

在曼谷水门市场的整体汉语使用情况。先具体分析了汉语在曼谷水门市场使用的管理、服务等方面的背景，还有针对泰国商务汉语使用上的具体语言现象，对汉语的词汇、语法、汉字在泰国特定文化背景下产生的变化情况进行了具体的分析。因此主要结合当前泰国曼谷水门市场汉语应用、泰中文化交流等方面的形势，对汉语在泰国曼谷水门市场地区使用的未来发展趋势进行了一下预测分析，并提出了笔者相关建议。

第二章 曼谷水门市场的基本情况分析

第一节 曼谷水门市场的发展概况

曼谷，作为泰国的经济、文化以及政治中心，旨在建成东盟地区的服装批发中心。泰国已经是一个重要的服装中心，如果连同这四个市场，该国的服装出口将每年至少增加 240 亿泰铢。水门市场位于泰国的首都曼谷，是这座现代化与泰国风情深深结合的特色城市中有一所比较著名的集市。曼谷水门市场是服装市场中最大的成衣批发中心，这里的产品多数来自中国或韩国，通常只要买三至六件以上，店家就能算批发价。顾客以泰国当地人居多，中国游客来曼谷自由行，除非是熟门熟路的识途老马，否则并不知道如何逛水门市场。伴随着近年来的汉语热，汉语在泰国的使用又会发生有大量的泰国人能够使用汉语的沟通。然而，语言并非一种特定的东西，它会因为在不同环境影响下发生微妙变化。因此，泰国商人使用的汉语也并非纯正的汉语，会因为泰国特定的社会环境的影响产生变化。那么这就是我研究的目的，汉语在泰国特定的环境下究竟会发生什么样的变化？导致变化的因素是什么，变化后与普通话的区别是什么？曼谷水门市场因为其廉价的衣服以及其他的一系列小商品在当地小有名气，许多年轻人都喜欢去那里“淘宝”，也就是那种既便宜又有个性的衣服，还会寻找手艺不错的裁缝为自己量身定做。这给许多游客提供了更多选择和节省花销的办法。现在的大部分摊位都已经搬到了商场里面，购物环境也得到了改善，完整的规划让其成为了在市中心购物必须逛的商场之一。每一层楼皆规划有不同的主题，其中不乏新锐设计师的自创品牌，各层楼都布满上百间小店，空间较其它地方宽敞，服饰品质也较细致。有趣的是曼谷水门市场似乎楼层越高价格越便宜，服务态度也越好。来曼谷旅游如果在同一家店购买超过五件以上的服饰，即使不是同一款式，也可以跟老板商量取得五折或六折的批发价格，非常划算。

水门市场是曼谷和周边地区民众购买服装等商品的首选地，以价格低廉和品种繁多而出名，有点类似中国云南昆明的螺蛳湾国际商贸城。同时，这里也

是泰国著名的纺织品集散地，有来自印度、巴基斯坦和非洲国家的商人会在这里采购商品并带回自己国家和地区进行销售。随着知名度不断提高，来到曼谷旅游的各国游客也对水门市场青睐有加，甚至有专门的游客做了旅游攻略引导游客如何在此选购商品，水门市场也因此成为曼谷的地标之一。



图 2-1 曼谷水门服装市场

水门市场是一个在泰国非常大非常有名的时尚商品批发零售的中心，例如时尚服装，饰品等。所以说水门市场的所在地也变成了黄金地段，除此之外还有百货大楼，白金时尚购物中心。当拿到商场设计图的时候，投资者就会想怎么才能把利益做到最大化，让商场方便。

水门市场是泰国最大的批发店家集散地，这座水门市场对面的商场名为 The Platinum Fashion Mall，但因为邻近曼谷水门位置，所以也称之为水门市场。由于白金时尚购物中心(The Platinum Fashion Mall)也在水门市场(PratuNam Market)附近，所以很多人把它们统称为「水门市场」，所以成了曼谷第一大衣服批发市场，同时也是以时装为主的大型百货公司，价钱相当便宜。而白金时尚购物中主要分为两栋建筑，一栋以鞋、包为主，而另一栋则是主要售卖衣饰。而不同楼层亦会以不同类型的商品为主，还有美食街的楼层。

水门市场并不是专指某栋建筑或商场，而是以 Phetchaburi 路和 Ratchaprarop 路，这个街区为范围（地图上的黑框框）内都算旧水门市场。旧水门市场南边连结着空盛桑运河，最早于 60 年代，沿着 Ratchaprarop Rd 形成了一个新鲜农产品市

场，后来慢慢演变，时装、纺织品及配饰取代了农产品，这一代也开设了上千家的店铺，变成了全泰国最大的成衣批发市集。直到几年前的白金时尚购物中心开幕后，旧水门市场的影响力才逐渐被取代，不过因为白金时尚购物中心贩卖的主要是较流行的服饰，而旧水门市场则是走更低价、款式较普通的一般平价成衣，所以市场还是有区隔的，也因此来这边批货的人还是大有人在。

第二节 曼谷水门市场附近区的情况

一、白金时尚购物中心



图 2-2 白金时尚购物中心是在水门市场的对面

白金时尚购物中心(The Platinum Fashion Mall)凝聚了许许多多流行品项的店家，可分为两区，一为Building A(Zone1-2)，另一则为 Building B(Zone3)。今天介绍的是靠近桥面的 Building B (Zone3)，他共计有五楼，往上则是 Novotel Bangkok Platinum 饭店，逛街购物后直接提领上饭店，非常方便。Building B 和前栋的差异不大，仍以女性流行商品为主，辅以少部分男性商品，有服饰、配件、鞋子、饰品、包款等。而这几年韩流一路向南吹袭，不仅韩团海报在各大卖场随处可见，韩国流行音乐在各大商场都能听到，就连女性相关用品也是带着韩风，所以水门市场是一个购物的天堂，因为其物美价廉，不过商品质感可能不若正韩货精致，看在价钱便宜的份上也无须多计较。

白金时尚购物中心是批发时尚中心配有各种现代化设施。曼谷市中心拥有数十亿泰铢的投资大量的土地开发项目。建立为时装批发服务中心。该项目包括一个25层高的大楼拥有超过11万平方米总面积，其分区清晰，例如：地下室：牛仔裤，时尚服装；第一层：女装；第二层：时尚女装和童装系列；第三层：男性和女性的时尚内衣；第四层：女装，包包，鞋子；第五层：皮革箱包，鞋，珠宝和礼品店；第七至十层：可以停放超过1500辆的车辆。



图 2-3 白金时尚购物中心电梯的标牌有中文解释

Building B 和前栋的差异不大，仍以女性流行商品为主，辅以少部分男性商品，有服饰、配件、鞋子、饰品、包款等，应有尽有！而这几年韩流一路向南吹袭，不仅娱乐圈上的韩团、流行乐曲在各大卖场可见，就连女性相关用品也是带着韩风感，所以水门市场是大买特买的好所在，价格上便宜许多，不过商品质感可能不若正韩货精致，看在价钱便宜的份上也无须多计较。

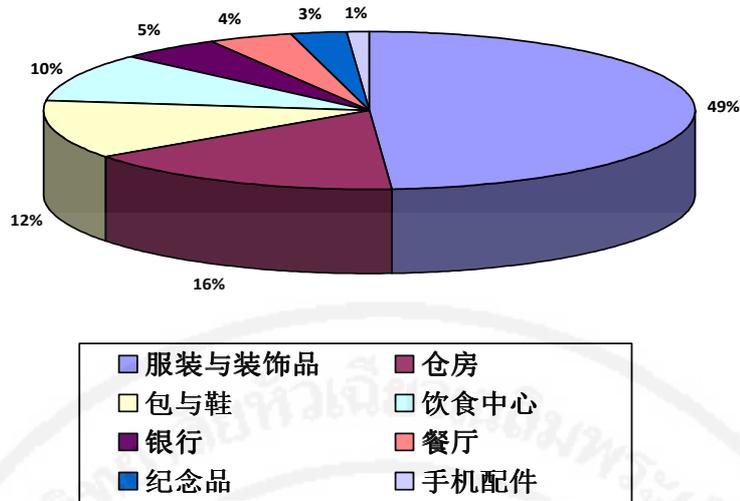


图 2-4 白金时尚购物中心租户按类型分别的信息

二、白金时尚购物中心的交通方法

前往水门市场的白金时尚购物中心，最快捷的方式就是搭乘《空盛桑运河快船》，在中央转乘站—水门站码头(Pratunam Pier)下船，步行前往即可。若是不熟悉运河快船的话，也可搭乘 BTS 空铁至中央转乘站—暹罗站(Siam)后步行前往，要有心理准备的是，得走上不短的距离，好处是沿路有百货公司可逛，边逛边走也不无聊就是。当然，也可直接搭乘计程车、嘟嘟车、摩托计程车前往，建议准备泰文地址或地图，出示给司机以方便沟通。



图 2-5 白金时尚购物中心的地图

三、白金时尚购物中心成功的因素

（一）交通便利。其位于市中心，附近时曼谷的购物区，附近的交通非常便利（BTS）并且拥有停车位超过 850 辆的停车场。

（二）提供了不同的体验给消费者。包括批发及零售时装商店大概 2000 多家，无论是普通的服装店，工作服，毛衣，运动服装，鞋类，皮革或珠宝。这里价格非常的实惠，可以解决不同层次消费者的需求，此外还配有空调来适应泰国的天气。

四、十个你可能未必知道的白金时尚购物中心小贴士

原来泰国曼谷众多购物商场之中最受新加坡和马来西亚游客欢迎的就是在水门街的白金时尚购物中心，有大部份来自新马的游客希望能住在水门街之内，是方便他们购物，此外也有很多香港游客尤其是女士们都喜欢来这里购物，原因是这里主要做批发，所谓批发就是你买一打或 3 件等就可以便宜一点，只买一件都可以。其实类似的时装发市场在水门街举目皆是，同类型的商场也有很多个，但做得最有声有色和最受欢迎的都可说是白金时尚购物中心并不是一个新商场，只不过如果你不是经常来的话，以下十个小贴士你一定要了解：

（一）首先，这里的时尚购物中心是有两座，分了新大楼和旧大楼，旧正正在 Armani 酒店对面，而新大楼就在旧大楼的旁边，也就是是 Central World 的后面，两栋之中地方较大和较多店铺的是旧大楼。

（二）在这个商场上面就有一个酒店，在新大楼上面名字叫 Novotel Platinum 酒店，而且酒店有通道可以直接通往商场，于是就算刮大风下大雨都没必要担心，住在这间酒店走下去就可以买东西了。

（三）这两个购物商场之中，以旧大楼来说其实大部分也是卖女装，但是原来 4 楼是主要卖男装，有 T 恤、西装和一些潮流服饰等，全部都是以批发价发售，所以就像刚刚说的那样，就算只买一件也可以。

（四）白金时尚购物中心旧大楼的 5 楼是全泰国最便宜的儿童服装批发中心，有很多售卖童装的店铺，有些是由本地设计师设计，有些是进口，除了一般休闲服装，也有小朋友的礼服，甚至连睡衣也有，各式各样，种类繁多。

(五) 5 楼除了卖童装以外，也有很多手工饰品，当然不会是真金白银，而是一些适合男女士的项链、戒指等饰品，全部都是批发价，如果你一次买很多的话，价钱可以更加便宜，但当然按照数量计算也是可以的。

(六) 在这个购物中心里面除了卖时尚饰品之外也有一些 spa 产品，就在 6 楼，也是以批发价出售，有许多曼谷来自其他地方的商店的商人会在这里购买大批量的物品回去重新包装过，于是价格就又可以再往上涨一些。

(七) 商场内除了有男女装、童装批发外还有皮袋、环保袋、购物胶袋批发，单买一个也可以而且种样式很多。

(八) 马来西亚游客中有不少穆斯林，而在 2 楼和 5 楼都有祈祷室，方便穆斯林可以去祈祷，对于马来西亚人来说非常有用，这点要是我不说，你可能都不知道。

(九) 虽然有很多人会以批发价买很多衣服回去售卖挣钱，但也有些人是为了追赶时尚而去买，几件几件买，正所谓旧的不去，新的不来，其实来这里除了买新衣服之外亦可以捐赠旧的衣服，就在在商场里就有一个收集箱，随时都欢迎大家把不要的旧衣服放进去，捐给一些有需要的山区的小孩子，这样做是非常有意义的，所以如果你以后是穿旧衣服来旅行的话，买了新衣服就丢的话还不如拿来这里捐赠，让有需要的人可以得到好处。

(十) 最后是运输的问题，既然是一个批发市场，很多人批发后也需要运回去，这里除了 DHL 之外，还有很多货运公司提供，有些甚至还会说中文，如果真的有心想去做生意，买很多货回去卖的话，可以联络这些公司，自然就可以和你进行门对门的运输服务。

第三节 曼谷水门服装市场发展研究

一、服装贸易

服装是一个永远的行业，市场是自己发掘出来的，先声夺人，先人一步就是机会。为此，我们决定对曼谷水门服装市场地区的中国游客服装消费状况做一个调查，通过了解水门市场区的服装消费状况，并进行分析，准确地了解目标市场的需求状况。

当前，泰国服装业市场内的竞争已经白热化，泰国服装工业竞争进一步加剧，服装企业承受前所未有的生存压力，如何在激烈的竞争中突围成为各大企业必须直面的难题。在 2012 年上半年，泰国纺织品和服装出口曾暴跌至 35.9 亿美元，折合 1130 亿泰铢，同比减少 15.3%。泰国服装凭借廉价的劳动力资源和强大的产业配套优势，在全球纺织服装业中傲视群雄。随着泰国服装业的高随发展，服装产品成为一个普遍的趋势，也就是有大量的进口产品进入市场。这种现象会导致服装市场发挥它的自动调节功能，影响到价格的不稳定。通过市场调查报告，服装业将充分了解产品市场、原材料供应、销售模式、有效客户和潜在客户提供的详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销方式、销售网络和企业发展方向提供决策依据。

服装市场调研是指通过有目的的对一系列有关服装设计生产和营销的资料、情报、信息的收集、筛选、分析来了解现有市场的动向，预测潜在市场，并由此做出生产与营销决策，从而达到进入服装市场、并实现预期的目的。

泰国有句俗语是“人要衣装，佛要金装”这表明服装贸易不管是过去，现在和未来都会很好，没有什么可以把它取代的。这种产业就会长久，不断地扩充自己。根据泰国的经济增长，我们也会花更多的钱去购买更多的衣服，拥有一双鞋就会拥有更多双鞋，每年买一次衣服和裤子，就会变成三个月就会买一次，次数会慢慢的增加。有些人一开始听到服装产业，它被看作是夕阳产业，因为我们生产的产品贵，这样也比拼过中国或是越南。但服装企业不止只是生产。如果变成建立品牌，为了在平等商品中创造价值并且增加利润不用在乎质量低且廉价的产品，从而变为当红产业。

二、时尚产品的产品线划分

时尚产品的产品线划分为以下 4 种类型：男装、女装、童装、附件（分为两类：皮制品，首饰）。根据产品可以划分为 3 种类型：工作服 比如，工作是的套装；休闲服 比如，运动服，周末在家穿的套装；高雅服装比如，宴会装，适合重要场合的套装。根据项目可以划分出 3 种类型：上装，比如：T-恤，衬衫，夹克；底部，比如：裙子，裤子；裙子，比如：连衣裙。

(一) 时尚服装产品种类

时尚服饰目前设计出来的流行服饰有很多的风格，每种服装都会有人说得出，“这种服装叫什么”，笔者将研究以下这些服装分别。

1. 背心就是汗衫类型的，可以在家里面穿或者出去玩的时候穿都可以。
2. 衬衫是长袖有领口的，工作或者去不同正规部门做事时穿的衣服。
3. 雪纺衫，比起其他衣服，雪纺衫/裙薄而透明，很轻便，穿起来很舒服，一般可以穿在外套里面或者单穿雪纺衫。
4. 连身套装，上衣和裤子是连接在一起的，穿起来很舒服，有短裤的类型和长裤的类型或者裙子，可以吧短袖或者长袖穿在里面，然后在穿上这种那个套装，露出两肩的袖子。
5. 连衣裙，是可以贴近内衣穿的套裙，有短裙或者长裙，能在不同的场合穿，这种服饰可以搭配一顶帽子一起穿，因为看起来很漂亮而且很性感。
6. 晚礼服，出席比较正式的场合穿的套装，比如说，在酒店举办的婚礼或者派对，许多宾客都穿着过膝及地的长裙晚礼服，这样显得正式，美丽而尊贵。
7. 牛仔裤，有长裤和短裤类型，大多数青少年都热衷于穿的一种布料偏厚的服饰。
8. 运动裤，布料轻薄贴身，有很多颜色，穿着运动裤还可以在同时穿着长裤或者裙子，因为它看起来不是那么性感。

(二) 成品服装市场类型

成品服装市场类型可以划分为以下 4 类：

1. 市场 A（精品时装）

高价位的精品服装，这个层次的服装有很好额质量，使用一流的设备和裁剪技术剪裁制成，服装的细节和数量都是有标准限制的，可以是个人或者是有财力的群体定制，平均价格大约在 20000 泰铢-200000 泰铢之间，例如：Chanel ， Prada 品牌等。

2. B+市场（Rather High Class）

中高价位的服装，好的质量，好的设备生产出来，目标客户是富裕的群体，适合在各个场合穿着。平均价格在 5000 泰铢-20000 泰铢之间。例如，DKNY ， D&G ， Chloe 品牌等。

3. 市场 B, 中级 (大众产品)

中等价位的服装, 注重于销量, 弱化质量, 原材料的比重, 为了降低生产成本, 它要保持一个平稳的市场销量前景。平均价格在 1500 泰铢到 4500 泰铢之间, 比如, Zara , Pena House , Jaspal , CPA 品牌等。

4. C 级市场, 低 (低级市场)

售价低的服装, 不在乎质量和设计, 没有复杂的生产制造工艺, 大批量的生产, 目标群体为低收入群体。价格大概在 199 泰铢-500 泰铢之间。如咋都咋市场和水门市场。

三、曼谷力争成为时装之都

毫无疑问, 时装是泰国在未来增加出口、产业升级、提高知名度的重要途径。2003 年 5 月, 政府就承诺将出口值的 1.5%用于时装产业, 2004 年 2 月正式启动曼谷时装之都项目 (the Bangkok Fashion City Project), 政府投资了 4500 万美元。未来它将成为品牌的设计者和生产者, 进而拥有自己的品牌, 成为潮流领导者的地位, 从供应链的低端向中端和高端转变, 增加产品的附加值。要达到上述战略目标, 泰国计划从三方面着手: 建立人才队伍; 实现行业互联; 把曼谷打造成时装之都。树立曼谷时装之都的形象, 包括各种活动计划, 比如: 曼谷时装周 (Bangkok Fashion Week), 顶级设计师在时装周期间推出他们的最新作品; 设立研究趋势的时装工作室; 举办时装大赛; 进行海外时装巡演; 向世界发布反应泰国时装发展的系列报告; 每月举行推广曼谷时装形象活动等。

四、泰国纺织业未来发展趋势

泰国纺织业的发展, 也借鉴了意大利纺织业小批量、多品种、周期短的经验。在 2002-2004 年的三年间, 一共投资 125 亿美元用来升级染色、处理、编织、针织、纺纱设备, 大部分进口设备主要来自德国、意大利和瑞士等欧洲纺织机械生产国, 也有来自台湾和日本。未来, 对海外客户的服务不仅局限于开创新, 也着眼于建立战略伙伴关系和销售网络。面对激烈的竞争, 整个行业需要建立“一站式”服务系统、快速反应系统和迅速补充系统。

泰国出口促进部 (The Department of Export promotion) 已经制定了一个整合纺织和服装行业的计划, 用来应对全球市场竞争。这项有意大利推广专家参与的计划已经从 2001 年就开始启动, 意大利专家主要帮助泰国解决“如何生产出世界水准的、与众不同的布料, 以满足世界市场的需要”, 以及“如何充分利用国内资源”等技术性问题。这个全面的系统性指导计划包括利用现代纺纱、梭织、针织、染色、印花、后整理设备开发新的技术, 还有在设计、管理、市场方面也进行创新。参与此项计划的 20 家企业组成了一个“泰国纺织趋势”集团 (Thai Tex Trend 简称 T3), 以体现他们在生产技术上的创新、提高产品附加值的成效、以及开发新产品。经过三年的努力, 效果就开始显现, 这些公司的销售额增加了 20%-50%。

这种“集群”思路是未来泰国发展的方向。众多公司聚集在一起, 发挥各自的优势, 为买家提供灵活的服务满足他们的需要。实际上, “集群”思想可以扩展到整个东南亚, 泰国只是这个“集群”的枢纽。泰国在发展纺织业的基础上也在大力发展梭织、针织和无纺布产业在纺织领域的应用。除了用在服装领域之外, 还主要应用在汽车座椅、安全带、防火绝缘、传送带、尿布、绷带等地方。泰国工业用纺织品几乎都是进口, 因此, 对泰国生产企业来说, 国内市场潜力巨大。此外, 在工业用纺织品出口市场方面, 预计 2002-2010 年期间, 会在东南亚增长 48.5%, 东北亚增长 44.8%, 南美增长 40.7%。

第四节 泰中服装市场的商业分析

一、泰国的服装市场现状分析

泰国的服装市场有两个主要的渠道类型。第一个类型是零售, 包括所有新型贸易 (现代渠道) 类型。例如, 有名的百货商场, 像中央购物商场 (central world)、the mall 等等, 就是直接把商品分销到消费者手中的类型, 全国的供应商和服装生产商都是自己去联系产品的分销, 可能在这种类型中, 供应商都是自己或者给不同的商店的销售, 服务费就来自于销售额。第二种类型是批发, 除了与销售商和生产商之间的联系外, 其他都直接出口到不同的国家。泰

国的批发市场在很长一段时期内算是批发渠道中相当有成效且有发展的类型了，它让每个不同地方的市场都有各自足够满意的特点。

泰国的批发市场可以分为两类，纺织市场（如，布料或者碎布拿来做成的各种衣服）就是唐人街和传统市场和成品服装聚集的市场类型，就是 Mahanak 运河附近的市場、博裴塔市場、彩虹塔市場和水門市場。這四個市場的經營者他們都有自己的供應商或者店鋪。多數的經營者和第二組店鋪或者經銷商在生產商進入時都有自己的執行方法。

（一）唐人街和 Wangburapha 市場是泰國傳統的市場，有紡織品和配件，種類相當豐富可以相對全面的滿足購物者的需求，大部分的服裝生產廠家都喜歡來這裡訂貨，如紡織品或者零碎布料都來自這裡，為了生產出完整的服裝。

（二）Mahanak Canal 運河附近的市場或博裴塔市場。其是泰國最古老的批發市場之一。這個市場上主要是銷售批量生產的產品（低等或中等質量的商品），強調的統一標準類型多於設計和時尚感。這裡的零售商店不怎么強調設計感和時尚感。市場形成並開放進入大概是凌晨 3 點到早上 10 點。大部分來自這個地方的購物者就是這個市場的主要顧客群。顧客們通常早早的到達這個市場挑選買完商品然後就可以逛周圍的市場，這時候就有更多的有設計感和時尚感的產品出來了。

（三）水門市場、彩虹塔和 Lamphu，大部分是銷售流行服裝，特別是水門市場和彩虹塔，可以這麼認為，它是給 MBK 商場和暹羅廣場的大部分零售店提供商品的主要市場。除此之外，這個市場里面的大部分商店都銷售時尚產品，國外的顧客想購買泰國的時尚產品都主要熱衷於來這個市場里面挑選，與外國顧客進行長期的接觸，使得他們很熟悉與外國顧客進行貿易交流，外國顧客進來買東西，大部分都會一起回來拿買好的東西，比如 5-7 天內的商品。水門市場是選擇服裝剪裁和披肩的主要地方，伴隨著主要地區的批發商，為了接待來自不同國家的顧客滿足他們的購物需求就需要在有限的時間內得到大量的產品，並且由於這樣明顯的特點，使得泰國的一些服裝供應商或者生產商和紡織品製造商進入到這個市場里面開店作為給外國顧客推薦自己的商品的又一條渠道。

销售具有设计感和时尚感的服饰产品的批发市场有 4 个地方。有两个主要的地方：第一种，国内设计来自设计师和零售商店老板自己设计；第二种，来自国外的产品预订或者向国外下订单。目前泰国的经销商可以在正值国外的产品发行时得到自己的产品目录。此外，这些产品具有给特定人员使用的特殊性，并且商品具有季节性。比如，小学生和大学生使用的物品等等，更多的是从角色开始，根据泰国人口的年龄势来改变。这些，当什么流行时就会有成功的时尚服饰出现，在曼谷和周围地区各个市场不同的零售商店将改变并订购那些类型的商品。

二、中国服装市场的形势

根据 2014 年 11 月 9 日的中国国家统计局公布的数据显示：中国的服装零售价格呈现上涨的趋势。居民消费价格指数（CPI）比去年同期增长 5.5%，包括服装增长 4.0%，鞋子增长 2.5%，这是中国服装在年底销售中第一次达到服装消费价格指数上涨如此明显。这就是在树叶凋零的季节和冬季正好适合穿冬装，服装价格就比去年同期更高。通常，百元的服装价格上涨为千元，11 月期间又正值中国的国庆节和春节，虽然是令人困倦的季节，但是服装价格反而活跃的更高，特别是在大型百货商场，年末的服装市场局面是这样的：

（一）特别是在商场水平上，服装价格从去年的百元上涨到千元，一般的衣服都以 500 元的价格出售，衬衫大部分都卖到了千元，而今年，衬衫或薄衫的价格上千元是很常见的。

（二）中国的时尚服饰价格上涨比例高于国外的时尚服饰。这个服装价格上涨，大部分是中国的时尚服饰。与国际流行服装相比，中国这些上千元的时尚服装款式时髦并且质量优良，价格也与之呼应。

（三）女装价格上涨比例高于男装，女装占 2/3 的服装市场份额，并且服装价格上涨就在这里。女装比例高于男装，有的品牌价格高达 40%，像广州的时尚服饰衬衣的价格就从 500 多元涨到 1000 元，外套从 600 或 700 元上涨到 1000 或 2000 元，并且还有一个品牌，一件薄衫的价格从 200 多元涨到了 500 多元，裙子的价格从 600 多元涨到了 1000 多元。根据这个新调整的价格，尽管

一条裙子的价格如上所述将降低 50%，就可以以 200 或 300 元的价格买到一条裙子，但服装价格的上涨是跟随着市场的趋势而改变。综上所述，消费价格指数不断上涨就会导致服装生产成本增高。可以作如下解释：

1. 服装价格的高上涨是目前服装生产成本增高的主要因素。因为棉花价格和劳动力成本的上涨，自 2010 年 10 月以来，棉花价格不断上涨，直到 2011 年 3 月中国的棉花价格高的 31000 元每吨，这个价格是 10 年以来最高的，尽管主要是来自于 3 月份。棉花价格正常回落到 20000 元每吨，不然服装价格是不能够降低的。因为服装是至少要耗费半年生产时间的产品，在服装生产中使用的棉花，在今年年末的冬季，大部分预订采摘棉花都是价格最贵的时候，此外，劳动力价格也在不蹲增长，使得工厂生产服装的成本更高，工厂生产的服装批发价格也提高了，所以导致服装零售价格一直上涨。

2. 建立高端品牌。这也是推动服装价格高涨的重要因素，那就是建立高阶品牌或者贵族品牌，目前，如果说想要做服装生意，就要做自己的品牌，规定品牌是贵族品牌并强调目标顾客是高层次的，这是服装界的人们一致认同的想法。在每个人抢占高阶市场的局势中，服装的价格自然就上涨，因为价格是战略之一，品牌越好，在服装价格上涨的形势下，价格也就越高。但是工资确是不变的（和以前一样），因此专家提醒消费者：不必要追随时尚，可以等到新年服装价格降低再买或者买不过时的经典品牌，因为经典的衬衫大部分价格都不变并且不过时，可以每年都穿。这无疑是一种长期省钱的方式知道棉花的价格降低。但这并不意味着衣服适合明年春季和夏季服装价格低的时候穿，自从 2010 年年底，居民消费价格指数不断上涨，水电，人工，租金等都在不断上涨，这就是推动下一年服装生产成增加导致服装价格上涨的因素。

（四）中国服装批发市场的数量在减少

专家预测说，随着电子商务的快速发展，服装批发市场将在 5 年后消失 90%。在不同的市面上开服装店分店将受到很大程度的冲击，特别是服装批发店，它将是受影响最严重的，由于零售商的操作成本增高，除了来自服装托典型成本还有零售商零售操作的成本，包括房租，去订货时的费用等等，在服装店出售的衣服大部分来自于服装批发市场，如广州服装批发市场是中国最大的服装批发地，虽

然说在市场上采购服装无需花费太长时间，但是成本花费却很高。比如说路费，如果接近晚上就需要在住宿上有支出，并且在批发市场买衣服也有障碍，就是晚上不方便去换衣服或者送衣服，如果说衣服卖不完还剩很多就会减少商店的利润，直到亏本，因此，零售商去批发市场批发服装的数量就会减少，还受到电子商务的冲击，一个个服装零售店将破产导致依赖服装批发市场的零售商越来越少了。服装批发商的服装批发运营成本更高，经营成本也就更高，仓库的租金也在不断上涨，除此房租以外，工资和其他费用也不断增高，使得批发业务的成本高出预计，批发商就要提高批发价，使得服装零售商的成本也更高。从批发商处批发服装的成本增高来看，零售商就要寻找其他的服装进货渠道，去节约成本，这就是推动网络批发快速发展的因素。像阿里巴巴网站和拿货网站等等，阿里巴巴是一家以批发一般产品为主的网站，也包括服装批发，而拿货网站是批发服装，特别是最时髦流行的服装，自 2008 年以来，中国经济的蓬勃发展，不断的使得人们有兴趣在互联网上买卖服装，在互联网上订购购买服装，在网上购买服装，零售商只需要移动鼠标就可以浏览图片、销量，进行价格评估以决定购买与否，通过互联网购买不受时间和地点的限制，无论在哪里，每分钟都可以预订，在网上批发购买服装还可以节约出行成本，不必走着去，此外，网上批发的价格也低于实体批发市场的价格，这个就是推动零售商更愿意在网上批发商品的原因，这就给实体批发的高成本运营造成又一个巨大的影响，直接减少了他的客户量。目前，20%的服装批发店得到了 50%的利润，并且没有亏本，剩下的 30%都是亏本的批发商。因此专家预测，在未来 5 年后，有 90%的服装批发商将因为市场发展趋势而进行改变，比如在互联网上开店或者建立自己的市场搜索网站。服装批发商或者时候生产商可以建立自己的网页，但浏览的人或者是知道的人很少，没有达到预期得结果，因为太普通了。大部分都会在阿里巴巴网站、拿货网站或者其他网站批发购买服装，因为这些网站比较有名，所以他们拥有很多的会员，他们扩展市场的机会就越多。

第三章 曼谷水门服装市场服务中的汉语应用

第一节 商务汉语在曼谷水门市场的状况

中国现在在世界上是属于第二大的经济强国，在经济，政治，外交，社会，文化，体育等其他方面都具有非常强大的影响能力，现在的中国可以得到进步，成为世界经济贸易发展的中心枢纽。加上成千上万的中国游客，让中文成为了世界上使用最多的语言，最重要的是，对于世界甚至泰国来说，中文是最普遍的语言，可以让商家与中国人的关系更加密切，让双方的沟通更加的方便。英语是最普遍的的语言，但是只有一种语言是远远不够的，因为如果需要人要有“质量”和成功，那么必须学会中文，这是在将来必不可少的技能。

在过去的很多年来看，学习中国语言和认识中国朋友成为世界上许多国家的一种流行趋势。泰国也不例外。在过去的几年中，在泰国的商业区中也是一样的。越来越多的人需要具备会说中文的员工。在调查中发现，在曼谷水门市场的商家或者员工比较以前会说中文的人数大大的增加。但大多数仍致力于钻只讲一种语言，为了能和别人沟通。那样就会得到各种有关中国的数据。这样就可以学习到很多有关中国和中国社会的知识，比去学习培训还更能懂得中国人的需求。现在也有许多会说中文但是不了解中国的人存在，能肯定的是会说中文在现在的贸易中更能得到更好的利益，因为中国来泰国旅游的人数也越来越多了。现在学习中文的人是越来越多，但是并不是所有学习中文的人都会熟练使用到它，因为他们学习的只是一些和他们卖的东西相关的一些词语，能帮助他们与中国游客交流。本次调查可以看出在。在贸易当中使用中文的一般都是在讲价，或者商品信息的介绍方面，但多数仍用英语交流。

一、现在泰国人使用中文沟通的情况

在泰国过去的这几年中，中国游客成为了泰国旅游者中最重要的组成部分，游客数量不断增加，所以对于中文的需求变得非常的重要。不管中文随着地区的改变而改变，但是他还是具有属于自己的特色，那就是中国汉字，中国汉字是慢慢演化过来的，从艺术方面来看，一个汉字就是一幅画，为了国家的

统一，中国政府制定了普通话，外国人也称之为华语，是外国人用来和中国人沟通交流的语言，尽管泰国有非常多的中国人，但是使用最多的还是潮州话，广东话和客家话，这些在现在都是属于中国的地区方言，所以现在外国人需要和中国人沟通就必须学会普通话。

二、中文与泰文类似的地方

“汉语热”已成为全球语言交际系统中的一种普遍现象。目前，在泰国，学习汉语的人越来越多，和中国有生意往来的年轻人大多学过汉语。汉语进一步国际化，让世界上更多的人认识中国，了解中国，爱上中国，为弘扬中国文化打通了一条畅通的渠道。汉语已逐渐取代英语成为泰国学习人数最多的外语。中文与泰语由于中国与泰国的贸易关系具有很长的时间，中文和泰文也有很多类似的地方，我将分析这些数据。

（一）发音方面

根据中国普通话的发音，中文里面使用的音调比较少，但是泰语使用得比较多，所以用中文来标识泰语的发音比较难，但是水门市场的商家由于每天都接触很多中国人，听并且模仿他们说话的声音，这样会让他们的中文进步很快。

（二）词汇

中文和泰语的不同之处来自于词汇。对于泰国人来说，最重要的是他们学习词汇的方法，他们会把学习到的词汇用他们熟悉的泰语发音来标注，这样会方便他们的记忆，比如在水门的那些商家，他们会听到来自中国游客说的关于商品名称的词汇，他们就会认真的记住这个发音，并且在将来的贸易中使用。

三、水门市场服务中使用中文的重要性

如果想要了解中文的重要性，中文是整个亚洲使用最多的语言，因为中国是一个非常大的国家，不管是从历史方面还是人口数量，城市数量等在亚洲都是属于最大的国家，导致中文成文亚洲最流行的语言之一。我们可以使用语言来建立有好的关系，比如贸易，投资和建立国家与国家之间的关系。

过去的几十年间我们能知道中文慢慢的变得具有影响力，中文进入泰国所有层次的酒店市场，不管是旅游业，还是贸易，或者是中泰融资的企业，这让对于会说中文的员工需求量慢慢的增加。

中文是打开新世界大门的钥匙，中文的重要性每天都在增加，不管是在交流或者是人口方面，都让中文成为世界上使用最多的语言，这让中国成为了许多贸易组织中的一员，比如，加入世界贸易组织 WTO，让中国成为了贸易大国，也是贸易市场最大的地方。过去不久，泰国政府也将中文设立成了泰国人必须学习的第二语言。我们不能拒绝的是中文所带来的利益。

四、水门商家汉语服务情况调查

本论文选题的主要依据是根据对曼谷水门市场使用汉语服务的调查分析，以消费者为研究样本，分析泰国本土消费者与中国游客消费者的消费价值。经过对曼谷水门市场使用汉语服务背景和具体细节作了相对应的考察和访问，在此论文中对水门市场汉语的使用情况作了一个细致的概括与分析。

表 3-1 水门市场商家与人员的汉语使用率

汉语使用能力		很强	强	一般	差	很差	平均
汉语技能	听 (人)	4 26.6%	3 20%	2 13.4%	3 20%	3 20%	2.8
	说 (人)	4 26.6%	6 40%	3 20%	1 6.7%	1 6.7%	3.73
	读 (人)	1 6.7%	1 6.7%	4 26.6%	7 46.6%	2 13.4%	2.46
	写 (人)	2 13.4%	1 6.7%	2 13.4%	9 60%	1 6.7%	2.6

根据表 3-1 调查的结果和中文进行交流。从 15 位相关服务的对象包括

- (一) 店主和商贩 10 人
- (二) 工作人员，以及在水门市场购物区的协调员共 5 人。

观察目标人群向目标人群采访以下问题

- (一) 受访人的个人资料
- (二) 使用中文服务的需求
- (三) 在使用中文工作或者购买的情况中遇到的问题
- (四) 让职员或者相关人员进行语言培训和提升
- (五) 目标人群使用中文的改变和中国游客对泰国老板或职员使用中文的意见

调查的结果摘要：(1) 评价水门市场的中文 (2) 使用中文遇到的问题
(3) 语言的需求与发展 (4) 反馈和问题 (5) 总结调查结果

五、评估中文在水门市场的使用

现在可以评估目标人群的中文水平根据四项技能，听，说，读，写，其中包括当时场合的语言组织能力。几乎所有的目标群体认定自己的英语和中文的是与游客进行贸易和工作的外语。在使用中文技能服务中，由此可见目标人群使用语言的比例是不同的，靶向个体的技能水平的部分节目而改变。然而，大多数的说话技巧是关键。其次是在听，阅读和写作能力。我们可对目标人群进行区分。目标人群开商店使用的是倾听的技巧，说中文是没有太大的区别，然而口语技能是在这个群体群体。工作人员，水门市场工作和服务协调中心也是运用口语技能最多的。

评估使用中文实践的能力，针对这两个群体对自己使用中文整体的能力。各项技能，包括听，说，读，写，详情如下。

(一) 听力技能 总体目标 (1) 业主和商人，拥有一般水平倾听能力，研究可见听与游客进行相关词汇沟通的能力，听主要内容。(2) 工作人员，水门市场工作和服务协调中心的人员听力能力是最高的一组，能够直接和外国人沟通并且理解。

(二) 口语能力 总体目标 (1) 店主和商人的口语能力是中等水平，当测试发现，查询或向外国游客提供帮助时，使用口语能力一般。(2) 工作人员，水门市场工作和服务协调中心的人员，口语能力同样高于第一组，包括回答问题的能力，他们有更好的中文交谈能力，和日长生活用语，能够更好地解释和宣传。

六、水门市场商家使用中文的情况主要

中文是世界上使用最多的语言，除此之外 语言还是人类沟通的一种重要工具。基本的沟通是重要的，但是每种语言都有它的生命存在着变化。大部分中国游客来水门市场旅游和购物，普遍来看，泰国商人或者服务员存在拼写和发音错误，尤其对于一部分使用中文沟通的泰国人来说是一种危机感。事实上在水门市场，这些泰国商人认为语言对于他们的买卖不重要或者场合的不必要性。所以大部分商人能使用中文沟通，就是因为大部分部的海外中国人来这儿买卖，但是作为回报这些泰国商人也就学会了中文沟通进行贸易。作者认为优质的服务对吸引中国游客的带来好的影响。

从以上数据可观察得出，使用中文人数的百分比日渐上涨，因为和非母语国家的其他语言相比，非母语国家的人使用中文的人数高达 4.27 亿人，例如印度语、西班牙语，有 4 亿人和 2.2 亿人使用，以及使用中文沟通的趋势将会越来越广泛。像英语，中文将是另一种语言发展方向同使用英语一样，目前，中国已经开放了国家从原来的通讯事业。包括旅游业务和海外贸易的增长，以及更多未来趋势，中文更令人感兴趣。以及中文更广泛的被应用在日常生活中，或者是专业技能，未来的沟通或是学习任何语言的文化需求。曼谷市中心是各相关贸易和主要经济的重心。然而考虑到，水门地区这个位置城市它位于曼谷市中心。被称为“水门”，已被重视其为对经济区域之一。

从调查的区域，并为那些谁在水门铂金和白金时装商场，水门，以服装批发中心的市场区域交易。还存在着管理的问题。特别是中文服务。因为这个区域是吸引外国游客，如商店和行政办公室。市场营销和促销活动。管理设施和基础设施项目，如上述。可见，市场为一体的服装贸易为主要。国家的大部分生意。目前，面临较高的竞争率，特别是从大百货公司。都是由泰国和外国人两者拥有。导致工商部门必须调整得市场竞争的能力。这将是企业可持续发展的关键，因此，管理发展服装市场。操作者可以应对变化做好准备。为了生存和未来的发展，是非常重要的，企业是需要各个领域的学习和发展。特别是，中文的语言服务是不够的。无论是在满足泰国和游客消费者更加充分水门产品方面，游客可以在水门服装店市场需要的衣服，水门市场的时装大部分是

以时尚款式为主。同时发现，在过去女性时装瞬息万变。这样一来，价格稳步下降。水门区内部企业需要调整自己的销售工作将重点转向、更多的设计根据的市场变化。

柴 Srivikorn 先生，企业在水门区协会的会长透露，自 2553 年起，发现，许多外国游客前来购物，居住和生活方式的变化在这个区域。，到今年 2553 年增长了 27%，或每天约 196000 人，在 2554 年，去年游客人数增加至 26 万人，或约达 33%，并预计在今年 2556 年外国游客数量的增加。 35%，或每天约 35 万人，这是一个具有各种级别，从上层阶级到下层阶级的一个购物区。不像其他国家，在同一个地方没有各种消费水平的场所。



图 3-1 白金时尚购物中心的配给票台



图 3-2 水门市场商家卖芒果



图 3-3 白金时尚购物中心的食物中心

水门服装批发每个人都知道部门普拉特白金时装商场。现在来水门的泰国人大约占 60%，外国人占 40%，其余的是东南亚人，如新加坡，印尼，印度等，总体而言，客户每天的平均数量是 30,000-40,000 人，假期大约有 60000 人。运营商正在推动成为泰国与国内外客户一种时尚。发展员工能够提供外语服务，尤其是中文。

第二节 曼谷水门商务汉语应用存在的问题

一、水门市场使用中文的问题和阻碍

最主要的阻碍就是在贸易当中商家与中国游客的交流，中国游客在交流中都使用普通话来交流。在泰国能非常成功的使用普通话的人，基本专注于基本的沟通的，尤其是那些非常接近中国游客的商人。随着当代泰国的经济和社会的作用，在水门服装贸易中使用中文也有很大的弱点。因此，政府有责任，应该鼓励加强培训学习中文的人员数量。为了和中国人更有效地沟通。

二、水门市场使用中文来沟的弱点

使用中文来沟通有四个弱点

（一）使用中文词汇错误，发生在自我了解的基础上去使用，导致说出来的词语与要表达的意思不一致。

（二）水门商家对于语言的使用没有讲究，比如怎么用都可以，怎么说都可以，不对也没关系，导致错误不能更改或者一直说错。

（三）水门市场里的商家在贸易中使用中文的比较少。

（四）导致这样的原因是在沟通中缺乏中文的交流，或者是在听，写中文的能力弱，没有机会使用中文与商家沟通等等。

三、水门市场使用中文的建议

在中泰长期的贸易文化的交流中，和在泰中国游客的增长或者是其他的各种贸易当中，导致在这里面的成员会说中文的人数慢慢增加，现在每年至少有 6 百万的中国游客进入泰国旅游，这样使中文在泰国的使用也慢慢增加，因此，我有以下几点建议：

- (一) 为了发展经济和贸易，需要对员工进行语言培训，
- (二) 水门市场里面所有成员，都应该提升自己的中文，
- (三) 商家需要了解有关中国的文化，并且选取适合自己的来使用。

第三节 提供曼谷水门汉语服务研究

(一) 水门市场调查研究

本研究以两种形式：这项研究是定性的（定性研究）通过采访在购物区，水门市场交易员和负责该地区的时尚购物服务和营销传播策略机构。第二种方法是定量研究。（定量研究）用在水门区，从消费者，中国游客旅游购物的查询。它的产品，运输，推广和满意的服务接收满意。

(二) 水门市场汉语使用调查将得到的好处

泰国有许多东西吸引着世界各地的游客。购物也是其中一件愉快的事。这里有热情友好的民族，神秘而多彩的文化艺术，普遍偏低的生活消费，以及各种各样值得购买的纪念品，可以称得上是物美价廉的购物天堂。

从这一研究结果，贸易商水门市场以及购物区可获得好处。就是小型、中型、大型的时装店可以学习和运用这些知识，了解消费者的购买行为，以及改善自己发展方向，以及战略营销传播的发展，营销推广以及特别活动促进成功与稳定。这可能有助于减少贸易和商业的运作而产生的风险或损失，尤其是中文服务，可以成功的提供潜在的游客。

第四章 曼谷水门市场汉语应用问卷调查与分析

第一节 调查中反映的问题及原因分析

一、问卷情况

本文问卷调查时间为：2015年8月-2015年9月；主要范围为：位于曼谷水门服装市场和附近区域的人群；主要形式为：访谈或者问卷调查；调查主要对象为：到水门市场与白金时尚购物百货购物的中国游客。本次问卷发放150份，回收有效问卷为100份，有效率达到66.6%。

二、调查对象情况

在100份有效问卷中，男性占据32%，女性的比例是68%。本次问卷调查了中国游客100人；女性68个人在年龄结构上，20-29岁38人；31-39岁24人；年龄40-49岁5人；年龄50岁以上1人，男性32个人在年龄结构上，20-29岁12人；31-39岁16人；年龄40-49岁3人；年龄50岁以上1人，调查对象较集中的年龄段是中年26-30岁组的人群。通过问卷调查分析还可以发现，访问游客的工作大部分是当公司职业和主业，还有访问游客的学历主要集中在本科和硕士两个类别，两者的受访人群合计占总体的89%。

表 4-1 调查对象的基本数据分析

调查项目	选项	数量 (人)	百分比
1. 性别	男	32	32%
	女	68	68%
2. 年龄	20-29 岁	59	52.7%
	30-39 岁	33	29.5%
	40-49 岁	8	7.1%
	50 岁以上	0	0%
3. 工作	公务员	67	59.8%
	业主	21	18.7%
	自由职业	6	5.3%
	公司职员	2	1.8%
	大学生	2	1.8%
	无业或退休	81	72.3%
4. 教育	研究生及以上	5	4.5%
	本科	4	3.6%
	大专	0	0%
	高中/初中	22	19.6%

第二节 问卷分析

根据问卷调查，把中国游客对曼谷水门服装市场上不同方面的满意度进行统计分析，分五个等级，用平均值 $\text{mean}(x^-)$ 表示总体的一般水平。被调查者会要求回答可以表达对每个问题持有的是肯定或否态度一组陈述所构成。被调查者会要求回答对每一种陈述满意度或不的程度，测量尺度通常设置为非常满意（5分）、比较满意（4分）、一般（3分）、不太满意（2分）、很不满意（1分）。本次对满意度评估的标准是：

- 1.00 - 1.49 = 满意度很低
- 1.50 - 2.49 = 满意度低
- 2.50 - 3.49 = 满意度中
- 3.50 - 4.49 = 满意度高
- 4.50 - 5.00 = 满意度非常高

表 4-2 曼谷水门市场问卷调查评估表

程序	项目	满意度					平均值	
		5	4	3	2	1		
1	交通方便	24	25	41	4	6	3.57	71.4%
2	停车场很广泛和便利	21	43	24	12	0	3.73	74.6%
3	市场购物的舒适情况感到	20	35	38	5	2	3.66	73.2%
4	销售商品的质量	23	29	40	6	2	3.65	73%
5	商品品种丰富，可以买到您需要的商品	37	45	7	10	1	4.07	81.4%
6	商品的时尚度感觉	56	38	4	2	0	4.48	89.6%
7	促销活动是有创意、有吸引力	51	13	19	12	5	3.93	78.6%
8	促销的商品(实物)与广告相符感觉	12	33	39	11	5	3.36	67.2%
9	对于商场的促销、优惠活动很感兴趣	27	58	14	1	0	4.11	82.2%
10	市场购物环境气氛让人感觉舒适（如促销、广播等的声音、灯光设置、海报等）	29	35	30	5	1	3.86	77.2%
11	商人的服务语言沟通能力	17	12	45	22	4	3.16	63.2%
12	商人的微笑服务、礼貌用语服务程度	43	23	30	1	3	4.02	80.4%
13	市场产品中有用中文说明，如标价、产品性能、产品使用方法等。	10	13	28	45	4	2.8	56%
14	泰国导游让中国游客了解到水门市场的产品、价格、促销。	11	25	12	47	5	2.9	58%
15	中国游客过来水门市场购物对员工服务的满意度	22	31	44	3	0	3.72	74.4%

在问卷调查的第二部分，对曼谷水门服装市场的地点、商品、价格、促销产品、服务情况，调查了中国游客的满意度。具体内容见以下图表。

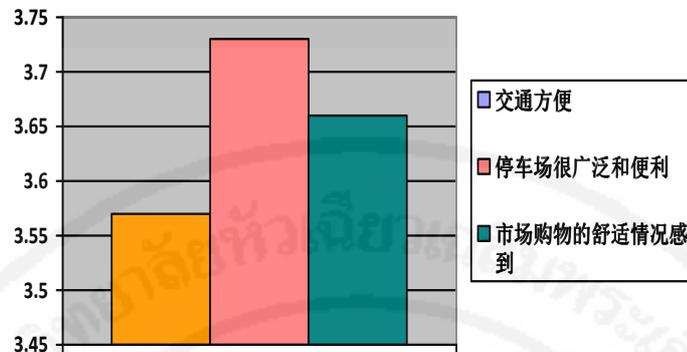


图 4-1 地点方面的满意度

从以上资料来看，中国游客来到曼谷水门市场的地点满意度，对停车场很广泛和便利的平均值是3.73。对市场购物的舒适情况感到的满意度平均值是3.66。对水门市场的交通方便购物的满意度的平均值是3.57。在经销商在设计时需要考虑各种元素，由于资源同一图像，或消费者感觉意识的变化。此外，交通和出行也是很重要的，如果交通不方便也对消费者的决定有影响。

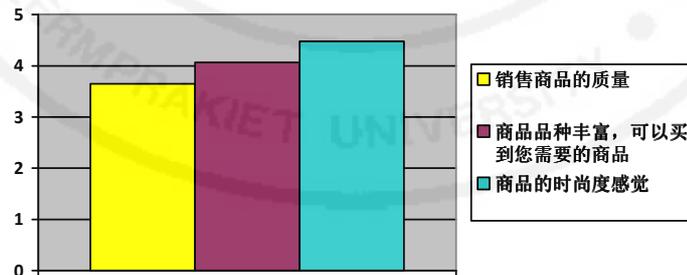


图 4-2 商品与价格方面的满意度

水门市场的主要区域有数千家时尚商铺，销售各种各样低价的优质商品，尤其是批发。在这里会遇到许多物美价廉的服饰和小商品。从商品与价格方面的多样性来看在曼谷水门市场就都能买到需要的产品比如；电子产品、巧克力、衣服、纪念品等都有。在这真的可以狠狠的杀价，因为这是一个批发市

场，但是有一些产品质量很赞，有一些质量也太差。水门市场价格超便宜的。中国游客近年来也有很多来这儿购物，也可以在这儿买到相对便宜的服装与饰品。产品价格和产品质量满意，使消费者受益，让消费者感觉物超所值，消费者购买的决策和经验，产品和优质的消费体验是决定价格的重要。

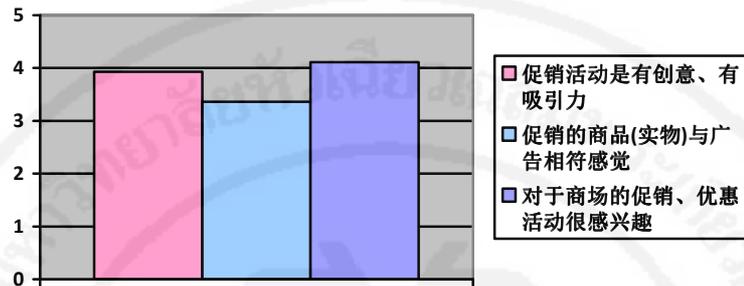


图 4-3 促销方面的满意度

根据问卷调查中第 7 到第 9 题中，中国游客是消费者对商场促销活动不太感兴趣。在市场细分为促销活动是有创意、有吸引力的满意度平均值是 3.93。对促销的商品(实物)与广告相符感觉的满意度平均值是 3.36。对对于商场的促销、优惠活动很感兴趣的满意度平均值是 4.11。所以在促销的提供方面，应更多的考虑促销的选择，水门市场是成衣批发市场来的，在这里只要买 3 件以上就会享有批发价，而且买多还可以打折扣。促进市场是将产品和服务的消息发送给消费者，各种特殊项目，通过使用广告和公共关系等工具刺激、说服消费者接受并购买。

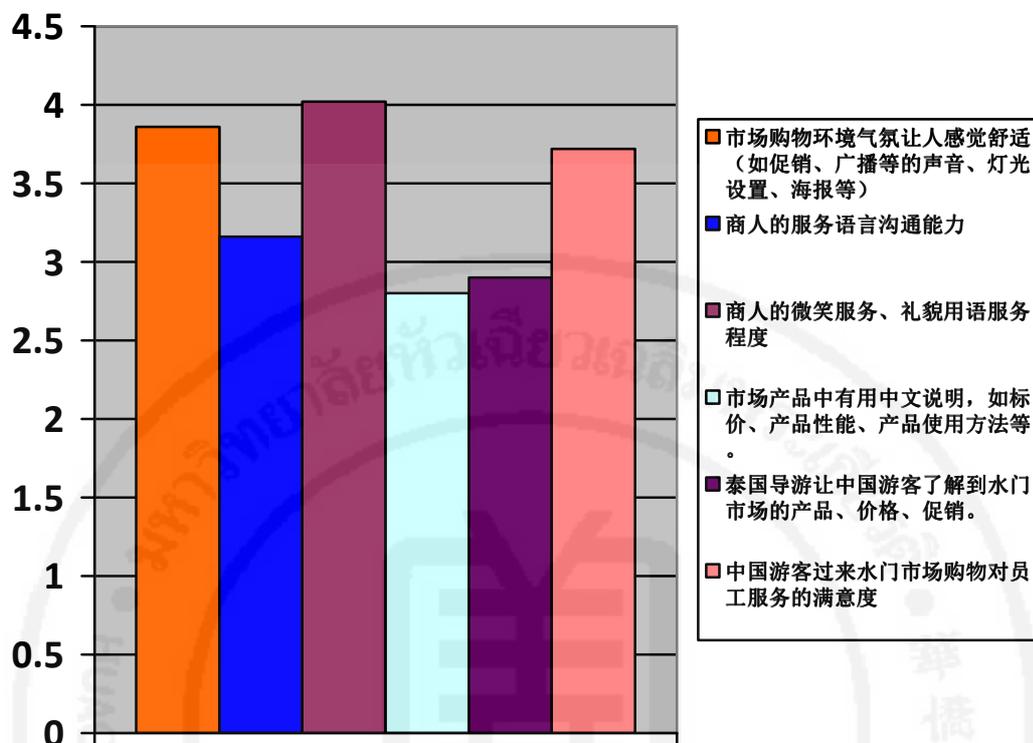


图 4-4 服务方面的满意度

调查显示, 在被调查的学生当中, 其中对市场购物环境气氛让人感觉舒适 (如促销、广播等的声音、灯光设置、海报等) 的平均值是 3.86。对商人的服务语言沟通能力的平均值是 3.16。对商人的微笑服务、礼貌用语服务程度的平均值是 4.02。针对中国游客在曼谷水门的购物情况进行了分析, 调查研究发现中国游客在购物时感到最不方便的是“语言不通”就会感到有点不太方便。服务满意度, 消费者可以很容易地找到以下服务点, 比如查询。使用外语与国外客户进行沟通, 能很清楚的使用语言, 易于理解和倾听服务, 彬彬有礼, 谦逊或有良好的礼貌。良好的服务必须有一个良好的工艺在实践中, 达到客户满意, 需求消费者。

第三节 曼谷水门市场汉语应用改进的对策建议

一、曼谷水门市场上的客户需求与影响满意的因素研究

近几年来中国游客形成了具多层次购买力的巨大市场，成为包括泰国在内的全球多个国家的目标市场，虽然今年泰国没有特别针对中国游客推出刺激措施，如对中国游客减免签证费，但由于在泰国政府及民间部门大力进行市场促销的同时，中国企业在国内也进行推广活动，用来宣传和刺激更多中国游客赴泰旅游。

2015 年后半年，赴泰中国游客市场仍将趋向不断增长，部分因素是中国游客仍热衷在国庆长假期间赴泰国旅游，因为可满足多层次游客需求和具性价比优势的旅游目的地，以及获得了泰国政府与民间部门大力推出促销活动的支持。



图 4-5 中国游客到泰国旅游的数量(从 2005 年至 2015 年)

来源：(旅游与体育部排名游客，2015)¹

¹ “泰国刊物网” [online], (<http://thaipublica.org/>), 2015.

泰中旅游同业商会理事长李良成在接受《环球时报》记者采访时表示，由于价格便宜和海滨城市魅力，泰国对中国游客具有很大吸引力。据了解，自2012年以来，中国游客一直是赴泰国旅游人数最多的。根据泰国旅游与体育局的统计，去年共有2470万人次国际游客来泰旅游，其中460万人次来自中国，占游客总量的约18.6%。旅游与体育局预计，今年泰国将迎来560万人次中国游客，同比增加约1/5，数量依旧是国际游客的第一名。

泰国国家旅游局最新调查显示，中国游客平均在泰国游玩8.1天，旅行支出人均41390泰铢(1泰铢约合0.19元人民币)。至于中国游客最喜欢的旅游景点，大部分都是耳熟能详的，包括曼谷、清迈、沙美和普吉，旅游目的以观光为主，其次是购物。泰国国家旅游局称，相较以前，中国游客正在往变得更加成熟和有经验，从初次出境游客到旅游团，从更多女性游客到年轻游客，中国游客的构成变得多元化，而且许多人都能说一口流利的英语。

二、分析中国顾客群体的需求

(一) 标志性的商品

近年来，中国经济依然保持强劲的势头，已经位居世界第二大经济体，从前有大部分的低收入群体，但是今天中国的经济和中产阶级都在大量并迅速的增长并且还有不断增长的趋势。由于经济的增长和更加开发的经济，使得中国人有更高的收入，因此有更多不同的产品和服务的需求。特别是可以代表财富的产品，与普通不同的华丽商品（奢侈品）就受到追捧（非常流行），因为它有助于表现个人和体现社会地位，不同的产品品牌帮助使得他们很有面子，也体现了他们的眼光，因此这些标志性的特别商品（奢侈品）就卖得很好，包括手袋、衣服、鞋子、手表等等。如果市场上有很多不同的丰富的商品，那就需要重点关注产品的品牌形象，增加品牌形象就是价格高昂并且质量好。对于高层次的消费群体并强调说，使用这个品牌的产品可以使消费者的身体更好，体现更高的地位，就有助于使商品受到注意，并且还可能帮助提高商品的价格水平。

（二）传达出外在价值的商品而不是来自于内部的价值

这里的外在价值是指外观性质或者是来自于周围社会的利益价值。如果使用一件产品与中国人进行营销，那首先就要了解中国人的性格，就是成功或者好的外在体现对于中国人是很重要的，而不是说不同的人脑海里想象的成功。

（三）卓越而和谐的商品

虽然中国人喜欢用昂贵的奢侈品来显示他们的社会地位，但这并不意味着他们将追求超乎奢侈和卓越的产品。他们真正需要的是什么呢，是昂贵华丽的商品传递出来的外在的地位价值，因为中国人也拥有丰富的理性思维。因此，和谐也是同样重要的部分，那些不同的商品，表现出来了富有，但是并不是靠富有丰富起来的。例如，汽车，中国人流行开豪车来增强地位，但并不意味着他们要开法拉利或者玛莎拉蒂跑车或者超级跑车，因为那些汽车过分卓越和特别，而像梅赛德斯-奔驰、宝马这些汽车足以满足需求了，还可以在同一时间看出它的卓越和和谐。目前中国人有更强的购买力，因为中国的国家开放和迅速增长的经济。我们可以认为中国人在奢侈品的花费使用上多于过去，在我们的记忆深处是节俭的画面，中国人开古老的汽车，住破旧的房子，穿修补过的衣服。所以，如果你想与中国游客成功的进行商业贸易，那就要关注这些问题并提前对中国人进行深刻的了解。

三、中国游客在水门附近市场的购买行为研究（消费行为）

如果有谁顺便绕到水门附近，就会看到中国游客津津有味的忙于购物的奋战画面，特别是阿萨姆（印度阿三）阿弟和来自中国大陆的阿婶阿叔（大婶大叔），他们两只手都提着抱着夹着满满的购物袋，部分泰国销售员正努力地说着中文与中国顾客进行沟通。现在他们已经成为服装市场的大客户。并且，据报道，中国游客在这里每天每次人均消费大约为 4000-6000 泰铢。

近几年来，出境旅游逐渐成为中国游客非常追捧的一种潮流。随着中国经济的迅速增长使得中国人有更多的资金来消费支出。源于 2015 年的统计数据，中国游客出境旅游人数高达 6600 万到 7000 万人（高于原始统计数据），其中大

约有 25%的中国游客花费了大部分的钱在购物上，为境外旅游国家的腰包提供了 51%-80%的收入。

随着中国游客的对境外旅游的追捧，国外的技师为了能多的赚取具备购买实力的中国游客包包里的钱，他们尝试并调整为中国游客提供一些更有利于激发购物欲的特别服务。例如，普拉特时尚百货商场，一样位于水门附近，就准备了会说中文的工作人员，并且根据人们相关的口音来说三种语言：泰语、英语和中文，就是特别为了接待来购物的游客。

目前，中国游客对于世界上的许多国家已经成为主要的有实力（富裕有钱）的顾客群。因为无论去哪里旅游，就会使得那个国家的旅游业有很多金钱收入。包括泰国在内，旅游产业的大部分收入主要来自于中国顾客。亚洲大酒店网上预定俱乐部的首席执行官（CEO）在全球领先的研究调查中显示中国游客在热衷于购物中表现出来的行为：他们喜欢分享信息，喜欢把握流行趋势。

中国的购物爱好者是全身心投入的。据说，在世界上没有哪一个国家的游客在不同地区的购物热忱比得上中国人，据调查显示，中国游客在所有的旅游花费中，购物支出就高达 50%，这反映出：中国人有足够的购买力，否则，这些商店可能会关闭店门并且也不会扩展很多分店。尽管在中国已经有各种类型、各种质量层次的商品供他们挑选购买了，但是，如果有出境旅游的机会，可以接触本地的一样的质量好的产品、价格比中国便宜的高档产品，中国人就不会错过把这些产品购买回家的机会。

中国游客除了花费大量的时间和金钱在购物上，他们还喜欢把不同的信息分享到互联网上。在社会主义的今天，不说去哪里，做什么，就要更新了让其他人知道。中国人很流行把旅游中拍的食物照片，团队照片或者自拍照分享到中国的社交网络上。起初是上传到微博、微信、QQ 空间，为了吸引其它朋友的关注。除此之外，中国人还有“知道了就要表达出来的”的行为，就是喜欢把旅游的经历分享到网站上。

当人们把自己的旅游经历或经验分享到网络上，当然就会有旅游爱好者进来读取信息，并且，如果哪个地方或者哪件事很受追捧（有很多关注），中国人就会特别感兴趣，就会产生一种跟风（跟随）的趋势，比如，“谁去了哪

里，我和他是一起去的”或者“谁买了什么东西，我也买了同样的”，因为他们认为其他人流行的东西一定是好的东西。

据统计，在 2014 年中国游客前往泰国旅游的人数多达 460 万，大批的中国游客进入泰国，创造了工作岗位，为当地业务创造了大量的收入，并且帮助推动了泰国的旅游产业经济。紧跟着，各种旅游业负责人就发展或制定了新的战略来吸引中国游客。

大家都知道的一个说法：如果你想和中国人做生意，就要把中文说的十分好，就是要理解他们的思考方式（想法）并且要知道去和中国人建立关系。举个例子，在和中国人做生意时，什么事都要非常小心，就是不要讲关于领导或者一定是政府里面的人的坏话。除此之外，也要尊重工作人员，无论是秘书还是司机，因为他们是社会主义国家，他们的思想是人人平等。有时，在商务谈判中如果遇到司机，他也会进来与我们和他的老板同桌吃饭，也不用觉得奇怪，对于中国人来说，这是很正常的。这些例子，仅仅只是文化差异，是中国人与泰国人不同的思维方法。因为中国人认为交朋友和建立关系是很重要的事情，请记住，无论在商业贸易上成功与否，有一点必须是要提前做到的，就是于中国人建立关系。

四、推动曼谷水门服装市场的经济

Sirichai 先生，是撰写商贸文献的作者，是水门时尚批发市场协会会长，他透露说，该协会计划推动水门地区的时尚产品批发商的业务，包括原材料来源在内，在东盟时尚服装批发中心，工人们有优良的时尚服装生产手艺，并且服装的质量也很好，在款式设计，裁剪和缝纫等方面，是韩国东大门时尚区的强项，他们也计划发展水门市场，目标类型是把泰国的重要时尚产品批发地段发展为旅游胜地。还提供女士援助，文化贷款，包括旅游和体育，考虑为了被纳入今年泰国旅游业的推动计划中。韩国已经引领了不同地区的时尚潮流，巩固了旅游文化，我们也有目标是为了促进水门时尚批发市场成为更具潜力的时尚街区，能够在东盟贸易中更具竞争力，并且可以扩展到全球水平，目前水门时装批发市场是批发服装辅料、皮革辅料、装饰物的中心之一，这是国内外制

造商，运营商和贸易合作伙伴熟知的一个较好的地方，它让经营者在水门这个地方聚集起来，为了推动水门市场的贸易，让顾客们都成为回头客。

水门是一个有潜力的贸易区，因为它除了具备国模很大的批发商外，还有经营者也在水门地区不同的小街小巷经营出一个个小水门市场，如果在贸易中心与这些经营者结合，则不少于 10000 个经营区域，除此之外，水门地区还开了很多提供服务的饭店，开始从两星级到四星级都有，房间总数不低于 5000 间，这么多的房间每年可以接待不低于 300 到 400 万游客来这里享受服务（消费），而且平均入住率每年不低于 80%，如果是旺季入住率则高达 90%至 100%，出于这些原因水门地区的经营者就有了要发展业务和进行市场整合营销的想法。为了接待顾客和国外游客来水们地区使用服务（消费），他们对进出水门市场的人进行调查，发现与游客入住不同酒店的比率高达 3 到 4 倍，如果将旅游计划进行“包装”将推动整个水门时尚产品批发贸易，会增加 10%到 20%的增长比率主要来自于进入了东盟经济共同体（AEC），目前来自于该地区的购买力每年已经不低于 10 亿泰铢。因此要把水门时尚服饰批发市场发展成为集购物为一体的旅游圣地是很重要的，为了欢迎东盟 经济共同体一起成为一个中心并且是规模最大，品类最全的东南亚时尚产品批发中心。

第四节 泰国服装业发展的前景和挑战

一、目标服装市场总体分析

（一）目标市场大小及潜力评估

总体消费人群所占比例较大，消费群体数量不断增加，发展潜力日益加大，产品在市场上的地位也越来越稳站在市场前沿，通过产品的不断改良和发展，相信以后的市场会更加的广阔。

（二）目标市场主要销售渠道

服装行业销售渠道对于企业来说是不可忽视的重要环,可以通过广告、传单、电视、网络、媒介等主要销售渠道。

（三）目标市场细分

按照年龄段来分类基本为：

18-30 岁；这个年龄段的消费群体是服装消费的最主要的群体之一，是消费群体中服装购买频率最多，总体购买金额较高的群体，其中女性人口多于男性。这个消费群体具有一定的经济基础，也有很强的购买欲望，时尚，追求流行、个性，敢于尝试新事物，容易接受各种新品牌。该群体中很大一部分人容易跟随潮流盲目的追求时尚盲目消费，竞争最激烈的市场。

30-45 岁；这个年龄段的消费群体也是服装消费的主要群体之一，是消费群体中购买单件服装价格最高的群体。该群体是消费群体中经济基础最好的群体，有较强的购买欲望。但该群体大多数人的的人生观和价值观已经比较成熟，因此对风格、对时尚有自己的喜好，其中大部分部分人已经有自己中意的品牌，对新品牌的接受能力比较低，购物时是属于理性购物的。有相当部分品牌定位于此市场。

45-60 岁；该年龄段的消费群体事业比较成功，服装购买欲望一般，但对服装有一定的品牌需求。

60 岁以上；该年龄段购买欲望较低，对服装的需求不是很强。针对于该年龄段的服装品牌基本为空缺。

二、产品属类细分

我们将现有市场中主要服装产品的属类进行划分，他们包括：商务正装系列、高级时装系列、周末休闲系列、“新正装”系列。随着“知识精英族群”慢慢成为都市社会的主流人群，品味休闲、人本与自然的双重追求成为时尚，大量生活化正装、休闲化正装、时尚化正装、商务休闲装的出现跳出了传统正装或休闲装的束缚。这些都可以统成为“新正装”系列。正装休闲化现在已经成为了国际服装市场的流行趋势，“新正装”概念正是近年来在这一潮流趋势下应运而生，其定位于“知识精英族群”的社会主流人群。主要营造出一种品位休闲、人本与自然的双重追求时尚，为男女士提供了一种正常工作以外同样可以展示自己魅力的选择，尤其是商务休闲系列是近几年国际消费市场中越来越流行的着装方式。即能够在一般的商务场合进行着装也可以在正常工作之

外着装，可以更加轻松的享受工作和生活带来的乐趣。所以，越来越多的成功人士和白领阶层的人都喜欢这种着装。由于“新正装”继承了正装和休闲这两种元素的有点，已经成长成为一种独立的穿着文化，“新正装”的主要消费群体都是各行各业的精英骨干。包括技术型、知识型、艺术型等知识精英族群而且这个消费群体正在迅速的扩大。



第五章 研究结论

服务是提供援助或为他人的利益而进行。良好的服务，客户将留下深刻的印象。每个事件的成功背后的组织都具有良好形象，这项是永远存在的。无论是在整个员工努力还是各级协作努力，这将有助于推动服务质量和效率的发展。由于中国游客在水门市场购物。这个服务主要是在白金时装商场的商人。水门区逛街买衣服可以发送全国。交易商和有关部门应有的一定的文化知识，以及有关听，说，读，写中文的能力，服务态度好。为了让中国游客有良好的心态来到这里购物，并且满载而归。很多人认为英语是很重要的，但是现在要是谁会除了英语外第三门语言，这将成为他在竞争中的优势，中文是全世界人口使用最多的语言，不是因为很多人都想和中国人交流，而是因为中国人口多，面积大，发展迅速，有希望在 2020 年的时候主导世界的经济，中文对于泰国来说是必不可少的，因为进入泰国的中国游客越来越多，对于中文的需求也慢慢变大。

根据在曼谷水门市场的中文服务进行调查发现，商家在提供服务的时候还不能提供很好的正确的中文服务，导致中国游客会很失望，但是只是部分因素而已。还有其他的因素，例如告示标识牌。这些让我们看到，水门服装市场为提供中文服务给中国游客做了很多努力，如果这样发展，中文将成为我们日常的必需品，但是使用中文沟通的主要原因是因为不能丢失国外顾客，提供中文服务是商家吸引中国游客的策略。这次的调查研究目的是为了探索中文服务在曼谷水门市场的使用程度和中国游客在这里购物的满意度。分析总结商家在这里提供的服务。让他们了解提供中文服务的好处，分析并总结当中遇到的问题。并提出自己的一些解决这些问题的意见和方法，让中国游客得到更好的服务。我们也会清晰的看到，在水门市场提供中文服务的好处，让我们也相信在未来的几年当中，水门市场将会成为整个曼谷提供中文服务最多的地方之一，但是不管怎样，商家将会是自己的中文水平提高，中文服务提高，让自己能听，能看，能读，能说，这是让泰国人发展中文服务提高中文水平的方式之一。接下来商家拥有提供中文服务的能力给中国游客，这就增加了在水门市场购物和旅游品质。

水门服装市场调查报告总结：经调查研究表明，就如同前面分析的一样，服务、质量、促销、文化等市场环境对曼谷水门市场服装行业发展都有一定的影响，并且在这个行业内消费群体数量不断上升，发展潜力日益增大，产品在市场上的地位也越来越稳，居市场前沿，通过产品的不断改善和发展，相信以后的市场道路会更加宽敞和广阔。根据曼谷水门服装市场调查分析，由于游客上升，在服装市场消费者的需求正在增加。在现代服装类型的选择上，追求的是服装的舒适程度，而并非只是注重潮流品牌而已。价格是决定人们购买服装与否的又一重要影响因素。人们普遍认为，当今服装批发市场普遍存在的问题是产品档次低、产品质量不高、卫生条件不好等。这些问题都是服装市场急需解决的问题。这也表明，消费者的要求在不断提高，他们希望在一个产品档次高、产品质量硬、金融设施齐全、购物环境舒适的服装批发市场进行采购服装采购。

论文未来还可以研究内容的：对服装市场商务汉语服务量可以进一步行细分，客户需求也可以增加，进一步研究变量之间的关系，扩大样本的人群。

参考文献

- [1] 刘国联. **服装心理学**. 第四次印制. 苏州: 苏州望电印制有限公司, 2012.
- [2] 宁俊. **服装企业客户关系管理**. 第一次印制. 北京: 中国纺织出版社, 2008.
- [3] 宁俊. **服装市场调查方法与应用**. 第一次印制. 北京: 中国纺织出版社, 2008.
- [4] GGOG 吉帝旅游网站. **“曼谷水门市场 Pratum Market”** [online],
(<http://thailand.ggogo.com/tour/shopping/.marketplace/pratumam.html>).
- [5] 曼谷网络, **“曼谷白金时尚购物中心”** [online],
(<http://www.bangkok.com/cn/shopping/platinum/#>) .
- [6] 南博网, **“泰国纺织服装业的发展前景”** [online],
(http://www.caexpo.com/special/economy/Textile_Clothing/qj.html).
- [7] 中国—东盟博览会官方网站, **“迎难而上: 泰国服装行业积极应对挑战”**
[online], (http://www.caexpo.org/gb/cafta/t20130308_106755.html)
- [8] 环球网站, **“中国游客在泰国真实形象调查 不文明遭频繁曝光”** [online],
(<http://world.huanqiu.com/exclusive/2015-05/6345954.html>) .
- [9] สุวิธ สาดสังข์. การจัดการสินค้าแฟชั่น. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.teacher.ssru.ac.th>
- [10] สำนักข่าวเอซีนิวส์. ศูนย์ค้าส่ง"เร่งปลุกย่านประตูน้ำ เป็น "เดสทินเนชั่น" ดึงต่างชาติ. [ออนไลน์],
แหล่งที่มา: <http://www.acnews.net>
- [11] หฤทัย ใจน้อย. ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง. (2015). **ข้อป
แชรและเกาะกระแสนิยม พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนที่ควรเรียนรู้ เพื่อสร้างรายได้**. [ออนไลน์],
แหล่งที่มา: <http://www.thaibizchina.com>
- [12] อักษรศรี อติสุธาโกชน. ศูนย์วิจัยยุทธศาสตร์ไทย-จีน. (2012). **นักท่องเที่ยวจีนแชมป์ขาช้อปปิ้งบันลือ
โลก**. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.vijaichina.com>
- [13] อิงค์ควิตี. **จะขายสินค้าอะไรให้ลูกค้าชาวจีนดี**. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://incquity.com>

附录

曼谷水门服装市场汉语服务调查分析

您好！

我是华侨崇圣大学的学生，目前正在进行一项有关于曼谷水门市场的汉语应用调查，希望您能协助我做好这次调查。该问卷不记名，回答无对错之分，务请您照实回答。谢谢！

第一部分：消费者基本情况调查

1. 您的性别是：

男

女

2. 您的年龄段是：

20-29 岁

30-39 岁

40-49 岁

50 岁以上

3. 您从事什么工作：

公务员

业主

自由职业

公司职员

大学生

无业或退休

4. 您的教育程度是：

研究生及以上

本科

大专

高中/初中

第二部分：对曼谷水门服装市场的汉语应用问卷调查

(选单选题)

项目	满意度				
	很满意	比较 满意	一般	不太 满意	很不 满意
	5	4	3	2	1
1. 交通方便					
2. 停车场很广泛和便利					
3. 市场购物的舒适情况感到					
4. 销售商品的质量					
5. 商品品种丰富，可以买到您需要的商品					
6. 商品的时尚度感觉					
7. 促销活动是有创意、有吸引力					
8. 促销的商品(实物)与广告相符感觉					
9. 对于商场的促销、优惠活动很感兴趣					
10. 市场购物环境气氛让人感觉舒适（如促销、广播等的声音、灯光设置、海报等）					
11. 商人的服务语言沟通能力					
12. 商人的微笑服务、礼貌用语服务程度					
13. 市场产品中有用中文说明，如标价、产品性能、产品使用方法等。					
14. 泰国导游让中国游客了解到水门市场的产品、价格、促销。					
15. 中国游客过来水门市场购物对员工服务的满意度					

您对加强中文服务的建议：

.....

.....

感谢您的合作

曼谷水门市场商家与人员使用汉语服务问卷调查

1. 您的中文听力如何？

很强 强 一般 差 很差

2. 您的中文口语如何？

很强 强 一般 差 很差

3. 您的中文阅读能力如何？

很强 强 一般 差 很差

4. 您的中文写作水平如何？

很强 强 一般 差 很差

5. 您经常使用中文吗？

很多 多 一般 少 很少

6. 您的工作或商务活动需要使用中文吗？

需要 不需要

7. 您的工作或商务活动组要使用中文最重要的是什么？

销售 服务 其他.....

8. 您认为水门市场商家和服务人员总体中文应该情况如何？

非常好 一般 应该调整

9. 您认为应该如何提高水门市场商家和服务人员总体中文应用水平？

给商家和人员培训汉语 商家和人员自己提升中文

政府促进商家和人员使用中文 其他.....

10. 您对中国文化了解情况如何？

很强 强 一般 差 很差

致谢

本次经过两年多时间筹划，能够顺利完成要感谢许多人的支持与配合。在每一个阶段里，我都刻苦钻研和课题相关的论文，我终于完成了《曼谷水门服装市场汉语服务研究》的论文。

本次经过两年多时间筹划，能够顺利完成要感谢许多人的支持与配合。首先要感谢华侨崇圣大学商务汉语这个专业，给我有机会学习与让我的汉语水平增加了很多商务汉语方面的知识。还要感谢李严锋教授。李老师在论文的写作中给予了许多指导与建议，谨在此表示衷心的感谢。

感谢一直关心与支持我母亲和我的同学和朋友们！感谢你们的鼓励和帮助。两年来，我们朝夕相处，共同进步，感谢你们给予我的所有关心和帮助。我将终生难忘！

陈书陶

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล นางสาวบุญญาพร บุรณภักดี (陈书陶)
วัน เดือน ปีเกิด 3 ตุลาคม 2532
ที่อยู่ปัจจุบัน 95/3 หมู่ 4 ตำบลท่าไม้ อำเภอกะทู้มแบน
จังหวัดสมุทรสาคร 74110

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2551 - 2554 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาจีนธุรกิจ)
西南大学 人文学院 商贸汉语专业

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานในปัจจุบัน

พ.ศ.2555 - ปัจจุบัน ครูพิเศษ (ภาษาจีนกลาง)