



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การศึกษาการใช้ภาษาจีนธุรกิจนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศไทย :
กรณีศึกษา บริษัท ไทยฮาเบล อินดัสเตรียล จำกัด

HOME APPLIANCES OF BUSINESS CHINESE IN IMPORT INDUSTRY :

A CASE STUDY OF THAI HABEL INDUSTRIAL CO., LTD.

泰国家电进口公司商务汉语应用研究
——以 THAI HABEL INDUSTRIAL 公司为例

วรัญญา สุทธิธารกุล
(郑巧昱)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2561

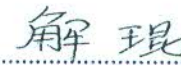
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ


การศึกษาการใช้ภาษาจีนธุรกิจนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศไทย :
กรณีศึกษา บริษัท ไทยฮาเบล อินดัสเตรียล จำกัด
HOME APPLIANCES OF BUSINESS CHINESE IN IMPORT INDUSTRY :
A CASE STUDY OF THAI HABEL INDUSTRIAL CO., LTD.
泰国家电进口公司商务汉语应用研究
--以 THAI HABEL INDUSTRIAL 公司为例


วรัญญา สุทธิธารกุล (郑巧昱)


บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบและอนุมัติให้
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)
เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2561


.....
Assoc. Prof. Dr. Shang Hongyan
ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ


.....
Assoc. Prof. Dr. Xie Kun
อาจารย์ที่ปรึกษา


.....
Prof. Dr. Li Yanfeng
กรรมการ


.....
Assoc. Prof. Dr. Fan Jun
กรรมการ


.....
Assoc. Prof. Dr. Xie Kun
กรรมการ


.....
Dr. Zhao Ping
กรรมการ


.....
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
กรรมการ


.....
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)


.....
รองศาสตราจารย์อัสยา จันทรวินิจฉัย
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย


.....
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

การศึกษาการใช้ภาษาจีนธุรกิจนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศไทย :
กรณีศึกษา บริษัท ไทยฮาเบล อินดัสเตรียล จำกัด

วรัญญา สุทธิธรรกุล 596057
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)
คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: XIE KUN, Ph.D.

บทคัดย่อ

เนื่องด้วยอิทธิพลการพัฒนาเศรษฐกิจของจีนที่รวดเร็วได้ส่งผลกระทบต่อทั่วโลกจีน จึงได้กลายเป็นสมาชิกการค้าด้านตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าที่สำคัญอย่างยิ่ง ในขณะที่ไทยได้ดำเนินการค้าด้านธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนกับจีนนั้นภาษาจีนในเชิงธุรกิจก็ได้กลายเป็นภาษาการค้าที่สำคัญด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะในด้านการเจรจาธุรกิจหรือการดำเนินการทางธุรกิจต่าง ๆ หรือผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมทางธุรกิจ แม้ว่าประเทศไทยจะใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาทางการในการดำเนินการค้าและทุกประเทศที่ต้องทำการค้ากับจีนแบบใกล้ชิดก็มักจำเป็นต้องใช้ภาษาจีนเป็นหลักโดยเฉพาะไทยจีนที่มีความสัมพันธ์ด้านการค้าที่นับวันยังมีความแน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น ภาษาจีนเชิงธุรกิจจึงถือเป็นภาษาหลักในการดำเนินการ วิทยานิพนธ์เล่มนี้จึงได้นำเสนอการดำเนินกิจการเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนของไทยและที่สำคัญคือการดำเนินการด้านการนำเข้าและส่งออกของจีน

บริษัท ไทยฮาเบล อินดัสเตรียล จำกัด เป็นบริษัทของไทยที่เป็นผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศไทย ภายใต้แบรนด์ของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็น Kimisui Kimura Onida protech รวมถึงแบรนด์ของตัวเองอย่าง altron บริษัทมีความมุ่งหวังอย่างยิ่งที่จะทำให้คุณภาพสินค้าของเครื่องใช้ไฟฟ้ามีคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น ภายหลังจากที่บริษัทได้สะสมประสบการณ์การผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าภายใต้แบรนด์อื่นมาพอสมควร บริษัทจึงเล็งเห็นถึงศักยภาพที่สมควรแก่การเติบโตจึงได้สร้างแบรนด์ของตัวเองอย่าง altron ขึ้นมา พร้อมทั้งมีการติดต่อการค้ากับประเทศจีนเพื่อนำเข้าอะไหล่ที่มีราคาถูกเหมาะสมกับราคาและกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ที่ต้องการจะเจาะกลุ่มตลาดกลางถึงระดับล่าง ดังนั้นภาษาจีนจึงเป็นปัจจัยสำคัญมากในการติดต่อสื่อสารกับคู่ค้าคนจีน

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อแสดงให้เห็นถึงระบบการทำงานระหว่างพนักงานจัดซื้อคนจีน และซัพพลายเออร์คนไทย ของบริษัท ไทยฮาเบล อินดัสเตรียล จำกัด วิเคราะห์ถึงปัญหา จุดแข็ง จุดอ่อน ทางการค้าเนื่องจากพนักงานจัดซื้อในประเทศไทยมีความรู้ทางเทคนิคไม่มากพอรวมถึงการวิเคราะห์ทักษะทางภาษาของพนักงานทุกคน ประเมินความเสี่ยง ปัจจัยที่อาจทำให้เกิดการกระทบกระทั่งกัน เนื่องจากวัฒนธรรมและประเพณีของทั้งจีนและไทยมีความแตกต่างกัน เพื่อขจัดความเข้าใจผิด หลีกเลี่ยงความขัดแย้ง การประนีประนอมและความเข้าใจซึ่งกันและกัน และเพื่อให้ทั้งสองฝ่ายได้สามารถจับมือร่วมกันเพื่อพัฒนาองค์กร พัฒนาคุณภาพสินค้า และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัทได้

คำสำคัญ: ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศไทย ภาษาจีนในธุรกิจ บริษัทไทยฮาเบล

HOME APPLIANCES OF BUSINESS CHINESE IN IMPORT INDUSTRY :

A CASE STUDY OF THAI HABEL INDUSTRIAL CO., LTD.

WARUNYA SUTHITARNKUL 596057

MASTER OF ARTS (CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: XIE KUN, Ph.D.

ABSTRACT

Due to the influence of rapid economic development in China has affected the world. China has become a major consumer electronics market. While Thailand is engaged in household electrical appliances business with China. Business English has become a major trading language as well. Whether in business negotiations. Or business processes. Or the impact on business culture. Although Thailand uses English as the official language in the trade. And all countries that have to trade with China closely. It is often necessary to use Chinese. Especially in Thailand, China has more and more trade relations. Business Chinese is the main language in the operation. This thesis presents the operation of household electrical appliances in Thailand. And most important is the implementation of China's import and export.

Thai Habel Industry Co., Ltd. is a Thai company that manufactures electrical appliances in Thailand under the brand of Kimisui Kimura Onida protech. It also has its own brand, Altron. The company has a strong desire to make high quality electrical appliances . Historically, after the company has accumulated a lot of experience in the production of electrical appliances under other brands, it recognized the potential for growth. Hence, it created its own brand Altron. It made trade contacts with China to import cheaper spare parts for lower production cost leading to cheaper product prices. It wants to penetrate the middle market to the bottom. Making contacts in China makes chinese language a very important factor in communicating with their Chinese partners.

This research is designed to demonstrate the working relationship between Chinese suppliers and Thai purchasing staff of Thai Habel Industrial Company Limited. The company's staff however does not have enough chinese language skills . Risk assessment showed that it could be a factor that may cause misunderstanding considering the difference of culture and tradition between China and Thailand. Learning chinese language may eliminate misunderstandings and avoid conflict so that both sides can work together very well. It will help develop the organization's product quality improvement and help achieve the company's objectives

Keywords: Home appliances Industry, Business Chinese, Thai Habel company

泰国家电进口公司商务汉语应用研究

——以 THAI HABEL INDUSTRIAL 公司为例

郑巧昱 596057

文学硕士学位（商业汉语）

指导教师：解琨 博士

摘要

由于中国经济的快速发展和中国经济对全球的影响，中国已经成为家电行业市场中的一个重要贸易成员。泰国在家电行业与中国企业进行商业贸易时，商务汉语成为一个重要的商务语言，已起到越来越重要的作用。如在与中国的商务谈判中的运用，同中国的进出口贸易中的运用，对经济和文化的影响等。虽然在泰国以英语为通用语言，各国与中国在经济方面的交往越来越紧密，商业汉语将被广泛使用。特别是泰国与中国的经贸关系非常密切，商业汉语在经贸领域中的作用更显重要。

Thai Habel 行业有限公司是一家泰国家电公司。在 Kimisui Kimura Onida Protech

旗下创建了自己的品牌altron。为了拥有更有竞争优势的价格，公司从中国进口更便宜的零配件与中国一直保持着贸易往来，使用中文沟通与中国合作是很重要的

本研究旨在研究中国销售人员与 ThaiHabel 行业有限公司采购部门之间的工作关系，汉语应用方面的优势和劣势。包括分析所有员工的语言技能，评估导致双方误会的风险。中国和泰国的文化有差异，要消除误解及避免冲突，让双方相互沟通和理解。努力加强管理、改进产品质量，实现公司的目标。

本论文选题是泰国在家电进口的汉语使用调查，说明职员汉语能力，以及汉语在公司中的作用和重要性，此外公司在泰国家电企业的发展，以及调查职员在沟通的渠道和在沟通中存在的问题，找出公司在文化语言文化方面差异，解决和应对的策略。

关键词：泰国家电行业，商务汉语，Thai Habel 公司

目 录

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
摘 要	III
目 录	IV
图表目录	V
绪 论	1
一、选题的背景及研究意义	1
二、与论文选题有关的国内外研究综述	3
三、主要研究的目的、方法、内容和创新性	6
第一章 泰国家电行业进口发展现状	8
第一节 泰国在东盟贸易上的地位	8
第二节 国外家电行业发展状况	9
第三节 泰国本土家电 Thai habel 的发展状况	12
第二章 泰国 Thai habel 商业汉语应用发展情况的调查分析	15
第一节 商务汉语在泰国的重要性	15
第二节 Thai habel 参加中国进出口商品交易会的情况	16
第三节 泰国 Thai habel 家电公司的汉语应用情况	18
第四节 泰国 Thai habel 家电汉语使用人员情况调查	36
第三章 泰国 Thai habel 公司家电公司汉语应用调查存在的问题及建议	52
第一节 对泰国 Thai Habel 公司家电公司汉语应用调查的评估	52
第二节 泰国家电公司汉语应用中存在的问题	53
第三节 泰国家电公司汉语运用的建议	54
结 论	56
参考文献	57
附录	58
致谢	64
ประวัติผู้เขียน	65

图表目录

图 1.3.1: Altron 泰国的电视品牌	11
图 1.3.2: Thai habel 公司的产品	12
图 1.3.3: Thai habel 公司的工厂	12
图 2.3.1: 中国供应商性别的统计	18
图 2.3.2: 中国供应商年龄的统计	18
图 2.3.3: 中国供应商工作部门的统计	19
图 2.3.4: 中国供应商工作种类的统计	19
图 2.3.5: 中国供应商最高学历的统计	20
图 2.3.6: 中国供应商工作经验的统计	20
图 2.3.7: 中国供应商使用语言的统计	21
图 2.3.8: 中国供应商国籍的统计	21
图 2.3.9: 中国供应商公司状态的统计	22
图 2.3.10: 中国供应商公司人数的统计	23
图 2.3.11: 中国供应商出口方面的统计	23
图 2.3.12: 中国供应商向泰国顾客的统计	24
图 2.3.13: 中国供应商对泰国公司合作年数的统计	24
图 2.3.14: 中国供应商出口到国外的统计	25
图 2.3.15: 中国供应商出口到泰国的统计	26
图 2.3.16: 中国供应商去泰国一年拜访顾客的统计	26
图 2.3.17: 中国供应商认识顾客的统计	27
图 2.3.18: 中国供应商参加过泰国展会的	27
图 2.3.19: 中国供应商对语言水平的情况	28
图 2.3.20: 中国供应商认为泰国的员工对各个知识的情况	29
图 2.3.21: 中国供应商对泰国员工的物流知识的情况	29
图 2.3.22: 中国供应商对泰国员工的海关资料的知识情况	30
图 2.3.23: 中国供应商接受泰国员工的需求情况	30
图 2.3.24: 采购人员讲中文的重要性	31
图 2.3.25: 采购人员对进出口方面的重要性	31
图 2.3.26: 采购人员对科技专门词汇的重要性	32
图 2.3.27: 采购人员对各个文件内容写中文的重要性	32
图 2.3.28: 采购人员对礼貌方面的重要性	33

图 2.3.29: 采购人员对沟通方面的重要性	34
图 2.3.30: 采购人员对面对面谈判的重要性	34
图 2.3.31: 采购人员去中国参观的重要性	35
图 2.3.32: 采购人员商务谈判后一起吃饭的重要性	35
图 2.3.33: 采购人员一起唱 KTV 的重要性	36
图 2.4.34: Thai Habel 公司员工的性别	37
图 2.4.35: Thai Habel 公司员工的年龄	37
图 2.4.36: Thai Habel 公司员工的工作种类	38
图 2.4.37: Thai Habel 公司员工的最高学历	38
图 2.4.38: Thai Habel 员工的工作经验	39
图 2.4.39: Thai Habel 员工在贸易使用的语言	39
图 2.4.40: Thai Habel 员工的职位	40
图 2.4.41: 中国供应商的性别	43
图 2.4.42: 中国供应商的年龄	43
图 2.4.43: 中国供应商的工作种类	44
图 2.4.44: 中国供应商的最高学历	44
图 2.4.45: 中国供应商的工作经验	45
图 2.4.46: 中国供应商使用的语言	45
图 2.4.47: 中国供应商的职位	46

绪论

一、选题的背景及研究意义

由于中国经济的快速发展和中国经济对全球的影响，中国已经成为家电行业市场中的一个重要贸易成员。泰国在家电行业与中国企业进行商业贸易时，商务汉语成为一个重要的商务语言，已起到越来越重要的作用。如在与中国的商务谈判中的运用，同中国的进出口贸易中的运用，对经济和文化的影响等。虽然在泰国以英语为通用语言，各国与中国在经济方面的交往越来越紧密，商业汉语将被广泛使用。特别是泰国与中国的经贸关系非常密切，商业汉语在经贸领域中的作用更显重要。论文选题的主要来源是泰国的家电行业的经营状况，特别是与中国进行进出口贸易情况。

自 2001 年中国加入国际世界贸易组织(WTO)以来，中国经济快速发展,国际地位不断提高,特别是自 2010 年 1 月 1 日中国和东盟自贸区的正式建成后,泰国和中国的贸易更加便利,泰中两国贸易发展开始进入一个崭新的阶段。据泰国海关统计,2017 年泰国货物进出口额为 4605.1 亿美元,比上年(下同)增长 12.5%。其中,出口 2359.3 亿美元,增长 10.4%;进口 2245.8 亿美元,增长 14.7%。贸易顺差 113.6 亿美元,下降 36.5%。¹

在泰国进口贸易方面,主要商品普遍增长,其中机电产品,矿产品和贵金属及制品是泰国的主要进口商品,2017 年 1—3 月进口额分别为 161.6 亿美元,75.3 亿美元和 71.2 亿美元,增长率分别增长 1.7%,49.1%和 29.4%,三类产品合计占泰国进口总额的 58%。此外,化工产品进口 44.1 亿美元,增长 14.2%,贵金属及制品进口 35.7 亿美元,增长 86.2%,运输设备进口 35.1 亿美元,下降 3.5%,三类产品分别占泰国进口总额的 8.3%,6.7%和 6.6%。

两国进出口贸易的产品结构也在不断优化,呈现优势互补,互利双赢的格局。机电产品在双边贸易中所占比重最大,增长稳健。电子产品是 2017 年双边进出口第 1 大产品,机械是双边进出口第 2 大产品。上述两类产品占泰国对华出口总额的 76.1%,占泰国自华进口总额的 61.8%,其中,2017 年中国电子产品自泰国进口的增幅很多。塑料及其制品是泰国对华出口的重要产品,占泰国对华出口总额的 7.3%,此外,在双边主要进出口产品结构中,塑料及其制品正日益成为双边贸易的主要产品,双边产品结构进一步优化。

泰中两国良好的双边贸易关系,给予那些掌握汉语的学生更多的就业机会。许多人开始重视汉语,努力学习汉语,希望在就业时具备更好的竞争力。同时,中

¹ 泰国网络:泰国家电行业(อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า)

国是一个经济发达的国家，世界各国都想进入中国市场，泰国也不例外。近年来，泰国与中国合作的企业越来越多，作为一种沟通的桥梁，汉语在泰中两国的商务沟通和商务交流中越来越显示出其独特的魅力。另外，世界上使用汉语的人群日益增多，除了中国大陆、香港、台湾地区以外，还有新加坡、马来西亚与东南亚国家的华人社团。泰国要想和其周边的东南亚国家更好地开展贸易活动，势必需要更畅通的交流与合作，无疑汉语将在其中起到举足轻重的作用。与周边国家开展经济贸易的需求，提升了汉语尤其是商务汉语在泰国的地位。汉语与择业需要联系在一起，因此不仅成为学习的需要，也成为现实工作的需要。泰国的许多大学创办了商务汉语专业。目前，商务汉语教学对泰国人而言越来越重要，不只是大学生热衷于学习商务汉语，而且更多的社会人士也开始学习商务汉语。为了满足他们的需求。各种汉语培训班也纷纷开设商务汉语课程，有的甚至将其作为主要培训项目。总之，目前泰国商务汉语教学的重要性还比不上商务英语教学，但随着中国经济的快速发展。未来商务汉语教学在泰国大学变得重要也不是不可能事情。

目前，汉语在泰国的人气是仅次于英语的外语，在企业中和社会上倍受重视。在英语教学市场日趋饱和的状态下，汉语教育市场存在着巨大的潜力。这主要表现在泰国和中国贸易额逐年增多。泰国商务人员不仅要会讲英语，还要具备用汉语进行沟通和进行商务谈判的能力。因此，掌握商务汉语的人才，就能成为与中国企业进行商务工作或活动的骨干力量。商务汉语课程不仅能促进泰国学生掌握必要的商务汉语知识和商务知识，更重要的是培养泰国学生在中国商务环境下，能够在经济贸易领域和中国人从事商务相关的工作，熟练运用商务知识与汉语技能的能力。很多学习商务汉语的泰国大学生在毕业后都能从事商务、外事工作，特别是外贸工作。任何人若能掌握好商务汉语，就等于为自己开辟了新的就业机会。因此，泰国学者对商务汉语的需求日益增多。如果能让泰国学生有一定掌握商务汉语的知识是非常必要的。

本论文选题的意义是泰国在家电进口的汉语使用调查，说明职员汉语能力水平，以及汉语在公司的作用和重要性，此外公司在泰国家电企业的发展，以及调查职员在沟通的渠道，和在沟通中存在的问题，而找出在公司的文化语言文化差异，解决和应对的影响。

二、本选题研究领域国内外的研究动态及发展趋势

有关分析研究家电行业在泰国贸易的论文，从不同研究者与不同的视角展开了多方面、多方位的研究。根据目前所掌握的资料，有关商务汉语在经济领域中的作用的论文，对家电行业在泰国经营情况的研究涉及到以下几个方面：

1. 有关泰国商务汉语应用研究

施美芳^[1](2016年)的论文研究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。

陈幸娟^[2](2016年)。中国游客已经成为赴泰国旅游的第一大客源国，普吉成为中国游客的第一个目的地。因此，普吉岛高级酒店为中国游客提供汉语服务越来越重要。随着泰国普吉岛旅游业及酒店业的快速发展，要求酒店服务人员能够用汉语为中国游客提供服务，对服务人员与游客交流的汉语语言要求越来越高。例如：针对中国游客发放资料，或者给中国游客一些建议，这些需要提供汉语服务。所以，普吉岛的高级酒店提供汉语服务，就会吸引更多中国游客来普吉旅游。

文美珍^[3](2014年)认为泰国经济依赖中国经济，目前中国是泰国第一大出口市场，中国是泰国的第二大进口来源国。泰国和中国之间每天都有着密切的往来，充斥在各行各业，包括贸易、投资、旅游、教育和文化等。因此，如何使用和培养好商业汉语人才，对于发展中的泰国企业来讲，至关重要。论文以泰国福协公司为例，分析说明该公司注重使用和培养了汉语人才，不断扩大与中国的经贸业务，使公司在利润上快速增长。该公司的发展证明了企业在与中国进行商务往来时，汉语人才的需求和商业汉语的使用是非常重要的。在泰国不仅是泰国福协公司，对于所有想要与中国做生意的泰国企业而言，运用商业汉语与中国发展业务联系都是必不可少的。一方面中国与东盟经贸来往越来越紧密，另一方面东盟经济一体化的到来，都更加促进了泰国对汉语人才的需求。

^[1] 施美芳，《泰国OPPO公司泰籍职员汉语应用研究》，2016年

^[2] 陈幸娟，《普吉高级酒店业汉语服务应用研究—以普吉斯攀瓦酒店和普吉安纳塔拉度假俱乐部为例》，2016年

^[3] 文美珍，《东盟经济一体化对泰国汉语人才的需求》，2014年

巫蕊^[1] (2015年) 研究工银泰国是中国工商银行是中国最大的银行, 是世界上市值最大的银行。工商银行(泰国) 成立多年来取得了可喜可贺的成绩, 成功搭建了中泰贸易往来的桥梁。工商银行(泰国) 在泰国重视大中企业的客户, 而中小企业及个人的交易, 因为在泰国的中国公司已有不少, 工商银行(泰国) 能给他们提供资金及服务。因此, 语言也是沟通方式的最重要因素之一。其中, 汉语在银行服务中是影响银行的客户服务重要的因素。

郑美丽^[2] (2017年)。随着泰国旅游业的飞速发展, 2016年外国游客来泰国的数量持续增长, 特别是中国游客达到875万人次, 比上年同期也增长10.34%。这极大地促进了泰国的经济发展, 而让当地企业家获得了巨额利润。因此, 语言是沟通方式的最重要的形式和手段, 对促进旅游产业的发展起着十分重要的推动作用。这里的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详细信息。

2. 有关汉语能力标准

张宇^[3] (2013年)。随着中国在国际中的地位日益提高, 世界各地学习汉语的人也逐渐增加, 泰国国内学汉语的人数也大幅提升, 泰国的诗琳通公主正是泰国人学习汉语、了解中国文化的杰出代表, 她在泰国推广汉语教学中做出了巨大的贡献。近几年, 继朱拉隆功大学孔子学院建立后, 中泰双方建立了11所孔子学院, 泰国的小学、初高中、大学和职业学校也都纷纷开设了孔子课堂。本文选用《体验汉语·生活篇》这本教材来做辅助, 考察在泰国这个非汉语的环境下任务型教学法在课堂中应用的实践性和可行性。

陈书陶^[4] (2016年)。通过对曼谷水门服务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沟通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。

[1] 巫蕊, 《中国工商银行(泰国) 本土化经营的汉语服务研究》, 2015年

[2] 郑美丽, 《曼谷辉煌区唐人街与耀华力路唐人街的商业汉语应用的比较研究》, 2017年

[3] 张宇, 《基于《体验汉语·生活篇》的任务型教学设计与应用研究——以泰国华富里技术学院为例》, 2013年

[4] 陈书陶, 《曼谷水门服装市场汉语服务研究》, 2016年

HATHAIKARN MANGKORNPAIBOON^[1] (2012 年)。本研究以泰国大中小汉语学习者的汉语能力、相关语言能力标准和汉语教学大纲以及泰国汉语能力标准为研究对象,通过运用全球视野比较法、宏观综合分析法、文献分析法以及问卷访谈调查法对泰国汉语教学实际情况进行了深入考察、对相关语言能力标准和汉语教学大纲进行学习分析,进而对泰国汉语能力标准进行了探讨。

3. 有关泰国人汉语培训

韩晓晴^[2] 2016 年近年认为泰国的汉语传播速度越来越快。在语言学习中,人们认为只掌握母语已经不能跟随得上社会发展的脚步和满足社会发展的需要,学习第二语言变得越来越重要。在泰国,除了英语以外,汉语已经成为一门重要的外语,将近七百所大中小学校都开设了汉语课程。泰国教育部认为汉语对泰国经济发展有很大的促进作用,因此促进汉语教学在泰国的发展,已经成为国家发展战略之一。为了提高泰国人的汉语语言技能,近年来也打算开设比以往更多的汉语培训班。泰国北部靠近中国,因此泰北受到了中国文化、中国经济等很多方面的影响,且泰国北部生活着很多华人,华人带来的中国文化习俗和泰国北部人民生活相互融合。在泰国,能学习中文的机构除了大学、中学之外,汉语培训班也有很多,并挑起汉语教学的重担,也是泰国学生学习汉语的重要机构。

刘梓晗^[3] 2014 年,认为国家汉办派往泰国的汉语教师志愿者已超过 14000 人。在汉语作为第二语言的教学活动中,一套优秀的教材显得尤为重要。《体验汉语》系列教材是中泰两国合编的汉语教材,由泰国教育部和中国驻泰使馆在全泰国范围内重点推广,是目前泰国使用最为广泛的汉语教材之一。以《体验汉语》高中系列教材为关注对象,通过对课文、语音、词汇、语法、汉字、练习等六个方面的分析研究,总结出这套教材本身的优点和不足。作为一套系列汉语教材,《体验汉语》题材丰富多样,语言真实自然,词汇和语法等级适合初学者,练习活动设计巧妙,能够在交际中提高学生的汉语水平,但同时也存在一些不足,如教材中没有对词汇的词性作出标注,没有专门的语法板块,第三册教材难度提升过大等,这无疑会给教学活动带来一些困难。

艾成浩^[4] (2014 年)近年来泰国亚洲航空公司发展越来越扩大,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,泰亚航空公司聘请来大约 550 位空服员,但是大部分的空服人员都没有汉语技能。如若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。在 240 位空服员的

[1] HATHAIKARN MANGKORNPAIBOON, 《泰国汉语能力标准的研究》2012 年

[2] 韩晓晴, 《泰国清迈汉艺书院汉语培训班教学情况调研》2016 年

[3] 刘梓晗, 《泰国高中汉语教材体验汉语文本研究》2014 年

[4] 艾成浩, 《泰国亚洲航空空服人员汉语服务情况的调查研究》2014 年

对象内，只有 11 位空服员（4.6%）学习过汉语，另外 229 位空服人员（95.4%）都没有学习过汉语。所以在工作中空服人员都遇上汉语使用的问题。另外 193 位空服人员（80.4%）需要学习汉语，47 位空服人员（19.6%）不需要学习汉语。空服人员最需提高汉语口语与听力的技能。最后 215 位空服人员（89.6%）认为如果有汉语技能，他们的工作会更有效率。另外 25 位空服人员（10.4%）有不同的想法，他们认为汉语技能和工作效率没有关系。

全玉嬿^[1] (2015 年) 认为泰国汉语培训机构的培训模式多样、培训内容实用、培训范围广泛, 因而受到广大学生和家长们欢迎。但是当前泰国的这些培训机构也存在诸多不足之处。针对这些问题, 相关的政府部门和机构自身都应采取相应的措施来完善培训机构的管 理, 如政府部门可以设立有效的评估措施, 对培训机构进行及时有效的评估, 进而督促其发展; 培训机构自身可以调查和分析培训需求, 并尝试新的管理和授课方式来提 高课堂效果等。

三、本选题的研究目的、方法、 技术路线、内容、要解决的关键问题

1. 研究的目的

本论文研究的目的是分析商务汉语在经济领域中的作用, 泰国家电行业运用商务汉语的情况和现状, 调查在泰国家电进口行业中应用商务汉语情况的反馈, 调查在泰国家电进口行业的工作人员与中国的供应商使用商务汉语的要求, 以及泰国家电行业的工作人员对中国供应商使用汉语水平的要求, 对未来泰国家电行业中商务汉语人才的要求趋势作出预测。

2. 研究的方法

1. 采用问卷调查法, 该方法是调查者运用统一设计的问卷向被选取的调查对象了解情况或征询意见的调查方法。

2. 文献归纳法, 是指通过对文献内容的分析, 来揭示文献所反映事物的性质, 本质特征及其发展规律的方法。

3. 研究的主要内容

研究方法主要是根据所掌握的有关泰国家电行业的经营情况的资料和商业汉语的作用, 对相关资料进行理论分析, 对比分析研究、家电进口行业在泰国贸易

^[1] 全玉嬿, 《关于泰国部分城市的汉语培训机构的调查报告》, 2015年

公司的发展情况，中国的家电出口方面对泰国公司的影响，通过分析发展问题，进而探求解决问题的措施。

1. 泰国家电行业商务汉语应用现状
2. 商务汉语应用存在的问题
3. 提出解决的方法和改进措施

第一章 泰国家电行业进口发展概况

第一节 泰国在东盟贸易上的地位

泰国处于中南半岛，可以说是东南亚大陆中心，也是东盟一个重要的运输及物流基地。泰国有 30 多个省份分别与缅甸、老挝、柬埔寨及马来西亚接壤。随着中国以及东盟生产成本不断上涨，越来越多外资商务转到湄公河区域生产成本比较低的国家，尤其是越南及缅甸。虽然外资企业往往在东南亚物色其他生产基地，但泰国还是保持制造业的国家以及中南半岛主要物流的地位。

东南亚国家联盟简称东盟，前身是由马来西亚、菲律宾和泰国三个国家，开始 1961 年 7 月 31 日在曼谷成立的东南亚联盟。1967 年 8 月 8 日，印度尼西亚、泰国、新加坡、菲律宾四个国家外长和马来西亚副总理在曼谷举行会议，发表了《东南亚国家联盟成立宣言》，即《曼谷宣言》正式宣告东盟成立。东盟的宗旨和目标是平等与合作精神，共同努力促进本地区的经济增长、社会进步和文化发展，为建立一个繁荣、和平的东南亚国家共同体奠定基础，以促进本地区的和平与稳定。

40 多年来，东盟不断发展，经济实力和影响力加强，在推动一体化和提升整体实力方面稳步前行。2007 年 1 月，第 12 届东盟首脑会议决定在 2015 年建成以安全、经济和社会文化共同体为支柱的东盟共同体。2008 年 12 月，《东盟宪章》生效，明确了建设东盟共同体的发展方向和目标。

在东盟的经济方面，泰国往往与其他国家共同努力促进本地区的经济增长。为了建立一个繁荣、和平的东南亚国家共同体奠定基础，以促进本地区的和平与稳定，每次重要东盟的会议，泰国也总是主动与东盟国家签署协议。1967 年，在泰国曼谷举行会议，也发表了《曼谷宣言》与《东南亚国家联盟成立宣言》。1977 年，在印尼巴厘岛举行会议，泰国也签署了《东南亚友好合作条约》与《东南亚国家联盟协调一致宣言》，这都是为了降低关税来实现贸易特权。另外，泰国在东盟地区也有做出许多贡献，如下：

一、提出东盟国家建立自由贸易区的建议

1992 年在新加坡举行的第四届东盟领导人会议。当时的泰国总理阿南·班雅拉春（MR. Anand Panyarachun）建议东盟国家建立自由贸易区，以提高东盟进入世界市场的关键以及生产基地的竞争力。原则上同意从 1993 年 1 月 1 日起为 15 年降低工业品和加工农产品之间的贸易关税。

后来，第5届东盟首脑会议通过的《曼谷宣言》强调，东盟国家要在10年内加快降低最低关税，关键是尽量减少最终税率为0-5%。2003年，泰国也尽量地强调其他国家按照东盟自由贸易区的承诺进行。

2003年在印尼巴厘岛举行会议，泰国以建立东盟自由贸易区的建议者，表示需要创建东盟社区，为了建成东盟宪章。

二、提出东盟国家加快促进跨境货物协议的建议

1996年在雅加达第一届东盟政府领导人非正式会议上，泰国也推动了经济中的重要决议，让东盟国家加快跨境货运设施的安排。目前，泰国他还担任东盟运输促进工作组主席。

此外，在区域、分区及运输的基础设施上面，泰国也特别重视跟湄公河流域的国家开发及合作。甚至建议组织从该地区的国家筹集资金、国际资金及私人资金。

三、促进东盟成员国发展差距的缩小

东盟经济一体化的成功将是困难的，若东盟成员的国家没有强大的经济实力。2015年，10个成员的东盟国家必须将缩小东盟老国家与新成员国之间的差距，以及东盟与其它地区之外的差距。这两点就是《东协整合倡议》，目的就是缩小各国之间的发展差距，使东盟整合得以兼具公平性与包容性。而《2009~2015年东协整合倡议第二工作计画》(IAI Work Plan II 2009-2015)就是为了消除造成区域内各国发展差距的主要障碍，特别在贸易、投资与观光旅游等方面。

第二节 国外家电行业发展状况

家用电器市场或者(Consumer Electric CE)是东盟的一个很重要的市场，下面介绍一下日本、韩国和中国在东盟市场的发展状况。

一、日本品牌的发展状况

日本是世界领先的家电市场，产品质量被认为是无与伦比的。因为很多日本制造的家用电器总是对行业有积极的影响。目前日本的家用电器品牌非常多，如索尼、松下、东芝、夏普、日立等。但是索尼是日本市场上的第一大品牌。

索尼与其他制造商有不同的政策。在日本，索尼专注于 AV 产品。索尼在 70 年的发明创造是对日本产品声望的证明，因为许多产品是索尼发明的，无论是无线电、随身听、索尼 Trinitron, PlayStation 等等，都是以索尼命名的。

1946 年，东京通信工业株式会社（东京通信工程株式会社）或 Totsuko 就由三个人合作组建，前田玉、森田昭夫和伊布卡开设无线电维修服务，投资仅为 19 万日元。之后，Totsuko 生产了 G 型录音机，虽然不怎么受欢迎，但是 Totsuko 仍致力于开发自己的产品。1955 年，Totsuko 能够在 TR-52 中生产晶体管收音机。他们的产品在索尼品牌下在美国市场上销售，那时索尼不为人知。最后，森田和伊布卡选择在索尼品牌 TR-55 收音机下走自己的路，这是索尼品牌下发布的第一款产品，并于 1958 年由 Totsuko 决定，该公司以其自己的名字更名为索尼。1960 年将其扩展到纽约的一家美国子公司。

索尼在电子行业进行了创新。1960 年推出，并于 1968 年开始开发 Trinitron 系统，不久索尼推出了 BETA MAX 视频录制系统成为了世界各地流行的趋势，1979 年索尼随身听磁带录音机发布，后来在 1984 年发展成 CD 唱机 Discman 或 CD 随身听。

1985 年，索尼在索尼的 Hand-Held 子品牌下推出了小型便携式摄像机，该品牌至今在全球都很流行。

这些例子只是一点点，索尼率先将日本列为 CE 市场上第一批品牌。目前索尼有五大业务电子、游戏、音乐和电影和金融服务。在全球雇用超过 10 万人，并获得数千亿美元。

上述可以看出，大多数日本产品的成功因素将来自新技术的发明。

二、韩国品牌的发展状况

在韩国，家电市场的产品都是三星和 LG，这是两家韩国大财团。目前三星和 LG 也是全球知名的优质产品。日本是靠产品研发，为了创意研发创新相反的是韩国，1970 年开始当韩国的产业才刚刚开始时，日本工业的发展就已经发展很快了，几乎没有人想到韩国可以赶上日本。三星和 LG 逐渐积累经验，成为领先的电子元器件生产商在原始设备制造商的领域，韩国产品的成本低于竞争对手的日本。三星和 LG 生产知名的产品，当时韩国还没有被消费者接受的品牌。由于两个品牌的基础为原始设备制造商，许多人认为它们的产品没有自己的技术。结果是国外的消费者对产品质量没有信心，但对于国内市场以及韩国民族主义非常高，所以三星和 LG 都是国内非常受欢迎。他们在国内市场很有信心、很强劲。韩国的两大巨头已经开始把他们的品牌从本土品牌赶到全球品牌。

1990 年，韩国开始有自己品牌的概念。三星和 LG 的品牌建设过程正在逐步计划，家用电器的品牌包括微波炉、冰箱、洗衣机、空调等。当时的世界市场，韩国商品的开拓方式是低价格的战略。虽然价格低于日本的产品，但韩国具有降低生产成本的优势。

直到 1995 年，世界各地都面临经济下滑，许多公司已经重组，包括三星和 LG，这次三星通过很大的改变业务方向，从面向产品导向品牌导向转变。当高科技与 Hi-Touch 整合后，使三星变得特别完美，三星越来越受欢迎。迄今为止，三星可以超过日本的许多品牌。

上述可以看出，过去的韩国产品的形象已经被新的形象所取代。

三、中国品牌的发展状况

因为韩国的产品尝试从 OEM 升级到高级产品，相比，中国大陆正在寻找渠道向世界市场推出产品。当世界各地看到中国产品时，每个人都会转向中国的两大品牌，那就是海尔和 TCL。

在中国，海尔集团是一家领先的电子电器制造商，将其品牌价值提升至全国第一。经过 20 年的发展，并已连续多年成为中国最有价值的品牌。海尔通过在本国消费者的信誉基础上开展品牌建设，在走出国内市场之前，通过达到美国制造产品的供量标准，加强海尔国际信心，加强中国品牌的质量。通过规划海尔的领导者张瑞敏（被公认为中国大陆的首席执行官），自 1984 年以来，他一直在管理海尔冰箱工厂。

对泰国来说，海尔于 2002 年进入泰国销售市场与泰国电器制造商 Distar 按股比 55:45 成立公司合资，并作为基地悄然渗透泰国市场。随着网络扩展，目前超过 170 家零售商，这可能与中国市场不同，主要是关注零售商的渠道与泰国的 Power Buy 一样，通过全球品牌战略，海尔将在泰国比较畅销。泰国是连接亚洲市场的重要一环，海尔希望能够在该地区扩大市场份额。

中国有很多其他国家不具备好条件。中国拥有超过 13 亿人口，这些人民能够购物产品。与其他国家相比，虽然产品特别好，但是还需要寻找更多的国际市场。中国加强国内销售，就可以很容易地扩展到国际市场。看两个品牌的细节海尔和 TCL，对于中国这两大巨头来说都是一样的，通过专注于在中国庞大市场销售的低成本产品来开展业务。

但对于 TCL 来说，这是一条走出去的道路，与海尔有很大不同。海尔选择缓慢走向的时候，TCL 是兼并和收购战略，即兼并和收购 M&A 打开世界市场的大门，捷达进军 TCL 全球市场的情况类似于联想从 IBM 收购个人电脑业务的 IT 市场。

2004年，TCL收购了汤姆逊的欧洲AV巨头，这次合并让TCL-Thomson成为全球最大的电视制造商。同年，TCL集团旗下子公司TCL通讯科技控股有限公司同意谅解备忘录为阿尔卡特和后来的阿尔卡特研究，生产和销售移动及相关产品的合资企业。通过互换将T&A股份转让给TCL通讯技术有限公司。

当然，收购的优势是对于不熟悉环境的国家来说，这是一种快速增长的方式，但是这种方法的缺点是高风险，虽然TCL高管仍在理管，但TCL管理层坚称，未来TCL计划重返单品牌战略。

除了并购战略之外，TCL的其他优势还体现在生产成本方面，然而真正应用技术来使用产品，控制销售价格不是太高，相信TCL的主要目标群体需要正确的技术才能使用。

对于泰国市场，由于中国产品在低端市场的营销影响了整个中国市场的品牌形象。为来自中国的产品品牌知名度目前仍低于日本和韩国，但不要忘记韩国产品成功与日本产品竞争的案例研究已被视为具体，可以说今天的TCL和海尔是韩国品牌曾经站在同样的位置。

第三节 泰国本土家电 Thai habel 的发展现状

除了上述三个国家家电企业外，泰国也有自己家用电器品牌，也是逐渐开拓越南、柬埔寨、缅甸、印度、南非等国家市场。这些品牌包括：Mitron、Skyworth、Fled、Provision和altron。



图 1.3.1: Altron 泰国的电视品牌

Thaihabel 事业有限公司是泰国制造电器和装配电器，做自己的电视品牌叫“Altron”LED TV。为了满足消费者的需求，强调质量营销战略，优势品牌是“Third Party Endorsement”，其销量在12个月内达到3亿目标销售额。



图 1.3.2: Thai habel 公司的产品



图 1.3.3: Thai habel 公司的工厂

一、Thai habel 公司简介

泰国 Thai habel 有限公司是家庭视听产品，即 CRT / LED 电视，DVD 播放器等家电产品和即电饭煲，水壶等的专业 OEM 制造商。在泰国各地销售和分销，也出口到印度、缅甸和越南。公司成立于 1987 年，总部位于曼谷，面积超过 10,000 平方米，有位于 Prachinburi 和 Nakornpathom 的 2 家工厂的工作区。通过 ISO 9001 (2008) 认证和泰国工业标准协会认证等等，通过先进的生产线和专业技术人员严格管理原则来确保产品质量，提供给客户和合作伙伴最佳使量的产品。

二、Thai habel 公司服务

在泰国各地有超过 1,000 家商店的各种网点以及许多领先的电子商务网站上提供。泰国 Habel 工业公司在国内提供 3 年质保，同时保留生产过程中的最低缺

陷率。公司的服务中心位于在全国各地的战略合作伙伴商店，并在位于曼谷市中心的总部区增设了主要服务中心。

三、Thai habel 公司顾客

广受现代贸易，传统商店，奥特莱斯以及国际客户的广泛认可，公司的产品质量达到大品牌商店的标准，如 Tesco Lotus, Makro, BIGC 等。泰国 Thai habel Industrial 不仅在这些商店销售自己的品牌，而且还生产产品质量和我们最好的的 OEM 产品。

在商业的任务上，公司获得巨大的成功与顾客的反馈之后，上级管理人员就可以利用工作人员的能力，慢慢开始建立自己的品牌，名为 altron 。首先本公司的品牌是销售电视机为主的。市场部与 Doonee 一起合作将 altron 进行促进销售，那就是顾客可以三个月的时间免费试用本公司的电视机。此外，2007 年打入了泰国周边的一些国家，如缅甸、越南等。本公司打算生产电饭煲，以增加公司的市场占有率。

从公司的战略客户获得信任，公司产品被列在许多著名的 B2B 网站上，如阿里巴巴，环球资源，Tradekey, HKTDC, ThaiTrade, 出口商印度等，以及 Lazada , Cdiscount 等大型 B2C 网站。

作为泰国的骄傲，公司一直在印度，南非，美国，中东，越南，老挝，柬埔寨和缅甸等国家出口“泰国制造”国际标准的产品。

第二章 Thai habel 商业汉语应用发展情况的调查分析

第一节 商务汉语在泰国的重要性

近 10 年，由于中国经济发展迅速，对外交流频繁，汉语在国外越来越热。现在全球学习汉语的外国人将达到 1 亿人，汉语成为“世界普通话”。汉语学习者也在急剧增加，学习汉语正逐渐成为一件不仅时髦，而且实用的事情，目前，汉语在世界范围内大热，不可忽视的原因之一，便是中国日渐强大的经济与世界影响力，很多外商看准了中国巨大的经济发展潜力，甚至那些拒绝学习中文的国家，如马来西亚、泰国等也越来越重视中文了。

中国的陆地国土面积为 960 万平方千米，仅次于俄罗斯、加拿大，居世界第三位，另外还有 300 万平方千米的海洋国土，全国总人口为 13 亿，尤其中文也是联合国六种官方语言之一，也是世界上使用人数最多的语言。中国进入了全球化的新时代，认为 21 世纪将是中国在该地区政治，经济和军事领域发挥关键作用的世纪。这可能是亚洲和西方其他国家的平衡。

很多人在中国学习中文的过程中需要尽量地努力，也必须训练写汉字，集中注意力。可以说，经历过这种教学过程的人在各种职业中往往是成功的。在泰国也可以见到是三个群体比其他人更专心做事：第一群是已经在中文学校学习过的人，第二群是参加过军队的人，第三群是在寺庙里学习一些佛教。

中文在新世纪的重要性

中文是亚洲主要语言。此外，中国也是最伟大的古代文明之一，所以许多知识和科学的记录都是中文的，随着经济不断地发展，泰国人学习中文是特别有用的，不仅可以用于正常的交流，也可以更多了解中国文化、教育、知识、技术等等，甚至建立两国之间的良好关系。

由于中国国土辽阔以及中国人口与约占世界总人口的 22% 左右，使中文成为世界上使用最多的语言，并且中文也是联合国五种主要语言之一。另外，中国的经济体制改革开放，中国加入了世界贸易组织（WTO）成员，中国也跟泰国签订自由贸易协定，这就表示中国是一个商机很高的国家，而且中国是世界上最大的商业市场。因此，泰国政府就将中文作为泰国人的第二语言。

目前，在泰国，可以看到学习中文的人逐渐增加，这是因为懂中文的人在各个层面上占据了泰国劳动力市场，尤其是旅游业务、商务业务、处理业务等。甚至来自大陆、台湾、香港或新加坡的商人都需要说中文，泰国的教育部尽情地投入及工作，让很多泰国人会讲一口流利的中文。因此，在泰国的每层次教育，中文课已经很普遍，很多家长也特别支持孩子学好中文、说好汉语。

（一）销售渠道

Altron TV 在 2015 年 11 月下旬在全国 170 多家 Tesco Lotus 推出。优先关注公共关系以及销售点的营销活动，然后通过百货公司拓展渠道，而经销商市场年底前将在泰国拥有 180 家门店。今年，该公司将重点放在曼谷。在各省将重点放在北部和东北部之前的其他地区，它将在未来。也有在线渠道如 Lazada、C Discount 、Shop at Seven 等等。

（二）营销策略

由于在电视市场激烈的竞争。国外品牌领先进入市场，还有中国品牌也进入市场。公司预见市场营销的差距在中端市场或中低上端市场，相比于中国的产品，Altron 电视便宜约 10%。所以我们有机会销售到泰国人，目标受众很容易接受，用更便宜的价格，这让我们大多数人的选择。

第二节 泰国 Thai habel 公司参加广交会的情况

目前外国公司包括泰国公司都来参加中国广交会，Thai habel 公司也参加了广交会，从中国购买产品到泰国市场销售，而且中国也能够寻找外国公司出口到全球市场。

一、广交会的发展历史

1957 年，由商务部和广东省人民政府联合主办，以及中国对外贸易中心举办中国进出口商品交易会，英文名为 Canton fair。它算是中国历史最长、层次最高、规模最大、商品种类最全、商店最多、国别地区最广、成交效果最成功。

2007年4月的第101届，由中国出口商品交易会换名为中国进出口商品交易会，它也从出口单方面变成进出口方面。

1951年，为了打破封锁、发展对外贸易、换取国家建设急需的外汇，新中国对此坚持。举办广交会因此，港澳地区基本上就拥有了很久对外贸易历史和海上丝绸之路，所以当时的中国总理周恩来总理提议将广州创办成中国出口商品交易会，简称广交会，该广交会就成为新中国冲破西方经济封锁与政治孤立、打开向世界大门。

广交会历经61年发展，收获各种考验，加强了中国的对外贸易，展示了中国形象和发展成就，是中国企业开拓国际市场的优质平台，是中国外贸发展战略的引导示范基地，是中国外贸第一促进平台。直至第121届，广交会累计出口成交约12635亿美元，累计到会境外采购商约803万人次。目前，广交会展览规模已达118万平方米，境内外参展企业近2.5万家，210多个国家和地区的约20万名境外采购商。

广交会贸易方式多种多样，除了传统的成交外还有网上交易会。广交会以出口贸易为主，也有些进口生意，也可以开展多种形式的经济技术合作与交流以及商检、保险、运输、广告、咨询等业务活动。

二、参展范围

广交会分三期举行，每期都有不同的参展范围，如下：

第一期：大型机械及设备、小型机械、自行车、摩托车、汽车配件、化工产品、五金、工具、车辆、工程机械、家用电器、电子消费品、电子电气产品、计算机及通讯产品、照明产品、建筑及装饰材料、卫浴设备、进口展区。

第二期：餐厨用具、日用陶瓷、工艺陶瓷、家居装饰品、玻璃工艺品、家具、编织及藤铁工艺品、园林产品、铁石制品、家居用品、个人护理用具、浴室用品、钟表眼镜、玩具、礼品及赠品、节日用品、土特产品。

第三期：男女装、童装、内衣、运动服及休闲服、裘革皮羽绒及制品、服装饰物及配件、家用纺织品、纺织原料面料、地毯及挂毯、食品、医药及保健品、医疗器械、耗材、敷料、体育及旅游休闲用品、办公文具、鞋、箱包。

三、职能部门

大会秘书处负责广交会大会总体协调：负责广交会有关信息的编号、上报；广交会各办之间的文件流转和机要、保密等文秘管理工作；统筹现场展览服务和通讯、财务等配套服务；后勤保障等日常工作。

业务办公室：负责外贸政策研究、形势分析，指导进、出口成交统计工作；指导广交会展览成效评估工作，研究制定广交会组展工作方案；组织开展有关广交会改革发展调研；负责有关业务信息编报；指导查处违规转让和倒卖展位以及知识产权侵权行为；联系交易团、商协会，协调有关展览工作；指导和推动信息化工作，建立完善的广交会电子政务系统、电子商务系统和信息服务系统等。

外事办公室：负责广交会对外交往、外事活动的组织安排。包括安排交易会领导的外事活动；接待应邀来访的外国政府及经贸代表团；邀请或协助邀请外方主讲人、驻华使（领）馆官员、商会团体或公司代表等参加在交易会期间举办的上述相关会议。

政治工作办公室：负责广交会思想政治工作的组织、管理和协调；负责违规转让和倒卖展位的检查工作。

第三节 泰国 Thai habel 家电行业的汉语应用情况

目前，中国是电器产品进口的来源地，公司也是从中国进口来了许多的电器产品，在中国政府推动国际贸易的情况下，为了吸引更多的东盟协会，公司也参加了这个展览会，那就是中国进出口商品交易会，聚集来自中国各地的交易商，所以在广交会必须提交一份调查问卷以供研究应用。

本论文作为 3 份的问卷，第一份问卷是在中国广交会发到 100 位中国的供应商、第二份问卷是在泰国 thai habel 公司发到 10 位的使用汉语交流的工作人员和第三份问卷是在泰国 thai habel 公司发到 10 位曾经合作过外贸部门的供应商。

研究的调查问卷在广交会发了 100 份给供应商，问卷内容如下：

一、基本情况分为 8 项主要内容

(一) 性别

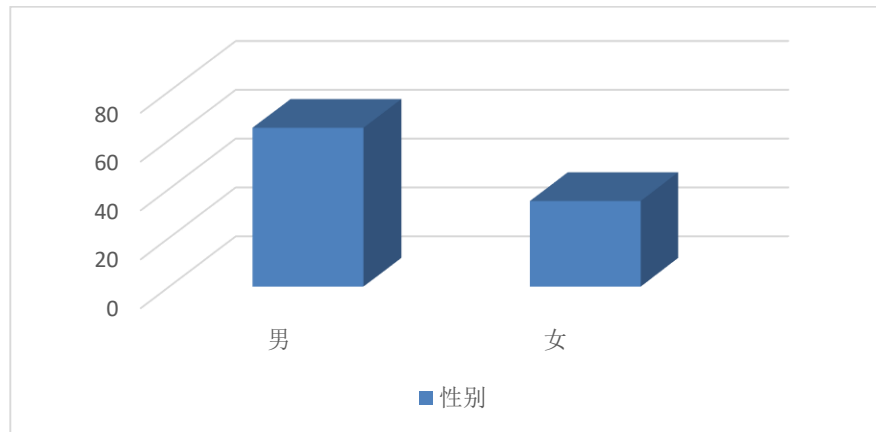


图 2.3.1:中国供应商性别的统计

分为 65 男性和 35 女性，说明是男性比女性多占 65%。

(二) 年龄

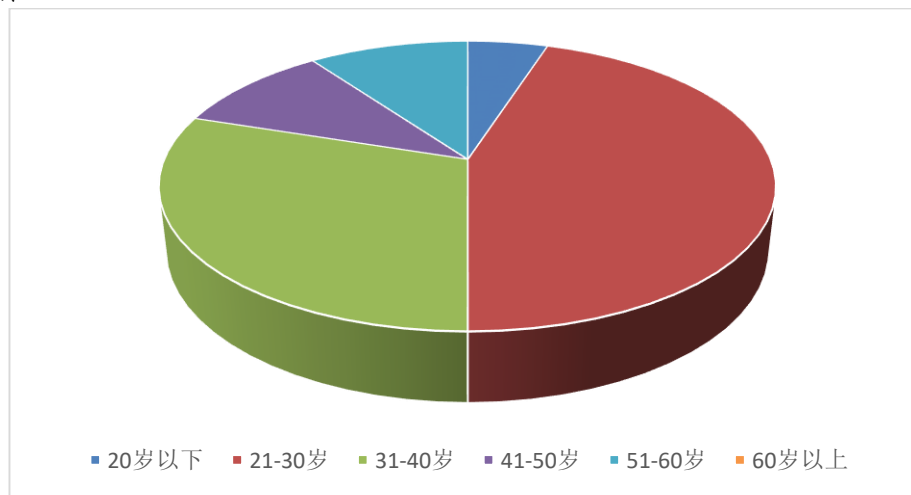


图 2.3.2:中国供应商年龄的统计

分为 20 岁以下为 5 人、21 至 30 岁为 45 人、31 至 40 岁为 30 人、41 至 50 岁为 10 人和 51 至 60 岁为 10 人，说明大多数是 21 至 30 岁的这一群人为主。

(三) 工作部门

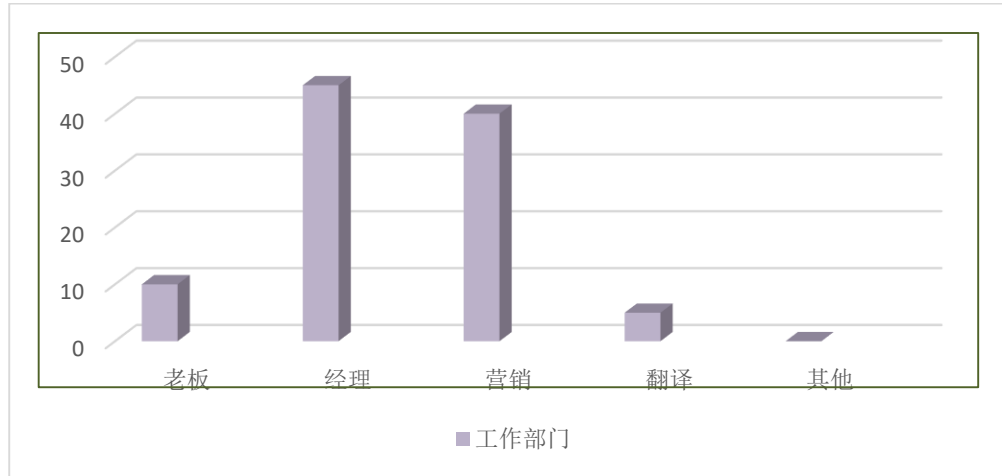


图 2.3.3: 中国供应商工作部门的统计

职位分为 10 人是老板、45 人是经理、40 人是营销和 5 人是翻译人员，说明是经理和营销职位比较多。

(四) 工作种类

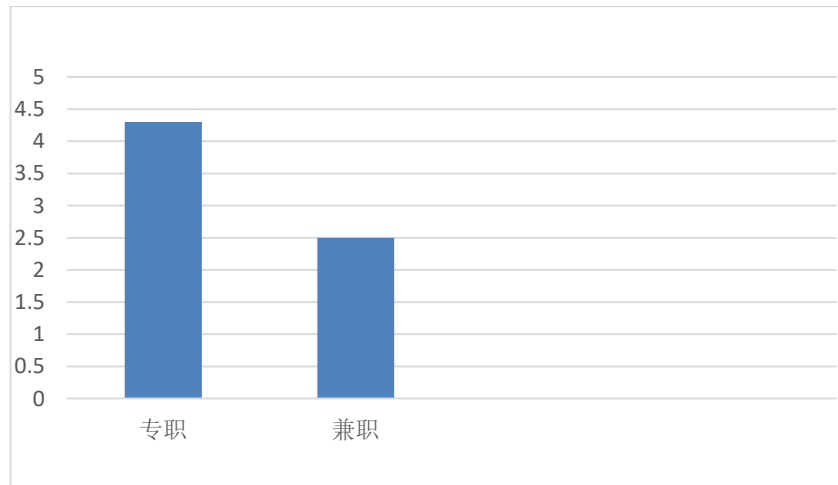


图 2.3.4: 中国供应商工作种类的统计

分为两种，第一是专职和第二是兼职，80 人是专职和 20 人是兼职、说明在家电行业的专职比较多占 80%。

（五）最高学历

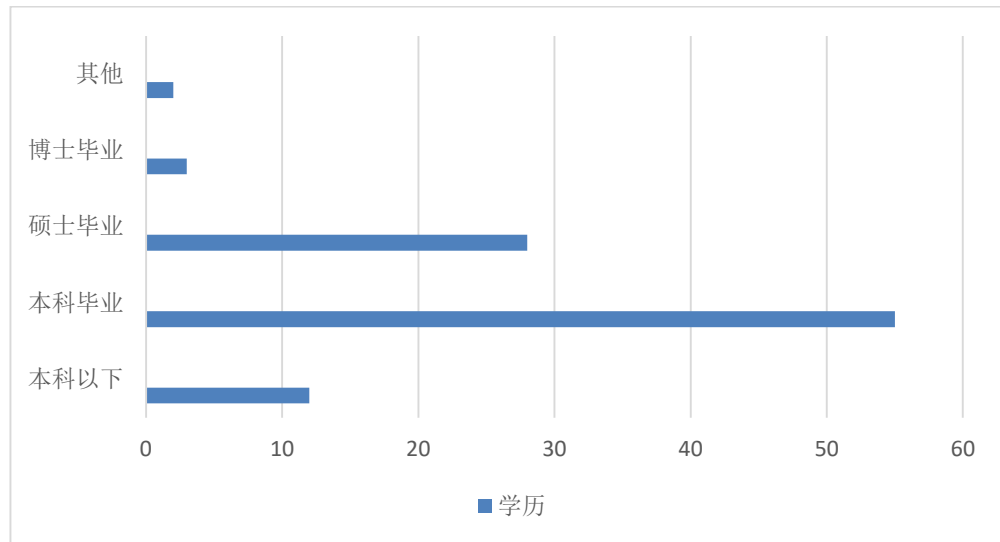


图 2.3.5：中国供应商最高学历的统计

供应商们最高学历为本科以下 12 人、本科毕业 55 人、硕士毕业 28 人、博士毕业 3 人、其他为 2 人没有回答调查、说明在进出口行业一般都是本科毕业来参与这项工作比较多。

（六）工作经验

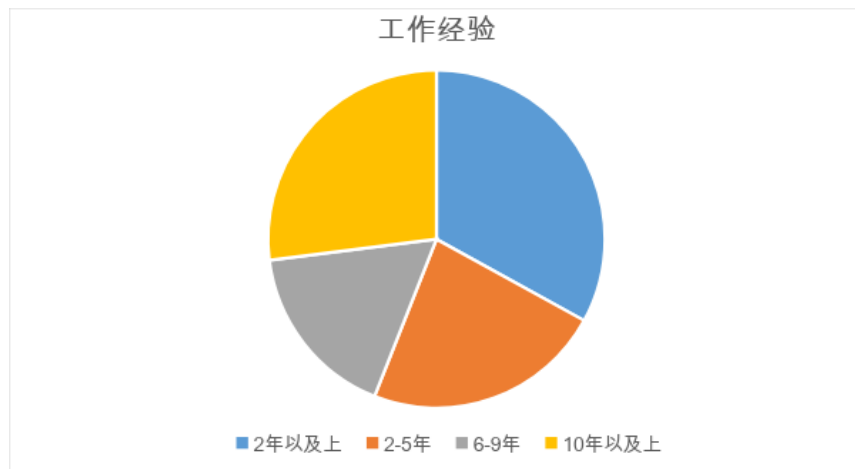


图 2.3.6：中国供应商工作经验的统计

分为 2 年以下 33 人、2-5 年 23 人、6-9 年 17 人、10 年以上 27 人，这可以分为 2 部分，第一是 10 年以上在这圈职业工作了很长时间，另外，第二是刚刚参与这圈职业工作不到 2 年的时间。

(七) 在工作上, 使用沟通的语言

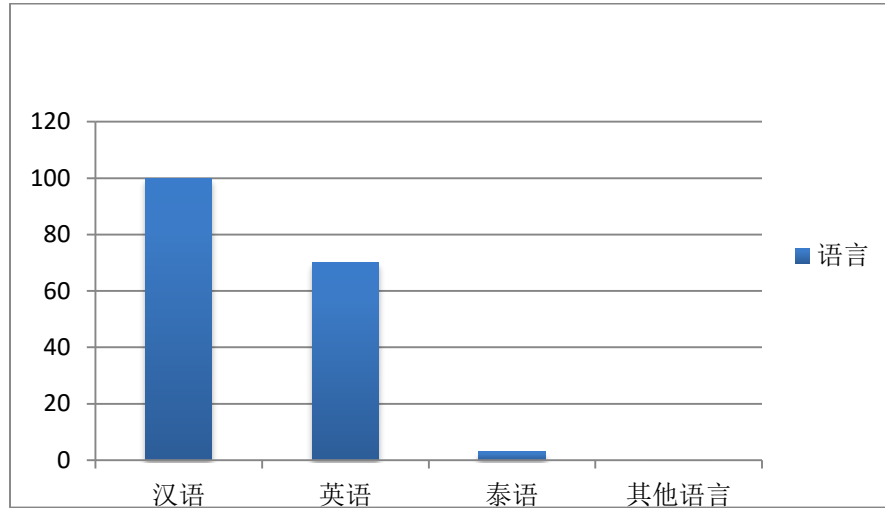


图 2.3.7: 中国供应商使用语言的统计

分为 100 个人都使用汉语沟通, 70 个人也可以用英语沟通, 还有 3 个人说使用其他的语言沟通, 比如泰语和日语等语言。

(八) 国籍

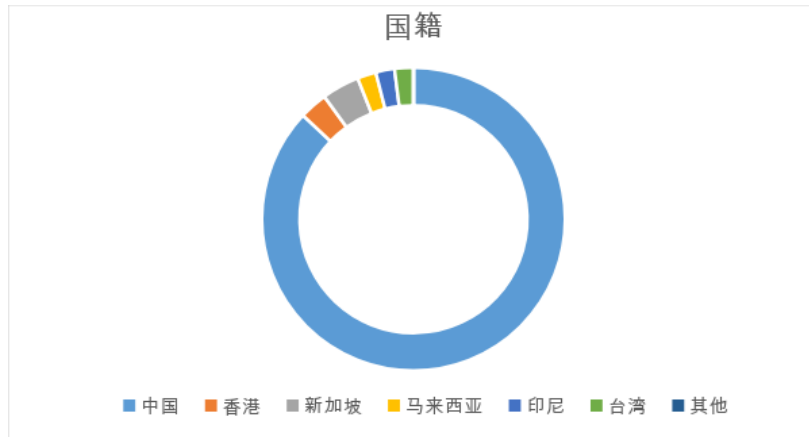


图 2.3.8: 中国供应商国籍的统计

大多数为中国大陆人 87 个人, 3 个香港人、4 个新加坡人、2 个马来西亚人、2 个印尼人、2 个台湾人 等国家。

二、中国与泰国商务贸易关系分为 10 项主要题目

(一) 贵公司是第三方还是有自己的工厂



图 2.3.9: 中国供应商公司状态的统计

公司的状态，分为 27 家公司是第三方，而且 73 家公司他们有自己的工厂，所以这可以代表在这些企业上是他们自己生产产品的。

(二) 贵公司的工作人员，工厂有多少员工

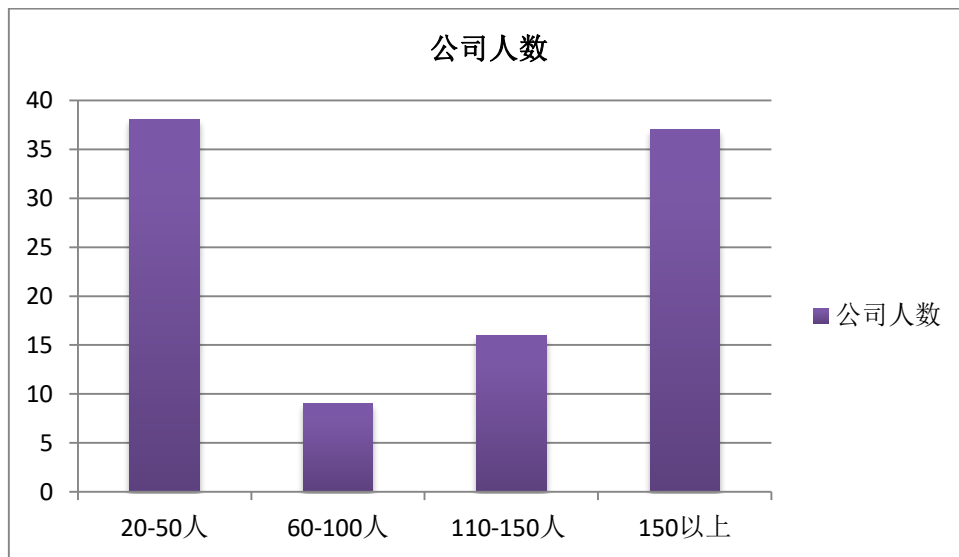


图 2.3.10: 中国供应商公司人数的统计

公司的员工人数，从这个表格上可以看出来是公司的工人人数基本上都是 20 至 50 个人或者为 150 个人以上，所以说大公司和中小企业是差不多的。

(三) 贵公司是否出口到泰国

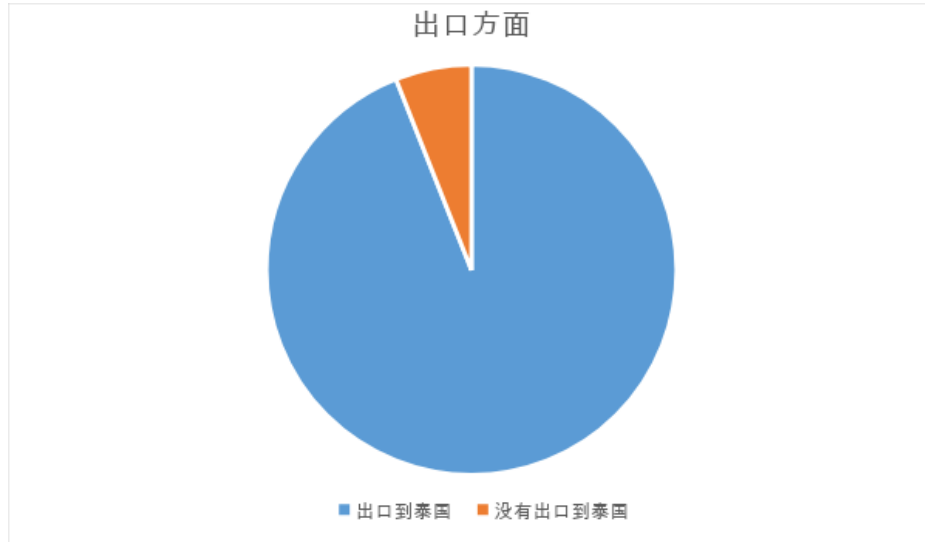


图 2.3.11: 中国供应商出口方面的统计

出口到泰国的状况，表格上可以表现出是很多中国公司在泰国行业有进口到泰国销售，所市场量占为 94 %。

(四) 贵公司有多少泰国顾客

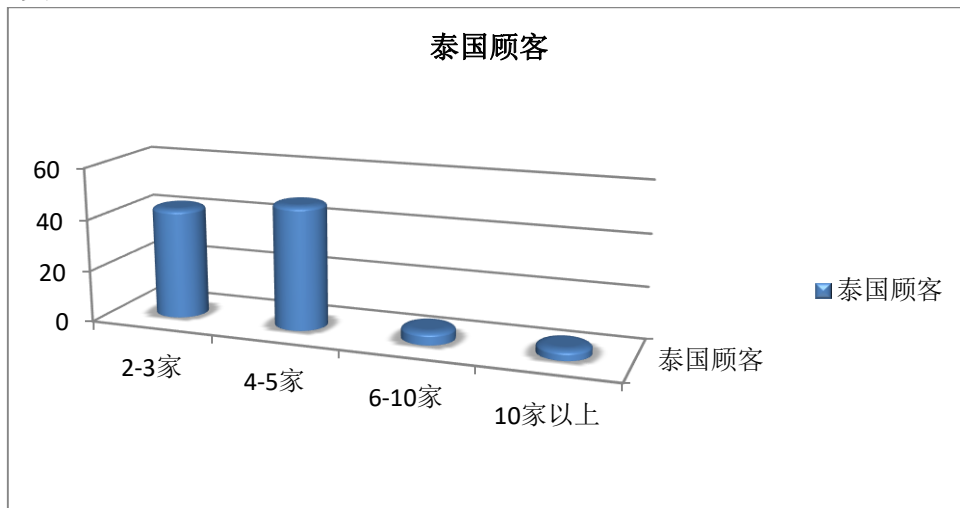


图 2.3.12: 中国供应商向泰国顾客的统计

公司的泰国顾客，这图可以说明是中国公司有泰方的顾客大约 2 至 5 家，中国公司也可以分为 2 至 3 家以下为 43%、4 至 5 为 48%。

(五) 贵公司已经跟泰国顾客合作了几年

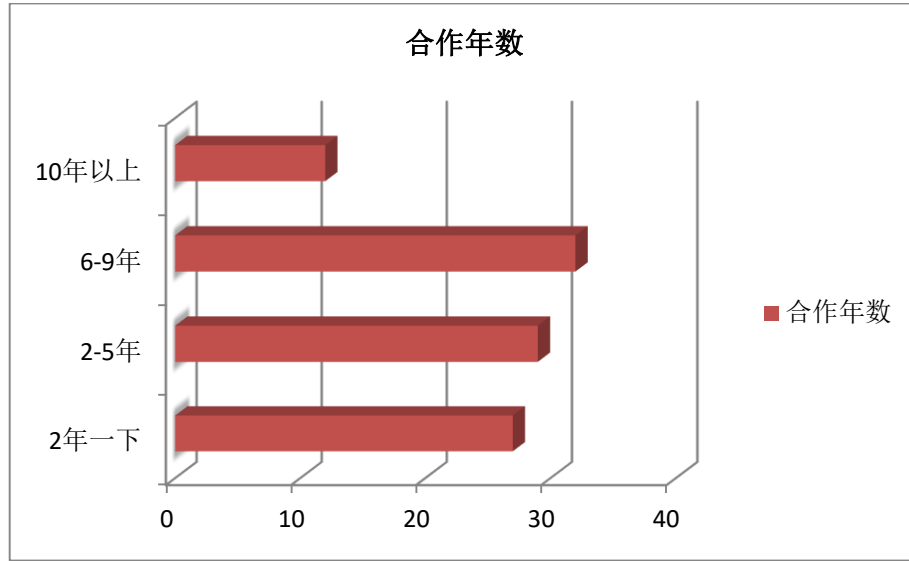


图 2.3.13: 中国供应商对泰国公司合作年数的统计

公司在泰国出口方面的经验，图上可以表示说 泰国和中国已经进行 6 至 9 年的双方合占为 32%。

(六) 贵公司对出口方面，出口到外国占百分之多少

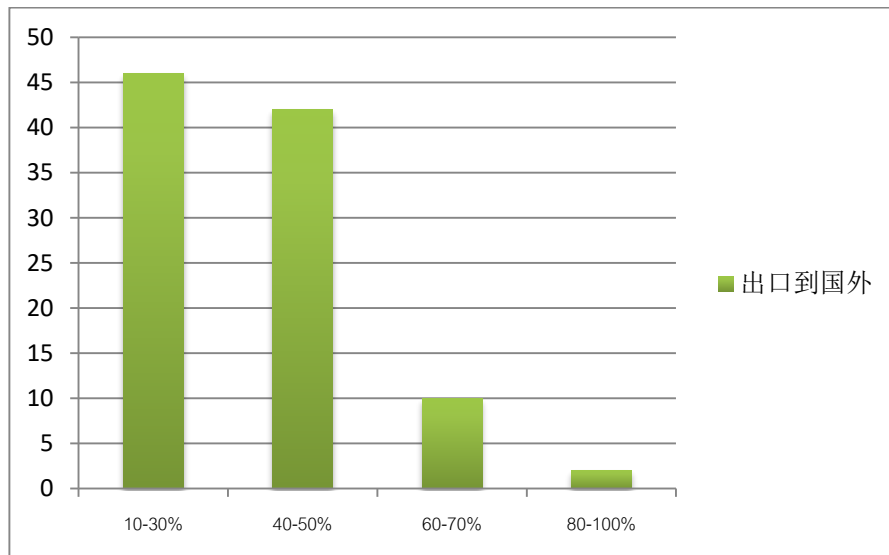


图 2.3.14: 中国供应商出口到国外的统计

公司在出口方面，出口到外国，占百分之 10 - 30 为 46%、百分之 40 - 50% 为 42%。

(七) 贵公司对出口方面出口到泰国占百分之多少

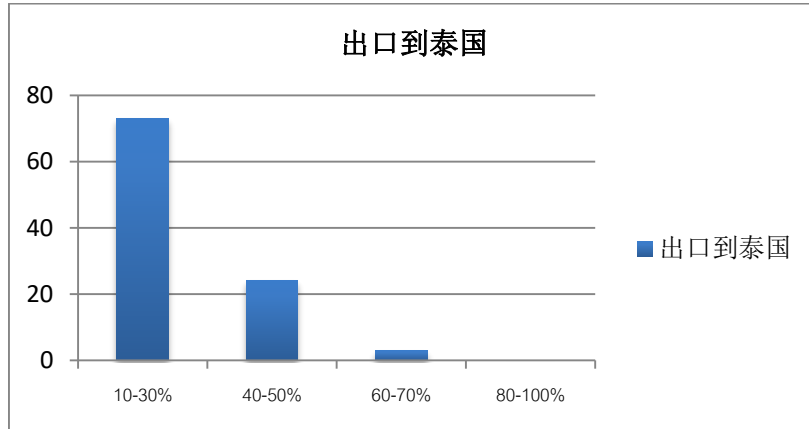


图 2.3.15: 中国供应商出口到泰国的统计

公司在出口方面出口到泰国，占百分之 10 - 30 为 73%、百分之 40 - 50% 为 24%。

(八) 贵公司每年去泰国拜访泰国公司或者去找新顾客公司，评估几次

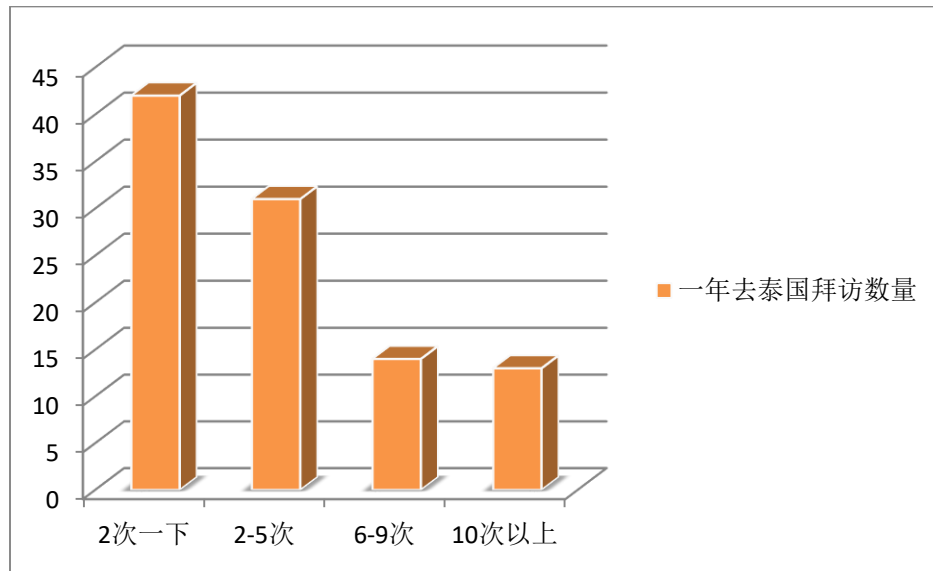


图 2.3.16: 中国供应商去泰国一年拜访顾客的统计
公司来泰国拜访泰国公司和找新顾客的评估，大约每年 2 次为 42%。

(九) 贵公司大部分顾客是从哪里认识的

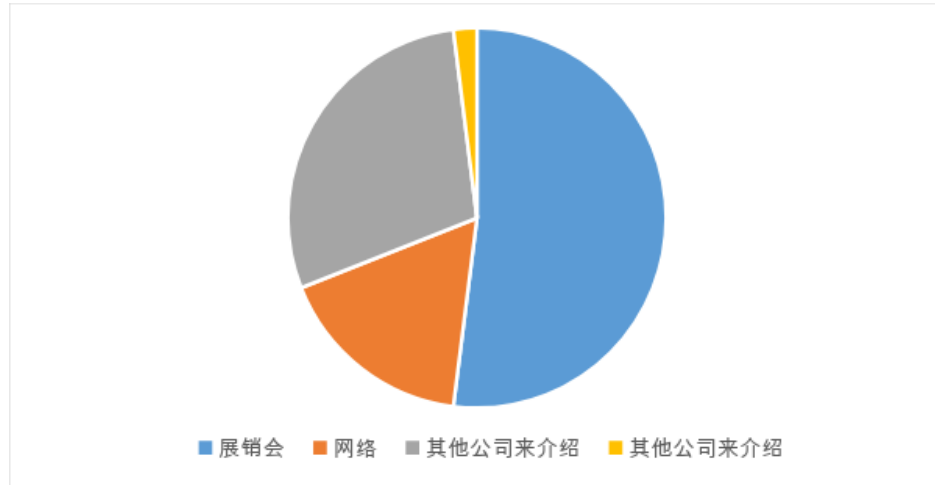


图 2.3.17: 中国供应商认识顾客的统计

公司的大部分客户是从各地来的，分为 3 个，展销为 52%、其他公司介绍而来为 29%。

(十) 贵公司有没有参加过泰国展会

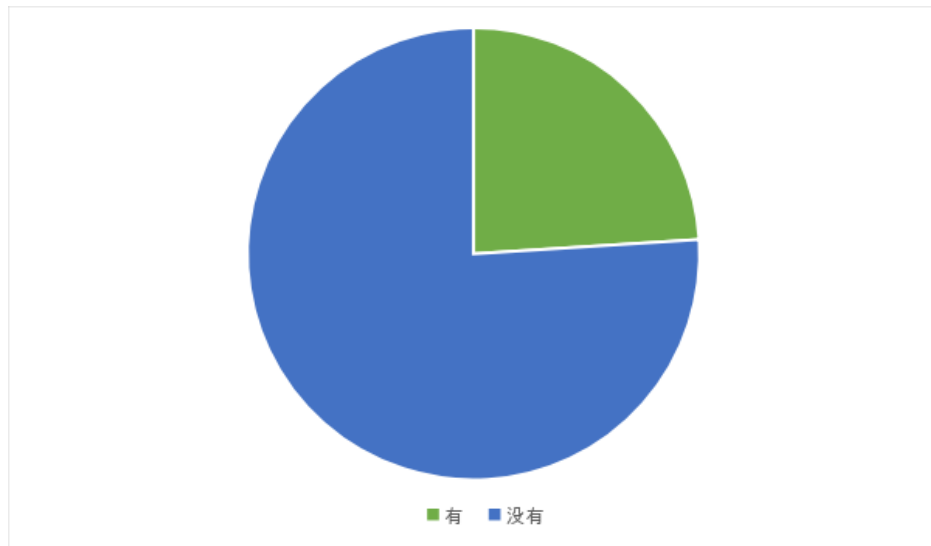


图 2.3.18: 中国供应商参加过泰国展会的统计

公司有没有参加泰国展会，占百分之 76 % 是没有的。

三、中国供应商的调查情况

(一) 中国供应商对泰国公司采购部门相关人员使用商务汉语的水平，分为 15 项主要题目，

语言水平方面；对中国供应商的外贸部门需要各人的语言水平情况

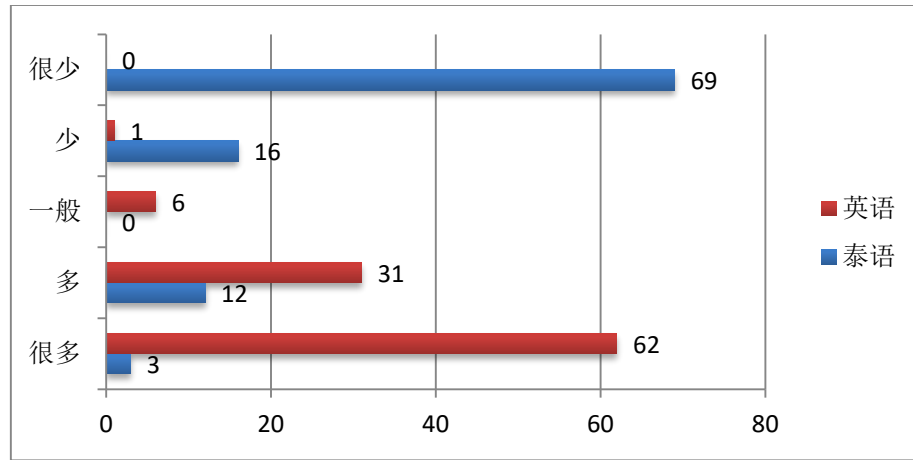


图 2.3.19: 中国供应商对语言水平的情况

知识方面；对中国供应商的外贸部门认为泰国的员工对各个方面的知识情况

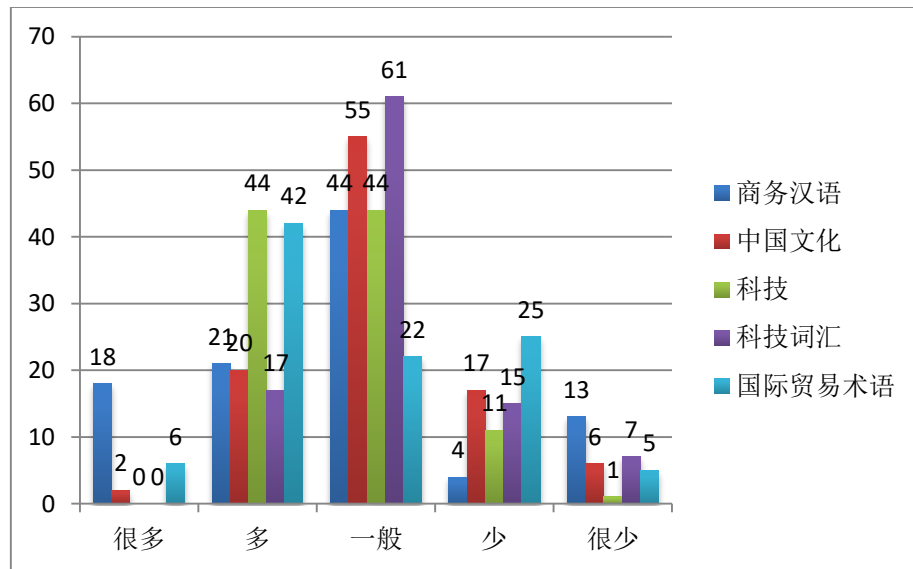


图 2.3.20: 中国供应商认为泰国的员工对各个知识的情况

物流方面：对中国供应商的外贸部门认为泰国的员工对物流方面的知识情况

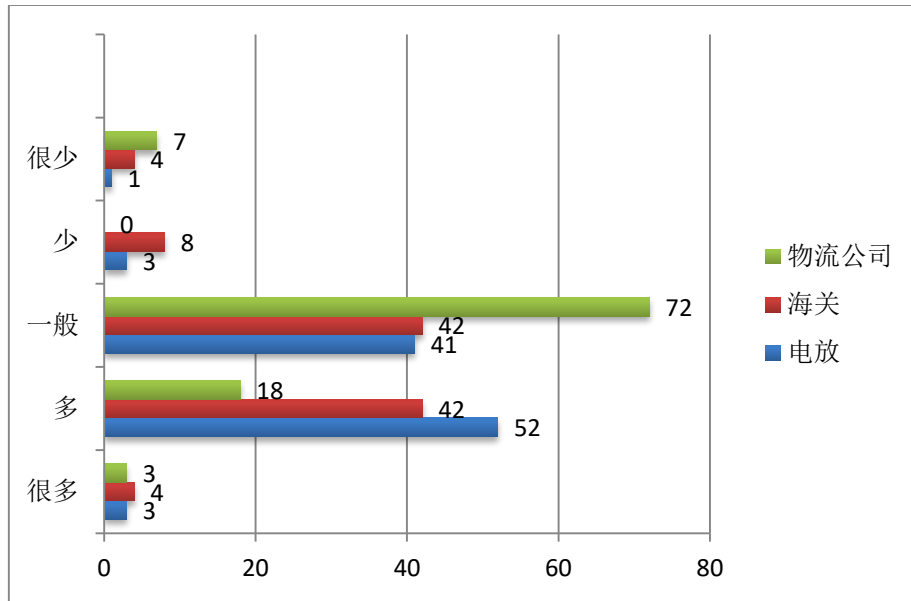


图 2.3.21：中国供应商对泰国员工的物流知识的情况

海关资料方面：对中国供应商的外贸部门认为泰国的员工对海关资料方面的知识情况

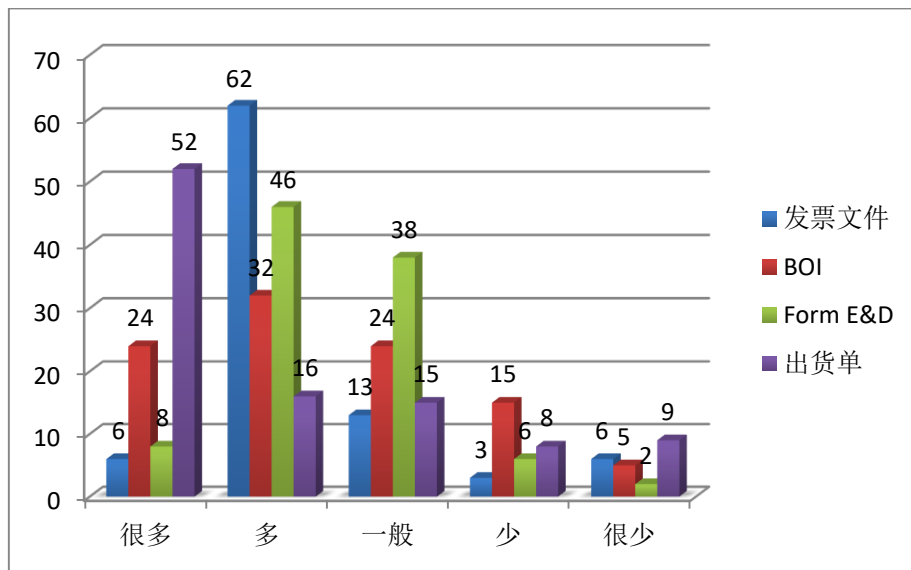


图 2.3.22：中国供应商对泰国员工的海关资料的知识情况

其他方面：对中国供应商的外贸部门曾经接受过泰国员工需要的情况

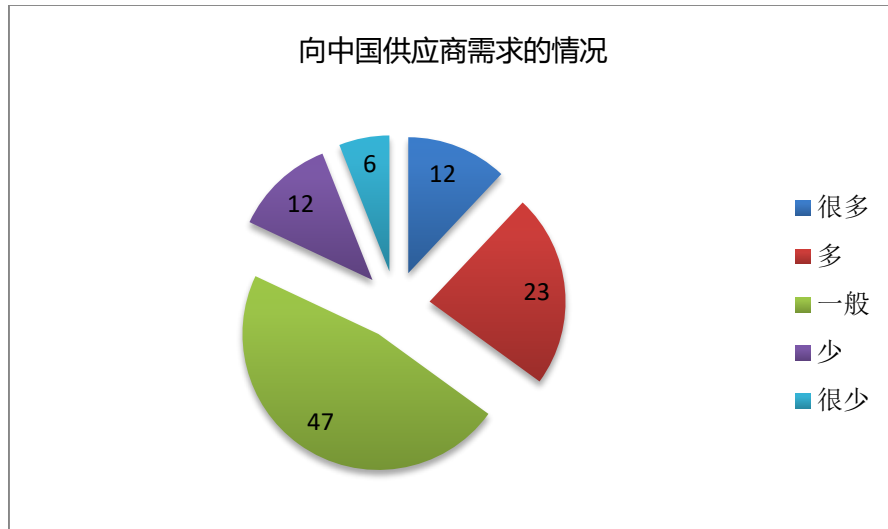


图 2.3.23: 中国供应商接受泰国员工的需求情况

从图上说明中国供应商使用泰文很少，使用英语比较多，而且一般供应商们使用英语语言来沟通联系，而且中国供应商有接受过泰国公司的采购部门要求占率多，因为中国供应商认为泰国采购部门对商务汉语知识、家电知识、海关知识、物流方面的知识和中国文化的知识是一般的知识，只有科技的知识说明比较多，但供应商们认为泰国采购部门虽然科技方面的知识比较多，却觉得科技词汇是一般的，另外中国供应商海认为泰国采购部门对国籍贸易术语的知识、各个发票文件种类的知识、进出口 BOI 的知识、FormE 和 FormD 知识和出货单资料的知识算比较多。

(二) 中国供应商对泰国公司采购部门相关人员使用商务汉语在语言存在问题的重要性，分为 5 项主要题目，如下：

(1=很重要，2=重要，3=一般，4=不太重要，5=不重要)

一、

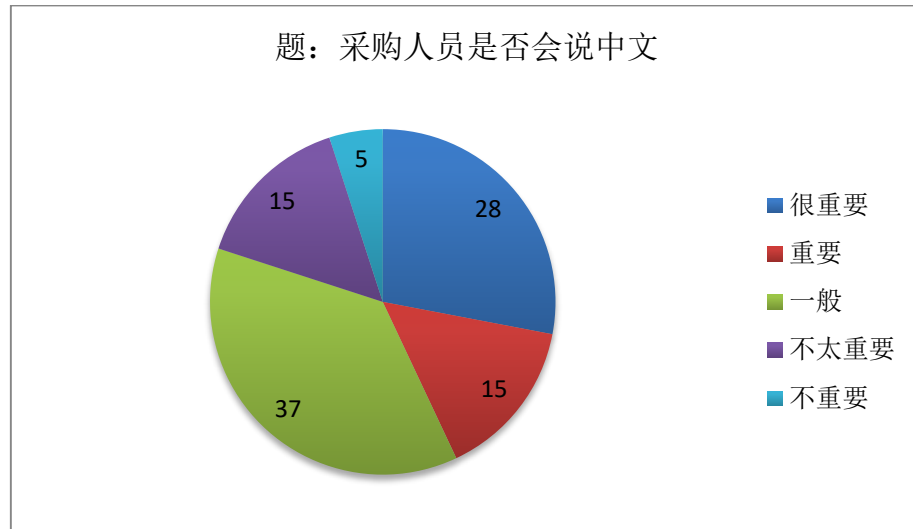


图 2.3.24：采购人员讲中文的重要性

二、

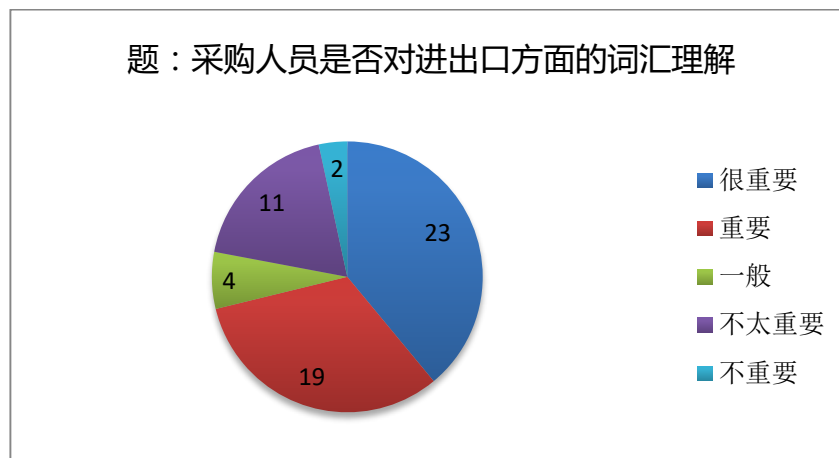


图 2.3.25：采购人员对进出口方面的重要性

三、

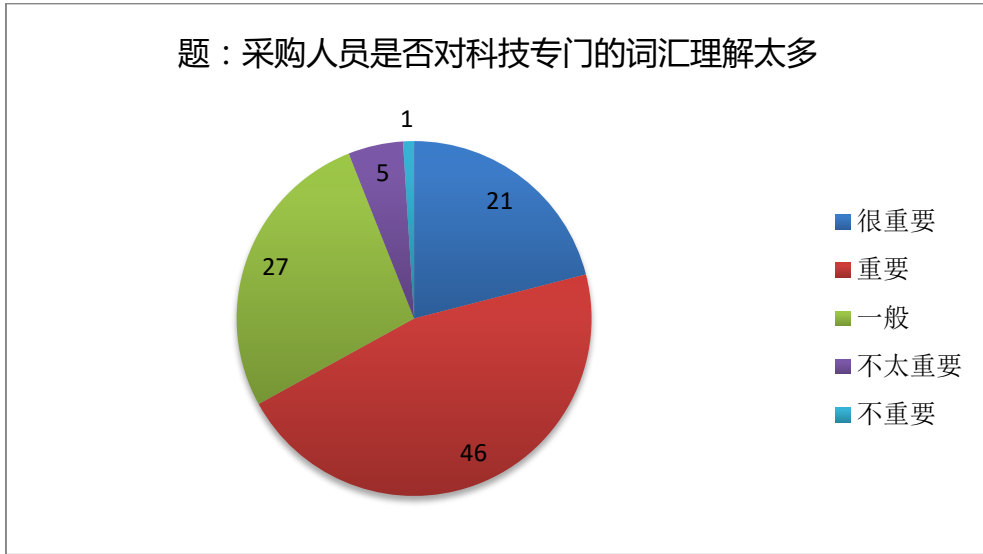


图 2.3.26：采购人员对科技专门词汇的重要性

四、

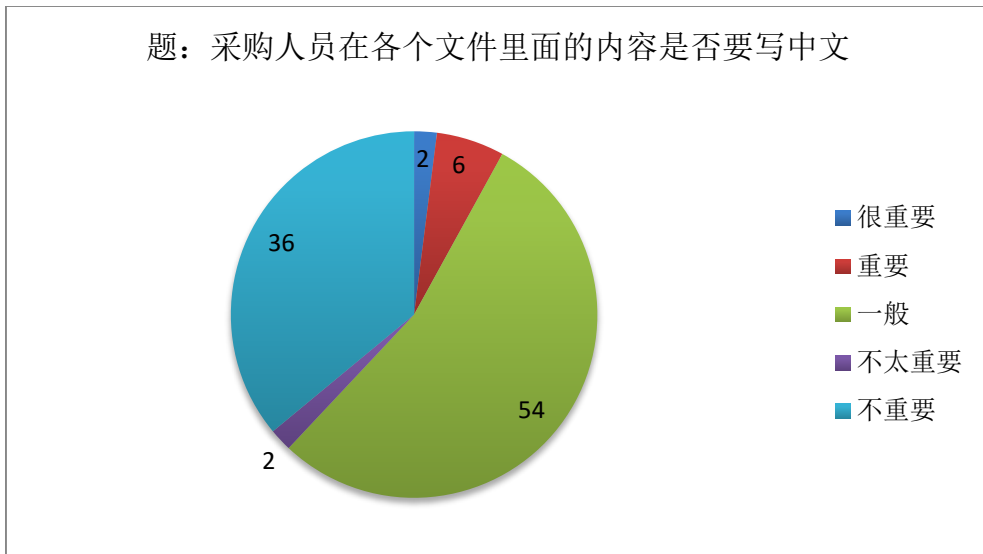


图 2.3.27：采购人员对各个文件内容写中文的重要性

五、

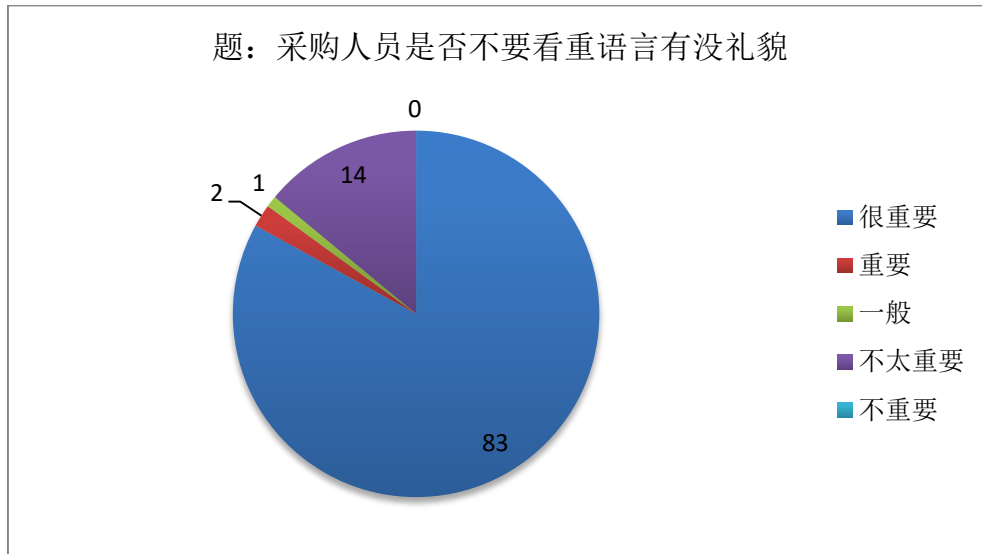


图 2.3.28：采购人员对礼貌方面的重要性

从图来看各个方面的重要性 说明是供应商认为泰国公司的 采购部门必须能说中文的重要性的对进口方面的词汇理解算是 一般的，但中国供应商看重有关对科技专门的词汇理解是重要。在文件内容方面也不必须写中文，最后中国是很看重沟通方面使用词汇沟通要看重是否有礼貌。

（三）中国供应商对泰国公司采购部门相关人员使用商务汉语在文化差异的重要性，分为 5 项主要题目， 如下；

(1=很重要 , 2=重要 , 3 = 一般 , 4=不太重要 , 5=不重要)

一、

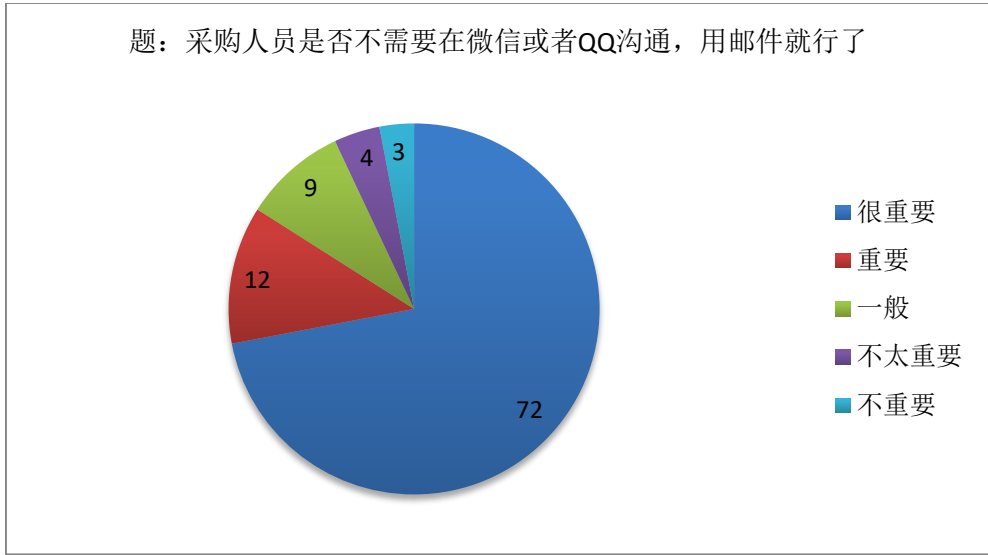


图 2.3.29：采购人员对沟通方面的重要性

二、

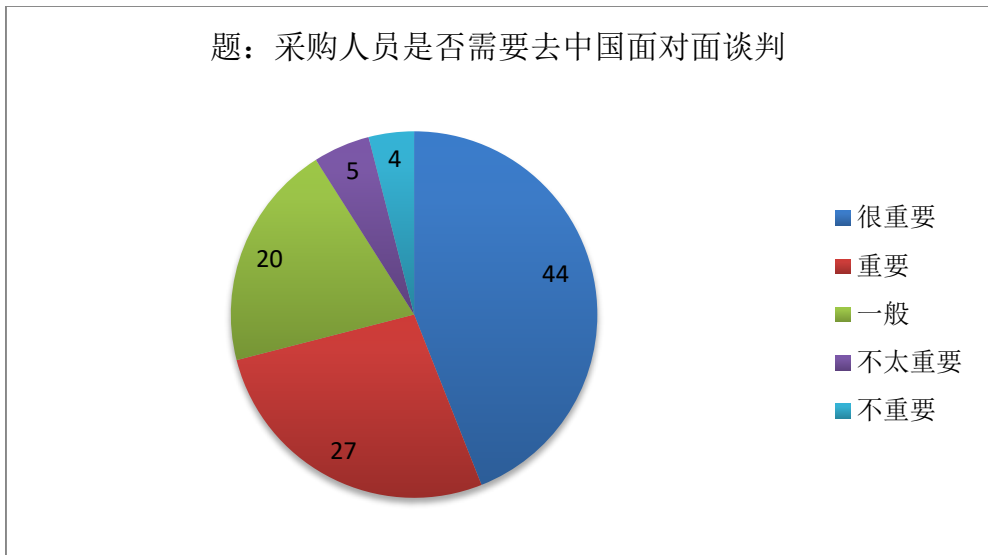


图 2.3.30：采购人员对面对面谈判的重要性

三、

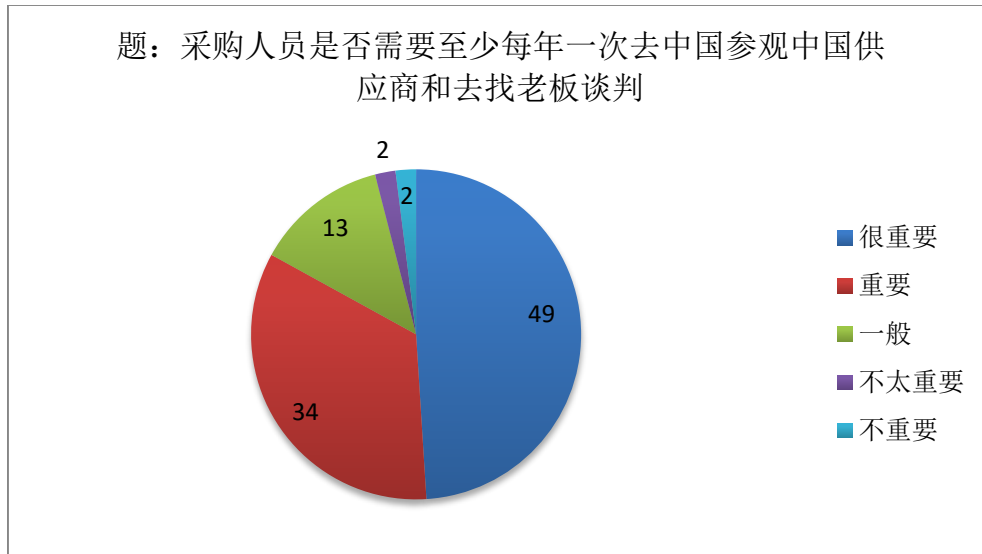


图 2.3.31：采购人员去中国参观的重要性

四、

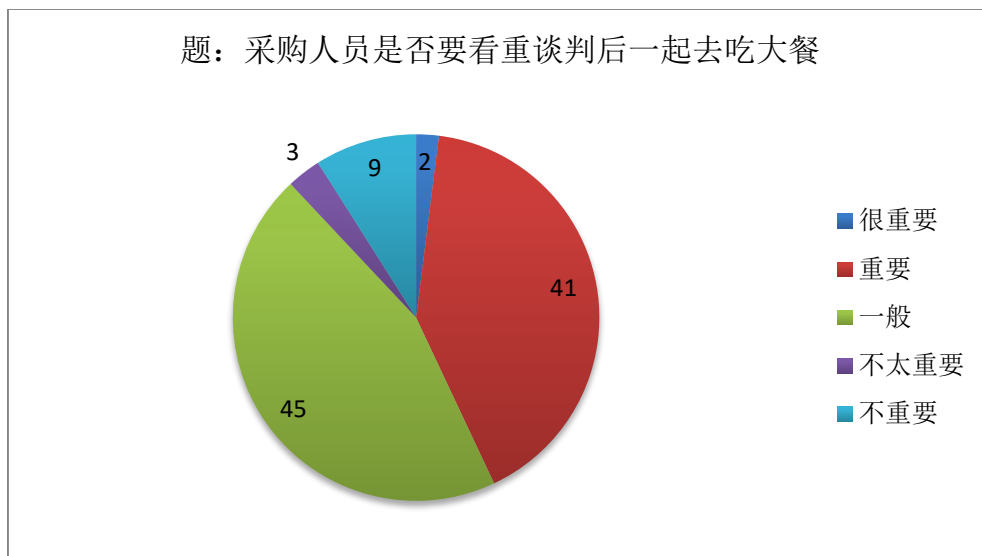


图 2.3.32：采购人员商务谈判后一起吃饭的重要性

五、

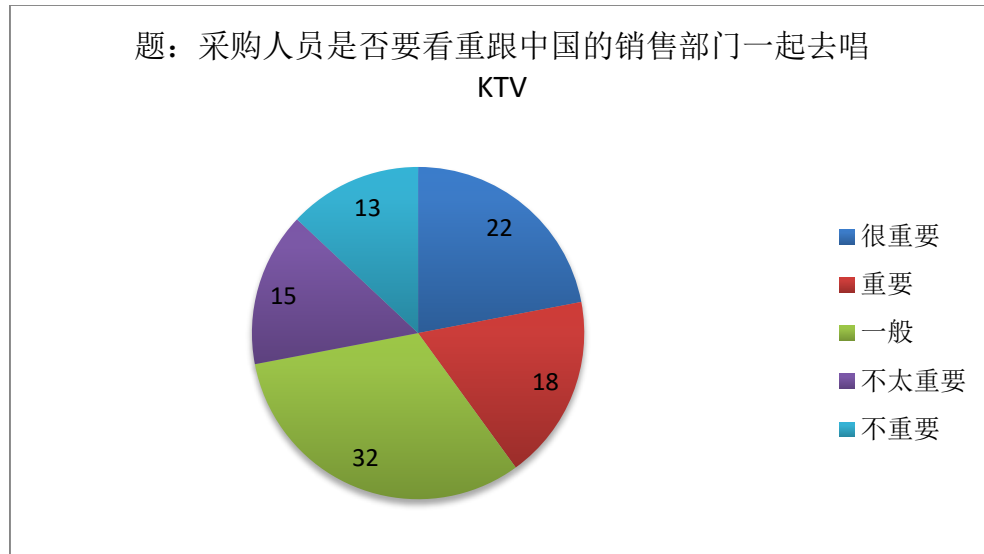


图 2.3.33: 采购人员一起唱 KTV 的重要性

从图上说明是中国供应商认为在通过商量中使用 QQ 或者微信是很重要的，并采购人员最好每年最少一次找机会去中国公司去面对谈判也很重要，而且谈判好之后一起去唱 KTV 也是很好加强良好关系方面的一种用法。

第四节 泰国家电汉语使用人员情况调查

本论文使用访谈法作为 2 份的访谈问卷来研究，第一份是对本公司的工作人员经常使用汉语语言交流提出各个方面的问题，第二份是对本公司中国供应商曾经合作过的商务外贸部门经常对本公司的人员沟通问题和商务谈判提出意见

问卷一：对于可以用中文交流的泰国人员以十名为主。如下：

(一) 基本资料分为 7 题

一、Thai Hable 公司员工的性别

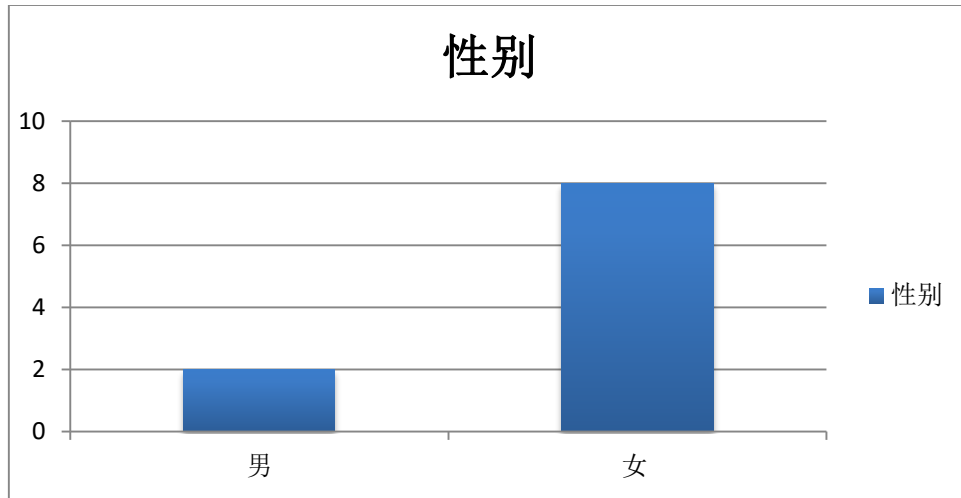


图 2.4.34: Thai Hable 公司员工的性别

泰国 Thai Hable 公司的工作人员 10 位，男生只有 2 位，剩下是女生为主，因为选择学习有关语言的人是女生比较多，所以能影响到在工作使用语言沟通的人女士占率比较多。

二、Thai Hable 公司员工的年龄

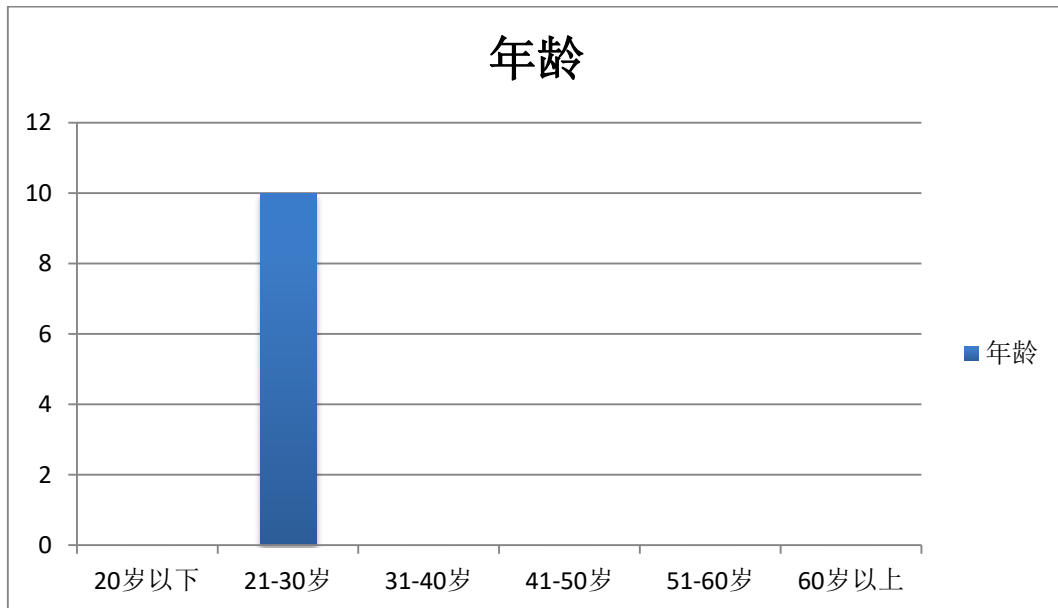


图 2.4.35: Thai Hable 公司员工的年龄

泰国 Thai Habel 的工作人员年龄是 21-30 岁之间，因为这些职位比 10 年前升了很多，而且泰国和中国这几年合作的很密切，公司从中国进口到泰国越来越多，影响到这几年需要量比较多。

三、Thai Habel 公司员工的工作种类

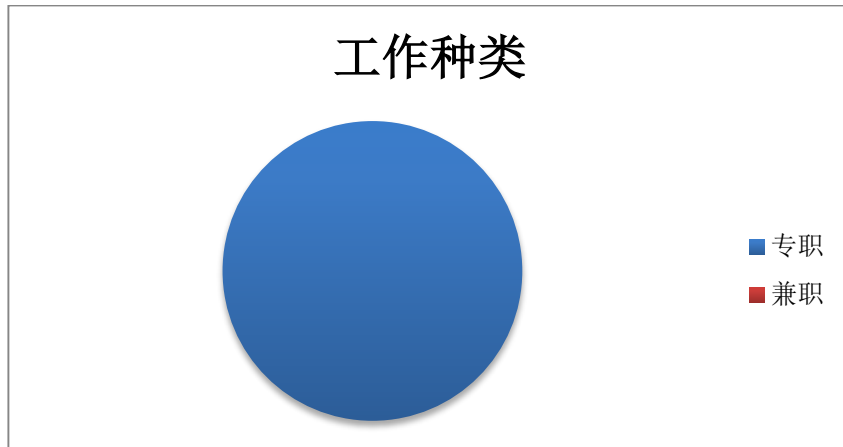


图 2.4.36: Thai Habel 公司员工的工作种类

泰国 Thai Habel 的工作人员大部分是专职的，而且是大多数本科生刚毕业的人。

四、Thai Habel 公司员工的最高学历

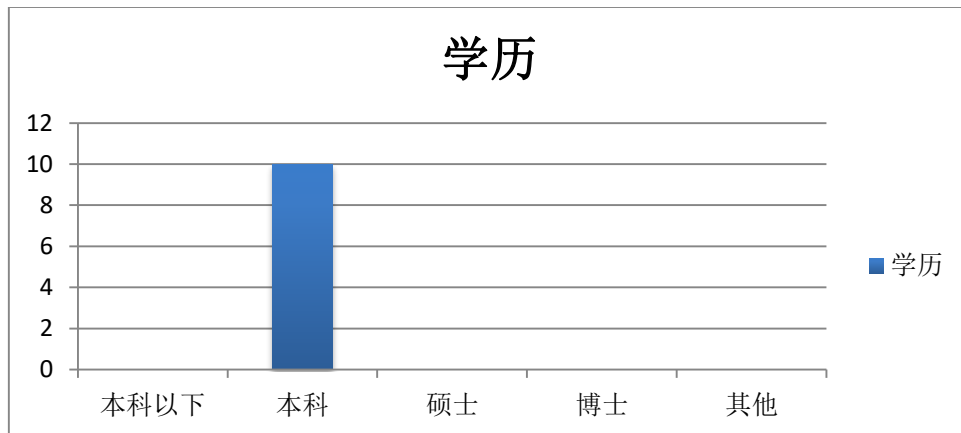


图 2.4.37: Thai Habel 公司员工的最高学历

泰国 Thai Habel 公司的工作人员最高学历都是本科毕业的。

五、Thai Habel 公司员工的工作经验

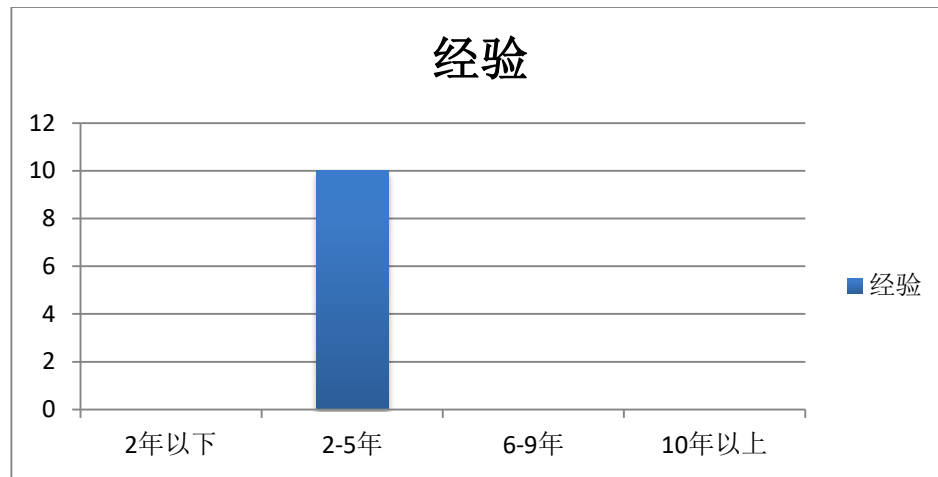


图 2.4.38: Thai Habel 公司员工的工作经验

泰国 Thai Habel 公司的工作人员的经验是 2-5 年为主。

六、Thai Habel 公司的员工在贸易语言沟通使用的语言

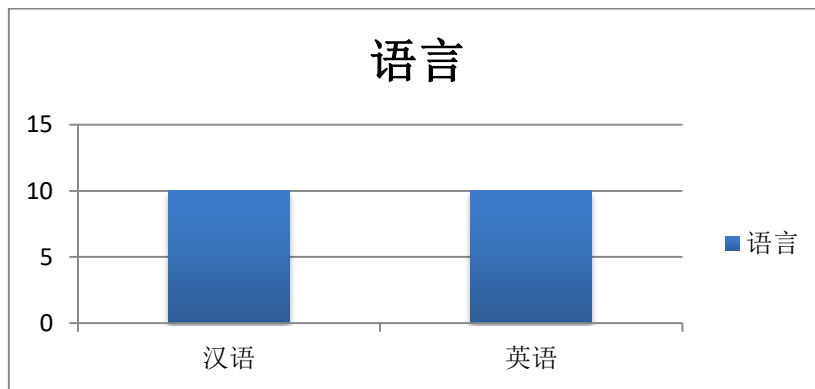


图 2.4.39: Thai Habel 公司员工在贸易使用的语言

泰国 Thai Habel 公司的工作人員使用語言溝通都用英文和漢語。

七、Thai Habel 公司的员工的职位

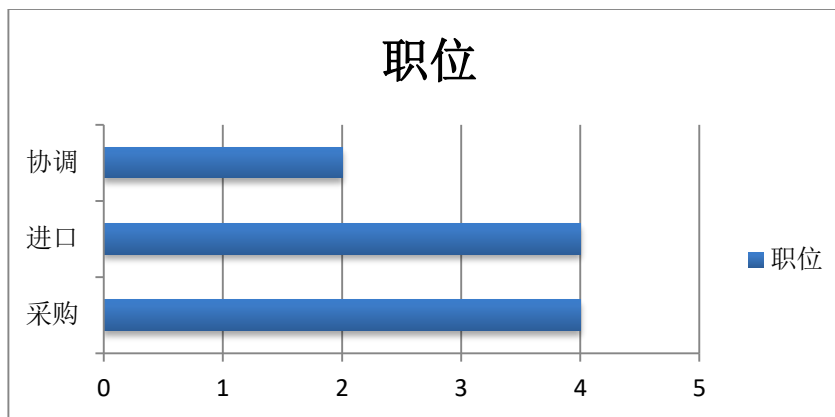


图 2.4.40: Thai Habel 公司员工的职位

泰国 Thai Habel 公司的工作人员在本公司的职位分为 3 部门，协调部门、进口部门和采购部门，各个部门拥有自己部门的负责任，负责不同的方向。

(二) 商务汉语方面的资料分为 3 题

八、题：您在公司的工作负责任

采购部门：

(一)、负责协调台方与中方、讨价、翻译文件为中泰与泰中、寻找新顾客、检查产品、以威信或 QQ 联系及订单。

(二)、负责采购与销售本公司的货品，解决旧批的货品问题。

(三)、负责从中方订单。

(四)、负责商量中泰任务，解决问题，讨价与按照上级所令进行工作。

进口部门：

(一)、负责采购进口货品，检查价格、运输时间。

(二)、负责联系中方关于运输货品，确定到达泰国的时间。

(三)、负责翻译文件，检查批号及缺点，以及报告中方。

(四)、负责寻找中国与泰国的物流方式，为了跟泰方进行泰国物流方式。

协调部门:

(一)、负责跟中国人商量，寻找新中间商。

(二)、负责寻找新中间商的资料及背景，检查市场的标准价格，比如屏幕等。

从上面的资料可以看到各个部门，不管是协调部门、进口部门或者是采购部门都是需要跟进中国供应商互相交谈，使用汉语和英语来交流。

九、题：您在公司工作时, 汉语发现的问题

采购部门:

(一)、不清楚一些词语，导致交流与耽误时间的问题，有时让对方误会。尤其是写字的时候，因为她自己写得比较慢或者不会写的字。

(二)、在翻译文件的时候，有些词语不知道，导致耽误时间以及误会。

(三)、主要的问题是语言。由于在工作上使用的专有名词比较多，所以翻译文件的时候使用的时间还是比较长，有时候中方也不明白意思。

(四)、中文是第三语言，有些专有名词从来不知，导致翻译时使用时间太长。

进口部门:

(一)、不知道词语。

(二)、最难的是翻译太重的时候总是让中方误会。

(三)、最难的是专有名词，有时也直接用英语。中方也可以直接用微信或者 google 帮助翻译，但是有些时候也使有机器帮助也有错误的，有时候最好的方法就是解释到底。

(四)、最难的是翻译，有时也拍视频送去给中方看，中方也拍视频解释一些问题发了回来，这很有帮助。

协调部门:

(一)、需要学习很多生词，尤其是进出口这一圈常见的生词。

(二)、知道的生词比较少，所以需要自己多学，以及依靠工作经验。

工作人员他们认为自己的汉语词汇还不足够，有些词汇不太理解，而且很容易出错问题和误会，希望能够提高自己的汉语水平。

十、题：您在公司商务汉语对工作的影响

采购部门:

(一)、学会了很多专有名词，可以提高翻译的能力。

(二)、中国的产品成本低，所以中文是个特别重要。

(三)、使用 google 翻译或者询问同事。

(四)、如果遇见更难理解的词语，首先需要问好同事，然后再翻译给中方。

进口部门:

(一)、以这个机会学习更多的生词，预防忘记。

(二)、跟中方合作时，必须总结那些资料为简单的关键，解释给他们，预防发生错误。

(三)、使用英语解释一些专有名词。

(四)、使用图片来解释。

协调部门:

(一)、中文是目前特别重要的一种语言，所以学会中文是个好事。在工作上，需要时间为了积累经验，遇见困难的任務经验才是最重要的。

(二)、随着中国经济发展，中文也越来越重要，所以对自己必须对中文有目标。

工作人员他们认为汉语目前只一种特别重要的语言，每天增加来很多词语，具备下来。如果能记得很多词语，就能容易解释给对方了解，很快想出词汇，尤其专门的词。

问卷二：对于经常向泰国公司合作的中国人员以十人为主。如下：

（一）基本资料分为 7 题

一、中国供应商的性别

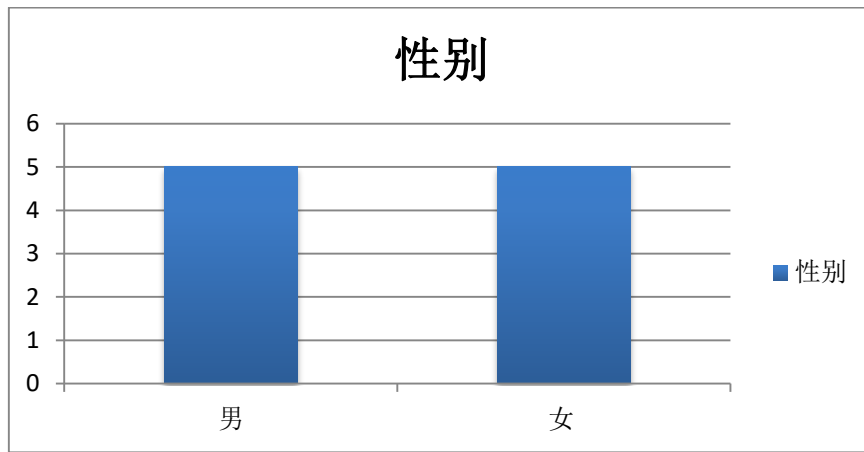


图 2.4.41：中国供应商的性别

从图上能表现是中国供应商的海外部门拥有人员的性别 一半是男性和一半是男性。

二、中国供应商的年龄

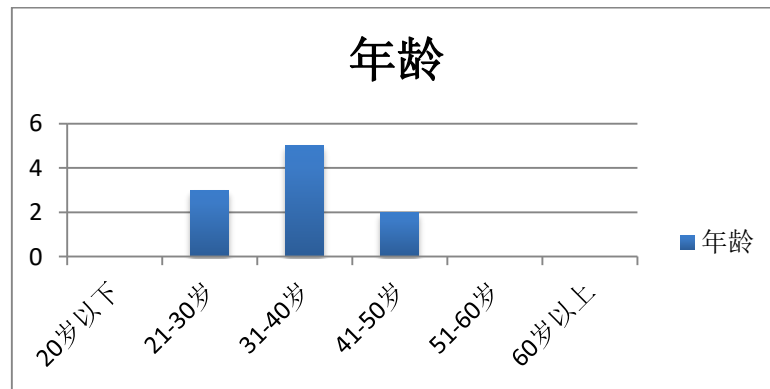


图 2.4.42：中国供应商的年龄

中国的供应商年龄分为 21-30 岁有 3 位，31-40 岁有 5 位和 41-50 岁有 2 位，所以 31-40 岁的人数占率百分之五十的。

三、中国供应商的工作种类

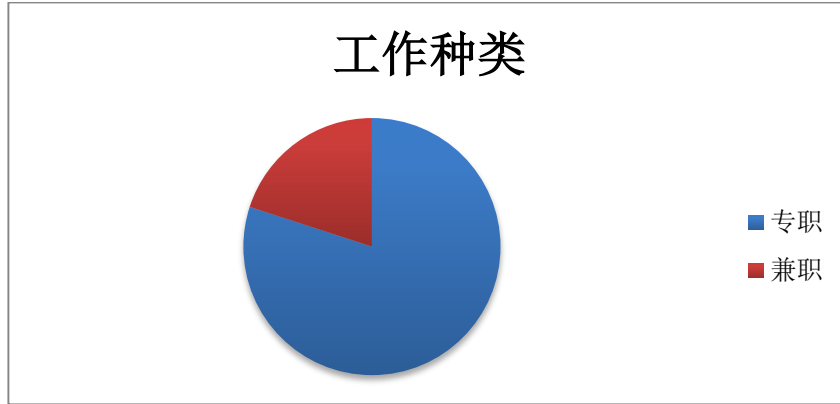


图 2.4.43: 中国供应商的工作种类

中国供应商的工作种类 分为专职 8 位，另外兼职只有 2 位。

四、中国供应商的最高学历

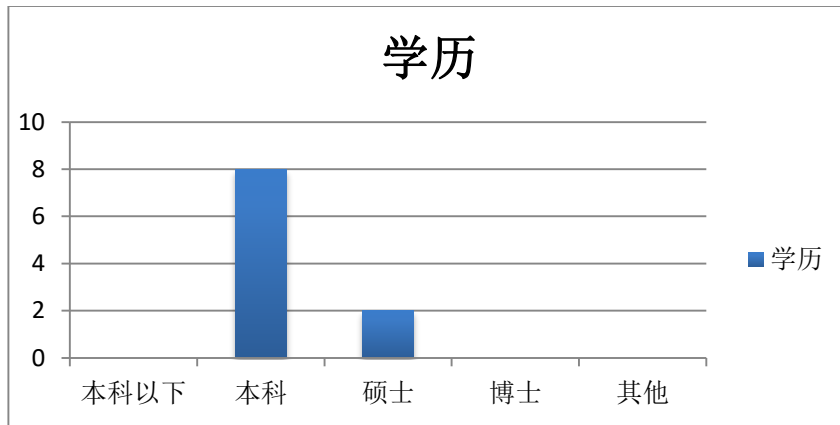


图 2.4.44: 中国供应商的最高学历

中国供应商的最高学历分为本科毕业 8 位和硕士毕业 2 位。

五、中国供应商的工作经验

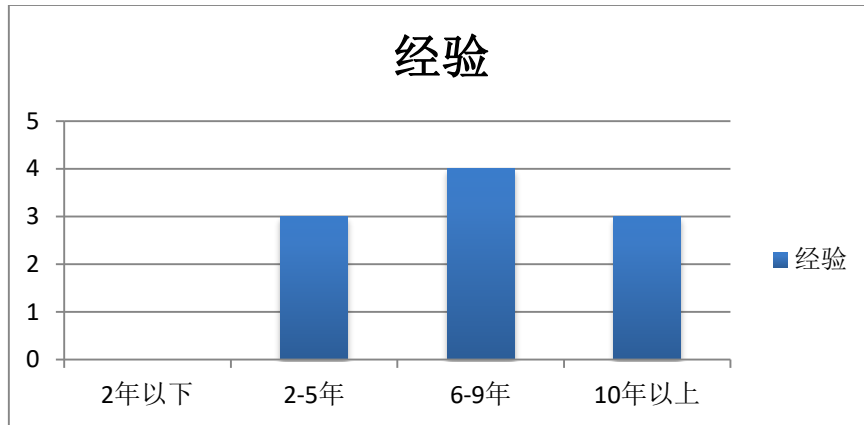


图 2.4.45: 中国供应商的工作经验

中国供应商的工作经验分为 2-5 年的有 3 位，6-9 年的有 4 位和 10 年以上有 3 位。

六、中国供应商在贸易语言沟通使用的语言

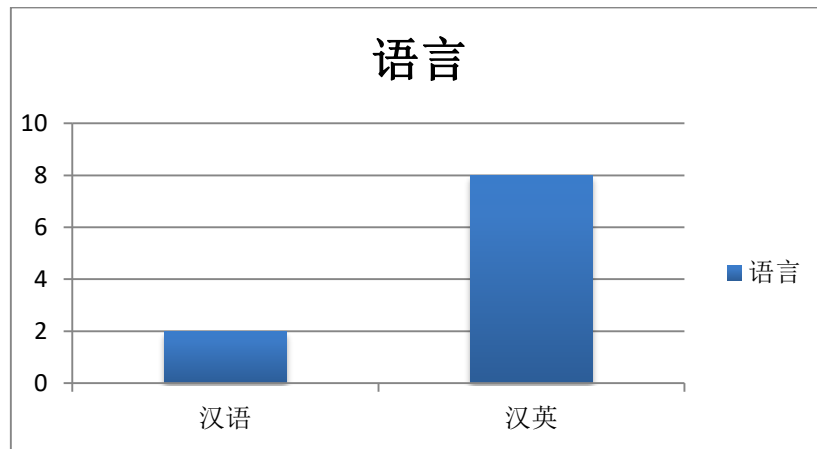


图 2.4.46: 中国供应商使用的语言

中国供应商在语言沟通使用 英语和汉语两个语言共 8 位和专门使用汉语沟通语言有 2 位。

七、中国供应商的员工的职位

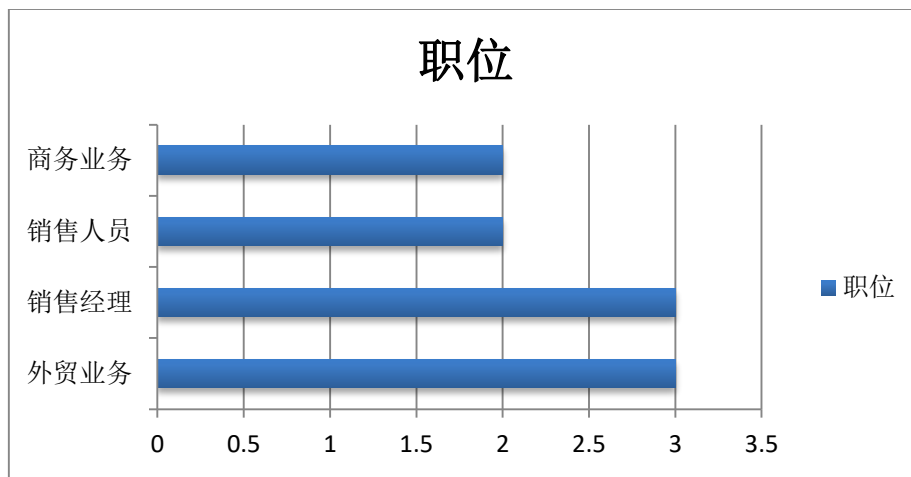


图 2.4.47: 中国供应商的职位

中国供应商的工作人员分为 4 部门，销售经理和外贸业务各个 3 位，商务业务和销售人员各个 2 位。

(二) 商务汉语方面的资料分为 5 题

八、题：您在公司的工作负责任

销售经理：

(一)、维护老客户，开发新客户，跟进项目，安排订舱，报关，退税资料。

(二)、公司日常运营。

(三)、公司对外销售部分。

销售人员：

(一)、负责报价，样品以及样品跟进，洽谈接单，跟单生产，出货，订柜，报关，提单跟进与确认，货款跟进，售后等等整个出口流程所涉及到的工作。

(二)、我在公司负责的工作—跟进外贸客户（老客户）的订单，从客户下单-双方确认订单（款式型号尺寸、单价、交期）-安排货物生产（期间要跟进

生产进度、工厂是否达到客户对产品的一些细节要求)-确认货物可以装柜的前几天通知国外客户安排订舱-客户收到货物后, 跟进产品的质量。

外贸业务:

- (一)、产品的对外销售。
- (二)、开发行订单, 价格谈判以及跟进订单各项事宜。
- (三)、负责公司在国际方面的运输。

商务业务:

- (一)、负责公司客户的出口进口的清关, 根据客户的要求下单安排生产, 解决生产当中产生的问题, 确定单价 收款 对账。
- (二)、公司销售方面。

从上面的资料可以看出这四个部门, 经常承担有关泰国或者外国互相交流方面, 所以各个知识是很重要的, 比如物流知识、商务知识包跨科技的知识。

九、题: 您在公司工作时, 汉语发现的问题

销售经理:

- (一)、暂未发现问题。
- (二)、没有。
- (三)、很少有问题。

销售人员:

- (一)、无。
- (二)、在工作时, 发现的汉语问题主要是 听、说 汉语使用存在的问题: 对于大部分年轻的泰国人, 他们的汉语水平还是挺不错的, 听说读写能力都还可以, 可能有小部分年轻人在听和说方面还比较弱。但是发现年龄在 30 岁多岁以上的泰国人, 他们很多人都不会讲汉语, 这可能跟他们读书期间接受的教育有很大关系。

外贸业务:

(一)、没有。

(二)、1. 歧义导致理解错误 2. 词语使用不当 3. 有些客户说得不是很流利。

(三)、主要是一些比较专业的术语翻译上存在问题。

商务业务:

(一)、在订单的沟通中很少一部分简单的内容可以使用汉语，举个例子客户下单时候确定是蓝色外壳，但生产只用标准蓝色。客户收到货物说是要浅蓝色，只能安排重新生产，导致成本增加。

(二)、还没有发现大问题，都能解决。

从上面的资料能看出 泰方人员目前商务谈判还没有出现很大的问题，但具体需要看重订单的时候详细的解释给供应商，谈好自己公司的需要。

十、题：您在公司商务汉语对工作的影响

销售经理:

(一)、多熟悉和使用汉语。

(二)、没有。

(三)、沟通方面 还是需要多解释。

销售人员:

(一)、无。

(二)、在公司商务汉语对工作的影响—很多解决商务汉语对工作的影响：提高自己本身的英语听说读写的水平，这样就可以在双方无法用汉语沟通的情况下，也能使用英语进行无障碍沟通。

外贸业务:

(一)、一般没有出大影响。

(二)、多了解商务工作中的商务汉语的术语以及商务汉语的文化背景，商务汉语谈判技巧，加强商务汉语的听说练习。

(三)、多沟通，多交流。

商务业务：

(一)、商务汉语在对工作的影响决定了交易的成败，更多的细节需要双语来沟通，比如单价、款式、颜色，交货时间的确定和付款时间。

(二)、没有。

中国供应商提出意见让泰国的工作人员多学汉语和语言，具体是专门的词语。

十一、题：跨文化与语言差异是否对企业的影响

销售经理：

(一)、影响较小，现在英语都能正常沟通。

(二)、没有大问题。

(三)、很少，问题不大。

销售人员：

(一)、没有影响。

(二)、跨文化与语言差异是否对企业有影响：不同的国家，语言及文化一定存在很多差异，语言方面，双方可以使用大家都能理解的语言；但是文化的差异，我们会尽可能的了解国外客户的国家文化，并去尊重和顺应他们的文化。

外贸业务：

(一)、很少。

(二)、价值观和思维方式的不同，会影响大家在处理商务事情上产生不同的看法和理解以及大家对问题的解决方案的不认同，进而导致本来我们认为很小的一件事，在对方看来是事态严重。

(三)、跨文化与语言差异对企业的影响主要集中在思维行为和价值观念的差异。

商务业务:

(一)、文化对于语言的差异影响很少，虽然文化的差异可能会导致一些问题的理解不同，但是重要的是多沟通，我想决定合作关系的重要原因还是价格、款式、质量和交货时间。当然根据文化不同也会有不同的节假日，对于付款和交货时间要提前考虑好时间上的安排。

(二)、有一点，都能理解。

中国供应商认为泰国的工作人员在跨文化和语言差异 没有太大的问题，可以表现是各个方能够接受对方的差异。

十二、题：跨文化差异在企业管理中的影响

销售经理:

(一)、暂不清晰。

(二)、个人认为，在企业上，跨语言不会存在很大的问题，跨文化会产生一些理念上的差异。

(三)、很少，问题不大。

销售人员:

(一)、没有影响。

(二)、跨文化差异对企业管理的影响：我个人决定跨文化差异对现在企业的管理的影响很小，跨文化之间的差异可以相互包容和理解，并且试着去尊重国外的文化。

外贸业务:

(一)、很少。

(二)、1. 方水土一方人，跨文化差异在企业管理中的影响有。 2. 时间观念的不同，影响企业的生产交期。 3. 工人的工作态度，影响生产产品的质量优劣。 4. 工人的生活行为，影响整个企业的文化环境。

(三)、对于存在跨文化差异的企业,其在企业管理中的影响主要集中在要面对不同文化背景的人,物的管理,不同文化背景的人具有不同的工作和思想行为,并且在不同文化背景下团体之间的交流和沟通必然会遇上不是问题,企业管理人员必须有意识地建立相应的机制。

商务业务:

(一)、文化差异对于企业管理的影响尚不明确,因本公司并没有外籍员工。当然对于各国的文化我们都需要尊重个人的民俗。

(二)、没有。

从上面的资料可以看出在家电企业的跨文化差异,问题不是有很多,而且是很大的问题。

第三章 分析、调查与调查的评估

第一节 对泰国 Thai habel 公司家电行业汉语应用调查的评估

在基本情况展会发了一百个问卷之后，可以分析为：

男性比女性占多，年龄平均为 21 至 40 岁。大部分都是专职的人员，最多的为经理的职位。她们也都是本科毕业，甚至工作经验也比较长，最少的工作经验是两年以下。

使用沟通语言下，他们都使用汉语为主。另外，在交易谈判中，他们也使用英语，甚至在她们需要跟泰国工作人员沟通也使用一点泰语，这可以表示泰国与中国的贸易合作比较多。此外，从调查之后也可以看出还有其它国家和地区的企业家也使用汉语与英语沟通。比如中国香港、中国台湾、新加坡、马来西亚与印度尼西亚等。

从问卷调查来看，还有其它的分析为：

一般的生意条件可以分为：第一种是企业家自管的生意，每个产品都是他们自己产生及创造的；第二种是他们雇用其他公司为其产生的产品，由中间商进行买卖。

调查之后，可以表示大部分的中国商人有自己的工厂，就可以表示他们可以容易地管理每一个步骤，这就是他们的优势。中国的公司可以分为两种，如下：

1. 第一种：工作人员大约 20 至 50 人。他们的公司情况是中小型企业的，这可能刚刚开始与外国开展贸易，以小工厂的优势打市场。

2. 第二种：工作人员大约 150 人以上。就可以说她们两种有很大的差别。但是第二种的公司是已跟外国公司合作的经验。

大部分公司占 94 % 是以前曾与泰国进行过贸易的公司，也是与泰国长期合作的伙伴。因为当泰国人做生意的时候总是从价格来比较，例如：两家公司的服务、协同及协助一样好，那么顾客总是愿意花更多的钱。

接下来，中泰贸易的合作年年增加，中方出口量的调查表示 10 至 15 % 为出口到外国，10 至 30 % 为出口到泰国。

很多泰国人总是在展会跟中间商见面，那就是因为中国政府每年都会举行好多展会，以使中国公司可以向全球推广产品及促进国际贸易。因为当某公司需要找个新的中间商，在展会就可以让他们如愿以偿。相比之下，中国公司也不太愿意来泰国参加展会。因为中国公司是有自己的确定的目标客户，他们的生意就是中间商能支持以他们为主，为了能在世界经济的激烈竞争获胜。

商务汉语应用的能力

从被调查 100 名中国供应商，对泰国公司采购人员使用商务汉语的水平是一般。

泰国家电汉语使用人员情况调查

从被调查 10 名用中文交流的泰国采购人员发现在公司工作时使用汉语发现的问题大部分是听力部分。

从被调查 10 名经常向泰国公司合作的中国人发现在公司工作时使用汉语发现问题主要是读的部分。认为跨文化与语言差异对企业有很少影响的占 50%，有很大影响的占 30%，有一般影响的 20%。

第二节 泰国家电企业商务汉语应用中存在的问题

一、沟通问题

在泰国工作的情况下，主要的问题就是沟通的问题。因为泰方不理解中方的物流及生意文化。泰国人总是不喜欢在压力太大的条件下继续工作，各个说话特别委婉。相比之下，中国人工作的方式特别主动，说话比较直接。在工作时，导致在沟通时使对方常常误会。人的经验与社会距离加大，会影响彼此间的沟通。

上述所说，常见的问题就是沟通的语言。有时双方的理解也不同，每次的合作总是应用图片为解决方法。最大存在的问题就是名称，常常导致一些错误。双方的误会也会越来越深，最终将给企业带来一定的损失。

二、术语问题

由于员工术语词汇量有限无法快速、准确和全面地理解术语词汇。员工对术语交际过程中的知识没有更深入的了解、有一些词汇不认识、没有听过，在利用术语沟通时，员工常常想着一些词汇和表达方式而忘记了业务上的重点，对术语的用词不准确，让沟通方面有难度。

三、产品的型号

由于泰国 Thai Habel 公司目前还没有具体的中文名称，获得中国客户容易出误会，产品型号方面也是基本上的信息，客户能简单的寻找各个系列的资料，建议泰国公司创造一名中文让国外客户，尤其中国容易去备。

第三节 泰国家电企业商务汉语应用的建议

一、加强汉语培训

举办汉语培训,为了提高采购人员的汉语水平和加强汉语方面,避免汉语使用的问题。公司必须给采购人员得到汉语(听、说、读、写)方面培训,加强口语交流、掌握的词汇、语法、语言形式、以及阅读与翻译的深刻了解。

二、加强汉语术语的培训

术语是一门应用性较强的语言技巧,在使用时必须要有高的技能,与供应商进行交流。为了改进术语使用的问题,要加强汉语术语培训,要有针对性的培训,以提高专业知识的学习。通过培训,使参训员工汉语术语水平得到了进一步的提高,顺利沟通,对工作有好处。

在家电行业常见的词语,如下:

汉语	英语	汉语	英语
喇叭	Speaker	产品 目录	Product catalog
LCD TV 控制副板	Control PCB	后警示铭牌标贴	Back warning label
接收指示灯副板	Receiver Light	Pass 标贴	Pass label
普通排插线	Wire Connector	序列号标贴	Serial Number
背光转换线	Blacklight wire	保修标贴	Warranty label
电源线	Power cord	纸箱标贴	Carton label
电源引线	Power wire	前壳彩标贴	Front color label
螺丝	Screw	保丽龙	Poly foam
机丝螺钉	Machine Screw	LCD TV 遥控器	Remote control
介子	Gasket	电源适配器	Power adapter
锁屏支架	Panel holder	热熔胶	Hot glue

前壳	Front cabinet	胶辊筒	Rubber roller
后壳	Back cabinet	除尘滚轮	Dust removal roner
底座	Chassis	手电筒	Flashlight
胶垫	Plastic cushion	主板	Main board
胶袋	Plastic bag	电源板	Power supply board
说明书	User manual	高压板	Invertor board
保修卡	Warrantaty card	控制板	Control board

结论

由于中国是贸易，进出口等部分发展较快的国家。在中国有许多公司跟泰国做贸易，有各行各业，包括电器业务。泰国是从中国进口最多的国家之一。Thaihabel 公司是一家以泰国品牌销售电器的公司，以提高产品质量，服务质量和员工素质。所以这个论文可以促进公司的发展潜力，特别是在采购部分。由于该公司需要从中国进口商品，电器零配件。即使采购也必须与中国合作伙伴或供应商进行协调。这个论文让我们知道泰国采购人员和中国销售员工有什么问题，哪个方面应该得到解决。分为 2 份问卷，为了询问中国供应商。第一份问卷是供应商的基本信息。第二份问卷深入调查中国供应商的质量。通过问卷调查，本文将分析以使用汉语为核心的问题。由于中国和泰国用不同的语言，所以应该用汉语来沟通。有的中国供应商会说英语，也有的不会说英语。大部分都是零售供应商不会说英语，或者是对技术有深入了解的中国人，可不懂英语。泰国采购人员必须有词汇深度知识，为了跟技术人员沟通。在论文中，通过将问题分成几部分来总结。比如 语言方面的差异，文化差异，语言知识的问题，技术知识，贸易知识，进出口知识和运输知识。

参考文献（中文）

【1】施美芳，《泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语应用研究》，泰国华侨崇圣大学，2016 年

【2】陈幸娟，《普吉高级酒店业汉语服务应用研究—以普吉斯攀瓦酒店和普吉安纳塔拉度假俱乐部为例》，泰国华侨崇圣大学，2016 年

【3】文美珍，《东盟经济一体化对泰国汉语人才的需求》，泰国华侨崇圣大学，2014 年

【4】张宇，〈基于《体验汉语·生活篇》的任务型教学设计与应用研究—以泰国华富里技术学院为例〉，山东师范大学，2013 年

<http://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CMFD&dbname=CMFD201401&filename=1014125631>

【5】陈书陶，《曼谷水门服装市场汉语服务研究》，泰国华侨崇圣大学，2016 年

【6】HATHAIKARN MANGKORNPAIBOON，〈泰国汉语能力标准的研究〉，中央民族大学，2012 年

【7】韩晓晴，《泰国清迈汉艺书院汉语培训班教学情况调研》，云南大学，2016 年

<http://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CMFD&dbname=CMFD201701&filename=1016233587>

【8】刘梓晗，《泰国高中汉语教材体验汉语文本研究》，兰州大学，2015 年

<http://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CMFD&dbname=CMFD201601&filename=1015347317>

【9】艾成浩，《泰国亚洲航空空服人员汉语服务情况的调查研究》，泰国华侨崇圣大学，2014 年

【10】全玉嬿，《关于泰国部分城市的汉语培训机构的调查报告》，天津师范大学，2015 年

附录

第一问卷：在中国进出口商品交易会参展公司的商务人员应用商务汉语的需求调查表

按照您的实际情况，请在 填写

第一部分：基本资料

1. 性别 男 女
2. 年龄 20 岁一下 21-30 岁 31-40 岁
41-50 岁 51-60 岁 60 岁以上
3. 工作部门 老板 经理 营销
翻译 其他
4. 工作种类 专职工作 兼职工作
5. 最高学历 本科一下 本科 硕士
博士 其他
6. 工作经验 2 年以及下 2-5 年
6-9 年 10 年以及上
7. 在贸易语言沟通您使用的语言 汉语 英语 泰语 其他语言
8. 您的国籍 中国 香港 新加坡
马来西亚 印尼 台湾 其他国家

第二部分：中国与泰国商务贸易关系

1. 贵公司是第三方还是有自己的工厂？
 第三方 有工厂
2. 贵公司的工作人员包括工厂有多少人？
 20-50 人 60-100 人 110-150 人 150 人以上
3. 贵公司是否出口到泰国
 是 否
4. 贵公司有多少泰国顾客
 2-3 家一下 4-5 家 6-10 家 10 家以上
5. 贵公司已经跟泰国顾客合作了几年
 2 年以及下 2-5 年 6-9 年 10 年以及上

6. 贵公司对出口方面出口到外国占百分之多少
 10-30% 40-50% 60-70% 80-100%
7. 贵公司对出口方面出口到泰国占百分之多少
 10-30% 40-50% 60-70% 80-100%
8. 贵公司每年去泰国拜访泰国公司或者去找新顾客公司，评估几次？
 2次以及下 / 年 2-5次 / 年
 6-9次 / 年 10次以及上 / 年
9. 贵公司大部分顾客是从哪里认识的？
 展销会 网络
 其他公司来介绍 其他
10. 贵公司有没有参加过泰国展会？
 有 没有

第三部分：商务汉语应用的能力

对泰国公司采购部门相关人员使用商务汉语的水平

按照您的实际情况，请在 填写

相关问题	答案级别				
	很 多	多	一 般	少	很 少
1、您的泰语水平					
2、您的英语水平					
3、您有接受泰国采购部门的需求吗？					
4、您认为泰国采购人员对商务汉语的知识多吗？					
5、您认为泰国采购人员对电放的知识多吗？					
6、您认为泰国采购人员对海关的知识多吗？					

7、您认为泰国采购人员对物流公司的知识多吗？					
8、您认为泰国采购人员对中国文化的知识多吗？					
9、您认为泰国采购人员对科技的知识多吗？					
10、您认为泰国采购人员对科技词汇的知识多吗？					
11、您认为泰国采购人员对国际贸易术语的知识多吗？					
12、您认为泰国采购人员对各个发票文件种类的知识多吗 (Proforma invoice and Commercial invoice)？					
13、您认为泰国采购人员对进出口 BOI 的知识多吗？					
14、您认为泰国采购人员对 Form E 和 Form D 的知识多吗？					
15、您认为泰国采购人员对出货单资料的知识多吗？					

第四部分

在语言方面存在的问题

(1=很重要, 2=重要, 3=一般, 4=不太重要, 5=不重要)

问题	1	2	3	4	5
1、采购人员不必要会说中文？					
2、采购人员不必要对进出口方面的词汇理解太多？					
3、采购人员不必要对科技专门的词汇理解太多？					
4、采购人员在各个文件里面的内容不必要写中文？					
5、采购人员不必要看重语言是否有礼貌？					

在文化差异存在的问题

(1=很重要, 2=重要, 3=一般, 4=不太重要, 5=不重要)

问题	1	2	3	4	5
1、采购人员不必要在微信或者 QQ 沟通，用邮件就行了？					
2、采购人员不必要去中国公司面对谈判？					
3、采购人员不必要最少每年一次去中国参观中国公司和去找老板谈判？					
4、采购人员不必要看重谈判后一起吃大餐？					
5、采购人员不必要看重跟中国销售部门一起去唱 KTV？					

第二问卷：对于工作人员在 Thai Habel 公司有关汉语使用

1. 性别 男 女
2. 年龄 20 岁一下 21-30 岁 31-40 岁
41-50 岁 51-60 岁 60 岁以上
3. 工作种类 专职工作 兼职工作
4. 最高学历 本科一下 本科 硕士
 博士 其他
5. 工作经验 2 年以及下 2-5 年
6-9 年 10 年以及上
6. 在贸易语言沟通您使用的语言 汉语 英语 泰语
7. 您在公司的职位是_____
8. 您在公司的工作负责任_____
9. 您在公司工作时, 汉语发现的问题
听 说 读 写 翻译
汉语使用存在的问题

10. 您在公司商务汉语对工作的影响
很多 多 一般 少 很少 否

解决商务汉语对工作的影响

第三问卷：对于 Thaihabel 公司的供应商的国际出口部门的工作人员

1. 性别 男 女
2. 年龄 20 岁一下 21-30 岁 31-40 岁
 41-50 岁 51-60 岁 60 岁以上
3. 工作种类 专职工作 兼职工作
4. 最高学历 本科一下 本科 硕士
 博士 其他
5. 工作经验 2 年以及下 2-5 年
 6-9 年 10 年以及上
6. 在贸易语言沟通您使用的语言 汉语 英语 泰语
7. 您在公司的职位是 _____
8. 您在公司的工作负责任

9. 您在公司工作时, 汉语发现的问题

- 听 说 读 写 翻译
- 汉语使用存在的问题

10. 您在公司商务汉语对工作的影响

- 很多 多 一般 少 很少 否

解决商务汉语对工作的影响

11. 跨文化与语言差异是否对企业的影响

12. 跨文化差异在企业管理中的影响

致 谢

本论文是在导师解琨副教授的指导下完成的。这次毕业论文能够得顺利完成，是因为解琨老师与教师来指导。在论文写作每个阶段过程中，我都遇到了很多问题、增加了我自己的知识，而且加强了我研究的能力！

感谢我的父母，不管我碰到了任何困难他俩都在陪着我，没有父母的鼓励我可能要放手了，真的很感谢！

感谢各位供应商和泰国的工作同事来帮我填写问卷，我能获得了很多数据来研究就是你们的访谈时沟通的内容，你们真的很大帮助。

最后感谢我自己，虽然刚换工作 早上每天都有开会，晚上九点才能回家，回家之后还要帮别人向淘宝的供应商联系订购货物，周末要去仓库检查东西，还要去找台湾展会的参展者来泰国参加活动，还是能够完成这本论文，你真的很棒了！

郑巧昱

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ - สกุล นางสาววรัญญา สุทธิธารกุล (郑巧昱)
- วัน เดือน ปีเกิด 29 เมษายน 2535
- ที่อยู่ปัจจุบัน 579/529 หมู่บ้านเดอะคอนเนค ซอยสุขสวัสดิ์ 26 แขวงบางมด
เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร 10150
- ประวัติการศึกษา**
- พ.ศ. 2557 คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาจีน)
- ประวัติการทำงาน**
- พ.ศ. 2560 พนักงานฝ่ายประสานงาน บริษัท มิตรมงคล จำกัด
- พ.ศ. 2559 - 2560 พนักงานฝ่ายจัดซื้อ บริษัท ไทยฮาเบล อินดัสเตรียล จำกัด
- พ.ศ. 2557 - 2559 พนักงานฝ่ายจัดซื้อ บริษัท เจ เอ็น บี จิวเวอรี่ จำกัด
- ตำแหน่งและสถานที่ทำงานในปัจจุบัน**
- พ.ศ. 2561 - ปัจจุบัน ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายประสานงาน บริษัท อินเด็กซ์ลิฟวิ่งมอลล์ จำกัด