



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การวิจัยการประยุกต์ใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจของ
บริษัท เกียกทอยส์ (ประเทศไทย) จำกัด

A RESEARCH ON THE USE OF BUSINESS CHINESE FOR
COMMUNICATION OF KEAK TOYS (THAILAND) CO., LTD.

泰国 KEAK 玩具公司营销中的商业汉语应用调查研究

ณัฐกฤตา ใ้หนูช (李佳美)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)
คณะภาษาและวัฒนธรรมจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2563

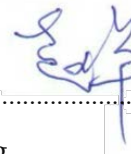
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การวิจัยการประยุกต์ใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจของ
บริษัท เกียกทอยส์ (ประเทศไทย) จำกัด

A RESEARCH ON THE USE OF BUSINESS CHINESE FOR
COMMUNICATION OF KEAK TOYS (THAILAND) CO., LTD.
泰国 KEAK 玩具公司营销中的商业汉语应用调查研究

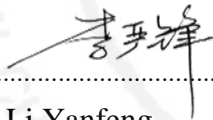
ณัฐกฤตา ใ้หนูช (李佳美)

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)
เมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม พ.ศ. 2563

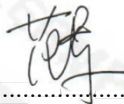


ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไล ลิ้มถาวรนนท์
ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

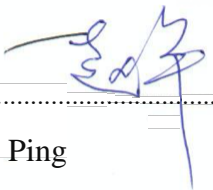
Dr. Zhao Ping
อาจารย์ที่ปรึกษา



Prof. Dr. Li Yanfeng
กรรมการ



Assoc. Prof. Dr. Fan Jun
กรรมการ



Dr. Zhao Ping
กรรมการ



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
กรรมการ



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

**การวิจัยการประยุกต์ใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจของ
บริษัท เกียกทอยส์ (ประเทศไทย) จำกัด**

ณัฐกฤตา ใหนูช 616054

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ZHAO PING, Ph. D.

บทคัดย่อ

บริษัท เกียกทอยส์ (ประเทศไทย) จำกัด ร่วมมือกับบริษัทจีนในการผลิตและจัดจำหน่ายของเล่นสำหรับเด็ก บริษัทจำเป็นต้องมีแผนกจัดซื้อที่มีภาษาจีนอยู่ในระดับดี ความสามารถด้านภาษาจีนของพนักงานจัดซื้อส่งผลโดยตรงต่อกระบวนการผลิตและการตลาดของบริษัท วัตถุประสงค์การวิจัยคือ ศึกษาสภาพการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจของพนักงานจัดซื้อ และศึกษาความพึงพอใจของฝ่ายจีนที่มีต่อความสามารถในการสื่อสารของพนักงาน เครื่องมือที่ใช้ศึกษา คือ การสำรวจการพัฒนาศักยภาพทางด้านภาษาจีนของพนักงานจัดซื้อ และแบบสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการภาษาจีนของพนักงานจัดซื้อ

ประชากรที่ศึกษาคือพนักงานจัดซื้อจำนวน 7 ราย ซึ่งทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับบริษัท เทรตติ้งจีนและโรงงานผู้ผลิตสินค้า ขอบข่ายเนื้อหาการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 บท : บทแรกอธิบายถึงพื้นฐานและความสามารถในการใช้ภาษาจีนของพนักงานจัดซื้อ บทที่สอง คือ ผลการสำรวจแบบสอบถาม อธิบายสถานการณ์ และความพึงพอใจของฝ่ายจีนต่อการให้บริการภาษาจีน บทที่สามวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย โอกาสและอุปสรรคของบริษัท ผ่านการวิเคราะห์ SWOT และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาทางด้านการประสานงานทางธุรกิจกับจีนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัยพบว่า พนักงานจัดซื้อของบริษัท เกียกทอยส์ (ประเทศไทย) มีศักยภาพที่สามารถติดต่อสื่อสารกับทางฝ่ายจีนได้ในระดับดี และฝ่ายจีนมีความพึงพอใจเป็นระดับมากกับการให้บริการภาษาจีนของพนักงานจัดซื้อ แต่อย่างไรก็ตามพนักงานจัดซื้อยังคงต้องการให้พัฒนาทักษะในการเขียนและการแปลเอกสาร ดังนั้น บริษัทควรจัดการฝึกอบรม การเขียนและการแปลเอกสารภาษาจีนธุรกิจ เพื่อให้การประสานงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: บริษัท เกียกทอยส์ (ประเทศไทย) จำกัด ภาษาจีนธุรกิจ พนักงานจัดซื้อ ความพึงพอใจ

**A RESEARCH ON THE USE OF BUSINESS CHINESE FOR
COMMUNICATION OF KEAK TOYS (THAILAND) CO., LTD.**

NATKRITTA HAINUCH 616054

MASTER OF ARTS (CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: ZHAO PING, Ph.D.

ABSTRACT

Thailand KEAK Toys Co., Ltd. cooperates with Chinese companies to produce and sell toys. In terms of marketing, in order to conduct good business dealings and communication with Chinese companies, KEAK toy companies need to have a good Chinese level in the purchasing department of the company. The commercial Chinese level of the purchasing staff directly affects the production and marketing of Thailand KEAK Toy Company. The purpose of the thesis research the business Chinese of the purchasing staff and research the Chinese side's satisfaction with the purchasing staff's Business Chinese. Through analysis of the results of surveys and questionnaires.

The thesis analyzes the 7 Chinese usage of the purchasing staff of Thailand KEAK Toys Company which is in coordination with the Chinese Trading and Manufacturers' Factory There are three chapters in the thesis: The first chapter explains the development background of KEAK Toys Company and the use of the company's business Chinese. The second chapter is through a questionnaire survey to explain the situation of Chinese language users and the Chinese side's satisfaction with the Thai business Chinese application. The third chapter points out the advantages, disadvantages, opportunities and threats of company through SWOT analysis. and puts forward suggestions for improvement, so as to improve the Chinese level of purchasers and strengthen communication and business dealings with China.

The research results show that the Chinese application of the purchasing staff can communicate effectively with the Chinese side and the Chinese side is very satisfied with the Chinese service of purchasing staff. But they also need to improve the document's writing ability and translation ability. The Chinese communication between the Thai side and the Chinese side is mainly through email and QQ contact, so it is very important to have good Chinese writing skills. Therefore, KEAK Toys Co., Ltd. should strengthen the training of purchasers in business Chinese writing in order to better cooperate with China and promote the production and sales of toys.

Keywords: Keak Toy (Thailand) Co., Ltd., Business Chinese, Procurement Staff, Satisfied

泰国 KEAK 玩具公司营销中的商业汉语应用调查研究

李佳美 616054

文学硕士学位（商业汉语）

指导教师：赵平博士

摘 要

泰国 KEAK 玩具公司与中国公司合作生产销售玩具。在营销上 KEAK 玩具公司为了与中国公司进行良好的商业来往和沟通，公司采购部门的人员需要有良好的中文水平。采购人员的商业汉语水平直接影响泰国 KEAK 玩具公司的生产和营销。论文研究的目的是研究采购人员的商务汉语应用，并研究中方对采购人员的汉语应用的满意度，通过分析调查和问卷调查的结果。

论文分析了与中国公司协调沟通的泰国 KEAK 玩具公司采购人员的商务汉语应用情况，说明了目前 7 位采购人员和中国贸易公司与制造商合作使用的汉语水平。中国贸易公司与中国制造商对采购人员的汉语应用的满意度。论文共有三章：第一章说明了 KEAK 玩具公司的发展背景，以及该公司的商业汉语的使用情况。第二章是通过问卷调查，说明汉语使用人员的情况，以及中方对泰方商业汉语应用的满意度。第三章通过 SWOT 分析指出了 KEAK 玩具公司的优势、劣势、机会和威胁。论文对 KEAK 玩具公司汉语应用进行了评估，指出了目前在商业汉语应用上 KEAK 玩具公司存在的问题，提出了改进的建议，以提高采购人员汉语水平，加强与中方的沟通和业务往来。

研究表明，采购人员的汉语应用可以与中方进行有效沟通。中方对采购人员的中汉语应用非常满意。但是他们还需要提高文档的书面能力与翻译能力。泰方与中方的汉语沟通主要是通过电子邮件和 QQ 的联系方式，所以具有良好的汉语书写能力非常重要。因此 KEAK 玩具公司应该加强对采购人员商务汉语写作的培训，以便更好地与中方合作，促进玩具的生产和销售。

关键词： KEAK 玩具公司 商业汉语 采购人员 满意度

目录

| | |
|--------------------------------|-----------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | I |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | II |
| 摘要 | III |
| 目录 | IV |
| 表格目录 | V |
| 图表目录 | VI |
| 绪论 | 1 |
| 第一章 泰国 KEAK 玩具公司的发展概况 | 7 |
| 第一节 泰国玩具市场的发展状况 | 7 |
| 第二节 泰国 KEAK 玩具公司的经营发展 | 12 |
| 第三节 KEAK 玩具公司汉语使用情况 | 18 |
| 第二章 对泰国 KEAK 玩具公司生产经营调查 | 20 |
| 第一节 KEAK 玩具公司营销策略分析 | 20 |
| 第二节 KEAK 玩具公司汉语使用情况调查 | 25 |
| 第三节 商业汉语应用满意度调查 | 31 |
| 第三章 对调查结果的评估和改进的建议 | 38 |
| 第一节 营销策略和汉语服务的 SWOT 分析 | 38 |
| 第二节 汉语应用中存在的问题 | 41 |
| 第三节 解决问题的建议 | 42 |
| 结语 | 45 |
| 致谢 | 46 |
| 参考文献 | 47 |
| 附录 | 49 |
| ประวัติผู้เขียน | 54 |

表格目录

| | |
|--|----|
| 表 1-1 2018 年主要国家玩具新安全政策列表 | 7 |
| 表 1-2 2014-2018 年中国玩具出口金额统计及增长情况 | 8 |
| 表 1-3 2014-2018 年中国玩具企业市场规模变化趋势（单位：亿元，%） | 9 |
| 表 1-4 泰国从中国进口的玩具在逐年增长 | 10 |
| 表 1-5 2019 年玩具产品分类《从中国进口的玩具》 | 14 |
| 表 2-1 KEAK 玩具公司制定采购部门的工作计划 | 23 |
| 表 2-2 与 KEAK 玩具公司有联系的中国贸易公司 | 31 |
| 表 2-3 中方对 KEAK 玩具公司采购人员汉语应用满意度调查情况 | 36 |
| 表 3-1 泰国 KEAK 玩具公司的 SWOT 分析的内容 | 38 |

图表目录

| | |
|------------------------------------|----|
| 图 1-1 2014 年到 2020 年的玩具市场估计销售额 | 11 |
| 图 1-2 玩具业务销售增长率 (%) | 12 |
| 图 1-3 泰国 KEAK 玩具公司参加了 2017 香港玩具展览会 | 17 |
| 图 2-1 大富翁游戏棋 | 21 |
| 图 2-2 水枪 | 21 |
| 图 2-3 BIKKU 积木 | 22 |
| 图 2-4 采购人员的性别 | 25 |
| 图 2-5 采购人员的年龄 | 25 |
| 图 2-6 采购人员的学历 | 26 |
| 图 2-7 采购人员的专业 | 26 |
| 图 2-8 采购人员的工作年限 | 27 |
| 图 2-9 采购人员使用的工作语言 | 27 |
| 图 2-10 采购人员汉语听说读写方面的情况 | 28 |
| 图 2-11 采购人员的汉语水平考试 (HSK) 基本情况 | 28 |
| 图 2-12 采购人员汉语服务中遇到的问题 | 29 |
| 图 2-13 采购人员的汉语能力需要加强方面 | 29 |
| 图 2-14 采购人员的培训情况 | 30 |
| 图 2-15 中方公司职员性别 | 32 |
| 图 2-16 中方公司职员的年龄情况 | 32 |
| 图 2-17 中方与 KEAK 玩具公司合作的年段 | 33 |
| 图 2-18 中方公司选择与 KEAK 玩具公司合作的理由 | 33 |
| 图 2-19 KEAK 玩具公司的采购人员的使用汉语情况 | 34 |
| 图 2-20 采购人员需要加强汉语的方面 | 35 |

绪论

一、选择的背景及意义

Keak Toys (Thailand) Company Limited (KEAK 玩具公司) 成立于 2006 年, 这家玩具公司主要生产深受儿童喜爱的, 价格合理的高质量卡通人物玩具。该公司获得生产, 进口和分销产品的许可。塑料玩具类型也是一家公司, 在泰国版权玩具业务中处于领先地位, 其目标是将产品出口到世界市场, 以便能够正确使用。KEAK 被授权在泰国制造, 进口和分销塑料玩具。KEAK 一直位居泰国所有授权玩具分销商之首。目标是将专利产品出口到全球市场, 尤其是东盟国家。主要产品类别为水枪、充气玩具、泡泡玩具和印章等。所有这些产品是在专利著名角色的许可下制作的, 例如哆啦 A 梦、米老鼠、米妮、迪士尼公主、冰雪奇缘、索非亚、漫威、英雄和凯蒂猫。KEAK 擅长为 3-5 岁的学龄前儿童开发儿童发育玩具, 尤其是鼓励社会化的玩具。

公司已取得 国家知识产权局 核发的专利证书。专利产品代表高品质且价格适中的产品, 所有产品均以“学玩与玩乐”的概念生产。KEAK 公司泰国一家集生产和进口合一的公司, 产品除内销外, 还出口到东盟国家。KEAK 的玩具大部分从中国进口。根据对海关总署的玩具进出口额调查, 发现泰国每年从中国进口的玩具都在增长的。从 2015 年的 2,135,345,217 泰铢-2017 年四月为止的 734,492,729 泰铢。

KEAK 有 100 多名专业人员, 从生产到交付货物的每一步都经过精心照顾, 以确保我们的客户将获得质量最好, 世界标准的产品。凭借创造各种产品的专业知识, KEAK 为市场设计最独特, 最时尚的商品, 按照公司的价值“创造力, 质量, 创新”开发所有产品。此外, KEAK 每个季度还以合理的价格推出 30 多种新产品, 因此产品对市场的需求很高, 从而推动了公司的迅猛发展。为了提高竞争力和获得营销优势等方面的重要性, KEAK 在上海的分公司是 KEAK SHANGHAI, 在日本的分公司是 KEAK JAPAN。这两家的员工都会汉语, 只是这两家公司的市场跟泰国不一样。所以 KEAK 就研究了当地的文化, 致使创造了独特的产品跟上海和日本的市场比较合适的。

KEAK 一直坚持提高生产潜力, 每年寻找新工厂 (新制造商), 目标是超过 10 家。KEAK 还派出代理商参观一些玩具商展, 如 Nuremberg Toys Fair 2017 和 China Toys Expo 等。公司注重产品质量经常检查工厂的标准生产过程, 以保护这些工厂的产品符合公司的质量要求。泰国玩具市场需求不断扩大, 泰国政府

也鼓励本土玩具厂商发展。由于人们对玩具的需求和要求不断增加，泰国本土厂商的产品还不能满足泰国市场的需求，导致大部分玩具依然是从中国进口。

本论文研究的意义是通过KEAK公司的市场营销和商业汉语工作中的应用的分析与调查研究，说明KEAK在中国市场的发展和国际贸易的商务来往情况，通过分析KEAK在进入中国市场与中国贸易进行商务合作，说明KEAK公司在商业汉语应用方面对公司产品的开发与营销起到的促进作用，同时在对市场调查资料分析的基础上，指出KEAK公司在汉语应用方面存在的问题，并提出改进建议，说明在与中国公司的生产合作上，商业汉语应用对KEAK发展业务，提高竞争力和获得营销优势等方面的重要性。

二、与选题研究有关的国内外研究综述

有关泰国玩具市场的服务之汉语应用研究，没有发现类似的国内外研究。根据目前所掌握的资料，相关中国与泰国贸易合作研究，与泰国从中国进口的玩具方面，涉及到以下几个方面：

（一）有关泰国玩具市场的研究和动态

1. 中外玩具制造（2005）在《走出去，请进来》广州国际玩具及礼品展东盟推介反应热烈，印尼和马来西亚、泰国玩具协会将组团观展随广东经贸团“走出去”广东省政府高瞻远瞩，提出“走出去”、“请进来”的发展战略，大力推动外向型经济的发展。广东玩具业属外向型产业。80%以上产品出口世界各地。国外推广和业务开拓的好坏，直接关系到玩具行业的生存和发展。省政府组织的东盟经贸合作洽谈活动符合广东玩具业的发展方向。因此，广东玩具协会决定组织东盟业务考察团“走出去”，参加此次活动。在菲律宾、印尼和泰国，广东省政府召开了3场经贸合作洽谈会。每场洽谈会到会代表超过1000人，场面壮观，气氛热烈，签订了不少合作项目。考察团在3场洽谈会中分别接触到不少当地玩具商家，双方交流行业的产销、商贸信息，加强了解，增进友谊和合作。

2. 张芷盈（2015）在《泰国玩具市场初探》的研究文章中指出作为东盟的成员国之一，泰国是东南亚仅次于印尼的第二大经济体。虽然目前玩具仅占中国对泰国出口额的1%不到，但泰国本土的玩具生产商数量少、产能不高，且价格比中国玩具高出约15%，因此泰国玩具市场极有潜力，应该引起企业的关注。市场现状网络销售方兴未艾根据欧睿信息咨询有限公司2014年发布的泰国玩具产业报告显示，泰国的玩具及游戏产业以实体店为主要零售形式。^[1]

[1] 张芷盈：《中外玩具制造》，2015年09期

3. 中国商务部（2017）网站刊登了《泰国世界日报》的文章《今年泰国玩具出口增长 5%》。在文章中通过泰国玩具产业协会主席邬莱汪透露，该协会将在 22 日召开会议商讨 2017 年泰国玩具出口前景，初步制定今年目标出口增长率为 5%，其中美国出口市场占比最高达 25%，有信心今年能取得正增长。2016 年泰国玩具出口总值 74 亿 5370 万铢，同比降低 4.8%。针对美国总统扬言将提高中国商品进口税，弥补美国对中国贸易账的逆差，协会指出假若上述措施落。邬莱汪表示，美国玩具市场中，中国玩具是泰国玩具的直接竞争对手，前者在塑胶制玩具市场中具有丰富经验，泰国则在木制玩具市场中存在优势。同时，东盟玩具也来势汹汹，包括印尼、马来西亚及越南，这些国家开始生产玩具出口，虽然在产品品质及国际市场认可上，泰国仍存在优势，但是泰国需要持续研发新产品，避免被邻国厂商后来居上。另一方面，泰国厂商还需要留意全球经济复苏状况及国内政局等风险因素。^[2]

（二）有关中国与泰国贸易合作研究

1. 薛铭铭（2011）在《中泰进出口贸易与经济增长的实证分析——基于泰国视角》的论文中介绍了 2001-2010 年泰国进出口贸易、中泰进出口贸易与经济增长的现状概况和相关资料，特别是按照主要商品类型和主要市场分别的。论文详细分析这段时间两国进出口贸易与经济增长所影响的各种因素，最后提出了对未来两国进出口贸易有进展的具体对策。

2. 陈梦瑶（2014）在《中泰贸易发展现状及前景分析》研究概述了中泰两国的贸易往来有着悠久的历史，说明目前中国已经成为泰国最大贸易伙伴，无论是进口还是出口都是泰国的最大贸易商。中泰贸易虽然迅速发展，但其在发展中要面临了不少问题，例如贸易发展不平衡、产品结构趋同等。因而，论文试图通过分析中泰贸易的发展现状与双方贸易特点，来探讨影响中泰贸易发展的原因，进而展望中泰贸易前景，以促进中泰贸易健康发展。论文阐述对比了中泰贸易关系的发展现状。论文针对在中泰进出口产品使用定量分析法、比较分析法、案例分析法和归纳法来研究双方贸易，分析中泰贸易在商品、商品结构、主要市场方面发展状况，深入剖析中泰双方贸易的特点。论文使用统计及信息来描述影响中泰贸易双边发展的积极因素和消极因素，结合中泰贸易发展面临的有利条件及不利的影响因素，进一步提出中泰贸易的前景，以期促进中泰双边的未来的贸易健康发展。

[2] 《今年泰国玩具出口增长 5%》，《泰国世界日报》，2017 年 02 期

3. 俞沐荷（2015）在《中泰贸易竞争性与互补性分析》的论文中首先分析了贸易竞争性的相关理论,接着论文分析了中泰贸易现状,并运用定性分析方法研究了影响两国贸易深入发展的积极和消极因素,然后运用贸易竞争性、显性比较优势指数、贸易结合度、贸易互补性指数等,对中泰贸易的竞争性和互补性进行了实证分析,最后,对如何加强两国互补、弱化竞争及应对危机和摩擦提出了政策建议。中泰两国的贸易竞争性和互补性的研究表明,两国贸易在一部分产品上存在着比较强的竞争性,同时在一部分产品上也存在着互补性。两国具有的互补性产品体现了各自的资源禀赋的特点。

4. 泰露露（2017）在《中国—东盟自由贸易区升级版背景下泰中产业合作研究》的研究中以中国—东盟自由贸易区升级背景下泰中产业合作的发展为中心展开论述,研究方法以及主要创新点与重难点及不足之处进行阐述,对中国—东盟自贸区升级版背景中开展泰中产业合作进行研究。依据国际区域产业合作理论、大市场理论、价值链理论、新经济增长理论,基于竞争力的产业集聚理论等展开分析,奠定了研究的理论基础。在泰中产业合作的理论分析中,基于中国—东盟自由贸易区升级版概念和泰中产业合作概念进行精要概括,就泰中产业、产业结构、产业国际竞争力、产业互补性等内容展开论述。

（三）有关商业汉语服务方面的研究

1. 陈如欣（2014）在《泰国亚洲航空公司电子商务汉语应用之研究》指出电子商务具有显着的快速性、便捷性及可靠性等特点,对航空业来说进行电子商务的宗旨非常简单,就是降低运营成本提升服务质量和效益。面临着竞争日益激烈的航空运输市场,互联网的变革为航空业提供更多更有价值的服务平台,电子商务已经成为航空业发展的必然趋势。论文探讨泰国亚洲航空公司电子商务,使用汉语服务的现状及存在的问题。研究的创新点主要是对泰国亚洲航空公司,跨语言文化理念进行系统性、深入性分析研究,基于跨语言文化理念,重点指出泰国亚洲航空公司中文网站,体现中、港、澳、台和华人华侨之间的汉语言文化中的词汇差异,交际运用时出现的问题,深深影响跨文化营销成败,主要因素体现在能否掌握汉语言文化背景的差异,对目前存在的问题和改进措施采取适宜的营销策略,为该公司的汉语电子商务的运作出一些结论建议。

2. 武小妹（2017）在《中国网络游戏汉泰翻译调查研究——以成都地瓜网络科技有限公司为例》硕士论文中指出泰国已经成为中国发行网络游戏的重要市场。泰国本土网络游戏研发公司非常少,缺乏游戏产品开发能力,由此吸引了不少中国网络游戏公司进入泰国网络市场。论文研究的对象是成都地瓜网络科技有限公司,通过分析成都地瓜网络科技有限公司网络游戏的汉泰翻译情况,说

明商业汉语在把中国网络游戏投入泰国市场的重要作用，中国网络游戏的汉泰翻译工作，对中国网络游戏进入泰国市场的重要性。论文研究的目的是分析该公司网络游戏的汉泰翻译人员的中文水平，加强中国网络游戏在泰国网络市场的竞争力，提高公司汉泰翻译人员中文水平和加强汉语翻译技能，指出网络游戏汉泰翻译中存在的问题，提出改进的建议和解决的方法。

3. 黄学日（2017）在《泰国房地产业中文应用之研究——以泰国天城国际开发公司为例》在硕士论文通过对泰国天城国际开发公司的发展情况上进行研究，分析了泰国房地产业的中文应用和服务情况对中国客户消费的影响，针对中国市场的泰国房地产业的发展规律及中文服务的趋势构建泰国房地产业良好中文服务，以吸引更多中国客户和投资者。论文在研究访谈与调查问卷得出的数据进行分析之后，指出商务汉语与泰国房地产业的发展具有相关性，公司提供商务汉语服务对泰国房地产业发展起到了良好的促进作用。

4. 张思思（2018）在《泰国主要银行 ATM 中文服务研究》的论文中通过对泰国主要银行 ATM 提供的汉语服务应用研究，分析了泰国银行 ATM 汉语服务的情况。论文研究的对象是泰国曼谷一些主要银行的 ATM 汉语服务。论文研究的目的是说明商业汉语在泰国银行领域使用的情况，并通过对泰国主要银行 ATM 的汉语服务的调查分析，指出泰国银行提供的汉语服务对促进泰国经济、商业和旅游业发展的重要性以及在 ATM 汉语服务方面存在的问题，提出改进的建议。

三、研究的目的、方法、 内容与创新性

1. 研究的目的

论文研究的目的是通过对 KEAK TOYS 泰国玩具公司的市场营销策略的分析和公司在汉语应用的调查，说明公司在产品进口、营销和与中方进行商业联系中商业汉语的重要性，从中发现公司在商业汉语应用在存在的问题，并提出改进的建议。

2. 研究的方法：

1) 文献分析法：

查询和搜集与本课题研究相关的研究资料和论文，通过对这些资料说明 KEAKTOYS 泰国玩具公司的发展状况，经营方法，与本课题研究相关的研究状况。

2) 问卷调查法：

一、设定调查问卷的人数，设计调查问卷表。

二、对 KEAK TOYS 泰国玩具公司汉语服务人员的问卷调查

三、调查问卷内容：

1. KEAK TOYS的汉语服务人员的基本情况:
2. 汉语服务人员汉语水平情况

3) 访谈法:

通过与公司管理人员的访谈, 掌握公司经营方面的情况。

1. 公司与中方合作方面的情况
2. 公司有哪些营销策略
3. 公司在哪些方面需要使用汉语, 对公司发展有哪些促进作用
4. 公司对汉语使用人员的招聘和培训情况

本次研究通过以上定量分析和定性分析的方法, 说明 KEAK YOYS 汉语服务的情况, 公司营销经营上的优势和劣势, 发现目前存在的问题。

3. 研究的主要内容

- 1) KEAK玩具公司的发展战略和营销策略
- 2) KEAK玩具公司与中国的产品合作和公司汉语使用人员的汉语应用情况
- 3) KEAK玩具公司在营销策略特点和汉语使用中存在的问题, 产生的原因。

4. 论文的研究的创新性

通过对与本论文研究相关资料的查询, 已经一些商业汉语应用与服务方面的分析研究, 主要在泰国商业、酒店业和旅游业方面, 但产品进口和生产方面的分析研究没有进行。因此本课题针对泰国 KEAK 玩具公司的分析研究具有创新性。

四、所要解决的主要问题

1. 掌握KEAK TOYS 泰国玩具公司营销管理方面的资料。
2. 做好问卷调查, 获取KEAK的贸易和汉语服务人员的资料。
3. 对研究的资料进行具体分析, 发现存在的问题, 提出解决的方法。

第一章 泰国玩具公司（KEAK TOYS）的发展概况

第一节 泰国玩具市场的发展状况

一、国际玩具市场的发展情况

目前各国都有不同的安全标准，而且多次修订安全标准。安全政策对玩具企业的生产过程提出更严格的要求，导致所有中国玩具市场不断地提高产品的质量。全球玩具行业安全政策管修订情况如下：

表 1-1 2018 年主要国家玩具新安全政策列表

| 区域 | 准入相关认证 | 相关钩修订 |
|-----------|-----------------------|--|
| 澳大利亚、新西兰等 | AS/NZS ISO8124 | 2018 年 3 月，国际标准化组织（ISO）发布玩具标准 ISO8124-1 玩具安全第一部分：“物理和机械性能”的更新版本 ISO8124-1: 2018。 |
| 欧盟 | CE、EN71、REACH、EN62115 | 2018 年 3 月，欧盟委员会向 WTO 提交了通报草案 G / TBT / N / EU / 564，拟修订 REACH 法规限制篇第 51 条邻苯二甲酸酯的管控要求，较之前条款主要新增了 DIBP 的管控要求。 |
| | | 2018 年 4 月，欧盟标准化委员会发布了 EN71-8:2018 《玩具安全第八部分-家用活动类玩具安全要求》 |
| | | 2018 年 6 月，欧洲标准化委员会（CEN）发布了关于“特定元素的迁移”的新玩具安全标准 EN71-3:2013+A3:2018 |
| | | 2018 年 12 月，欧盟修订 EN71-1 玩具安全标准，合并三个项目。 |
| 加拿大 | CCPSA | 2018 年 6 月，加拿大发布玩具条例修订案，于 2018 年 12 月 25 日生效，其目的是与美国和欧盟现有标准相一致。 |
| 美国 | ASTMI | 2018 年 7 月，美国消费品安全委员会就《玩具适用年龄判定指南》草案向公众征求意见。 |

资料来源：前瞻产业研究院整理

在新安全政策的影响下，发现中国的出口玩具大部分被退还货，以为产品违反了玩具安全标准。从长期来看，中国玩具企业工厂将对新安全政策为核心，提高生产能力以及退出高质量的玩具，为了减低危险的测试成本和被退还获得风险。

由于中国是世界上最大最完成的生产原料，需要找什么可以在中国找到的。因此，中国被称为世界上最大的玩具出口国，可发现在欧美市场 80%以上的玩具是中国制造（Made in China）。中国玩具市场主要分为电子类别、机械模型类型、塑料玩具和木制玩具。除传统玩具外、模型玩具、专利玩具（电影玩具和卡通玩具等），高科技玩具，比如科学、技术、工程和数字等。^[3]

表 1-2 2014-2018 年中国玩具出口金额统计及增长情况

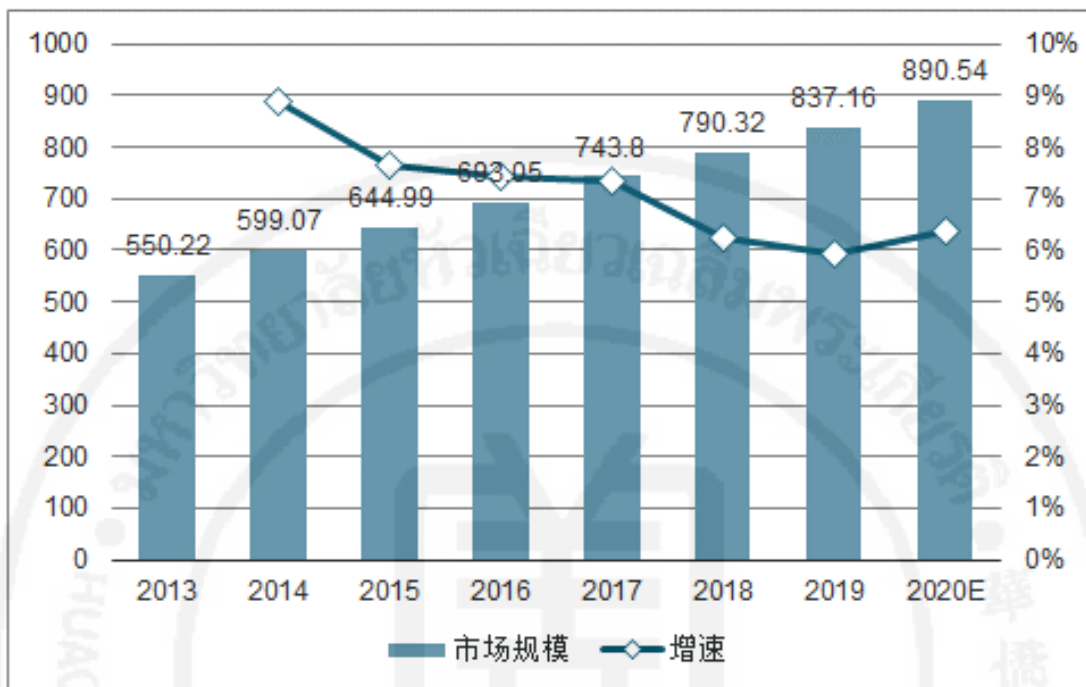


数据来源：前瞻产业研究院整理

图 1-2 数据显示：2017 年中国玩具出口增长 31%。不过，2018 年中国玩具出口减少比较大增速为 4.5%，出口额为 250.84 亿美元。可以发现从修订安全标准后，对中国的玩具出口影响比较大，导致出口金额率落了很多。中国玩具行业累计取得专利超过 11 万项，其中发明和实用新型专利占两成，玩具生产机械化和智能化融合程度、工艺质量、标准化水平显著提升，电子类、智能类终端产品在国内外市场占比明显提高；出口贸易形式从纯加工贸易转型至一般贸易比例超过四成；“降本增效+智能制造+互联网”已在玩具行业骨干企业中应用。

[3] hktcdc.com Sourcing. “中国玩具市场情况” [Online], (<https://research.hktcdc.com/sc/data-and-profiles/china-consumer-profiles>), 2019/03/06

表 1-3 2014-2018 年中国玩具企业市场规模变化趋势（单位：亿元，%）



资料来源：公开资料整理

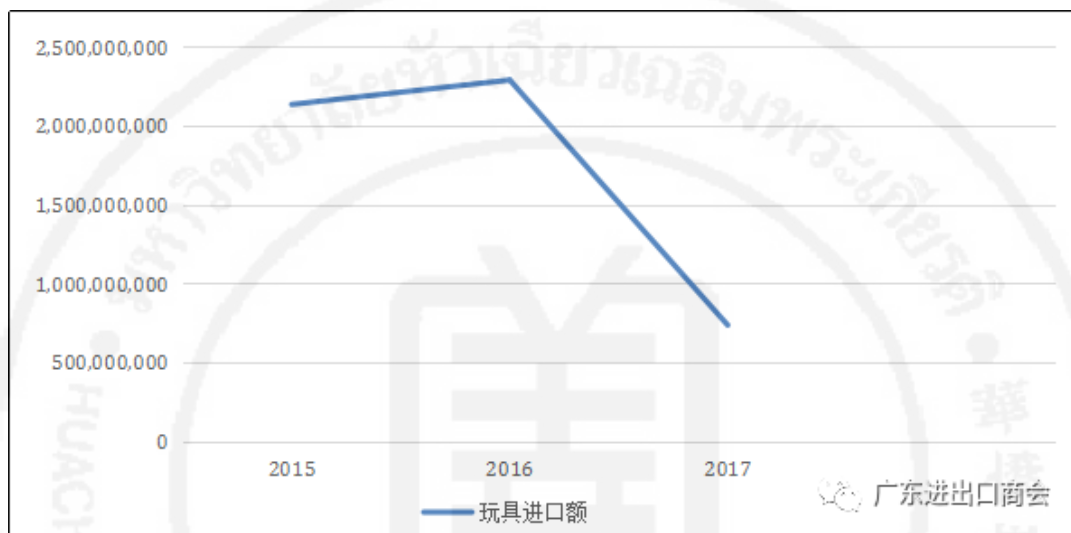
图 1-3 数据显示：从修订安全标准后，2018 年中国玩具市场规模达到 790 亿元，增长 9.1%。2019 年中国玩具市场规模将超过 800 亿元，到 2022 年市场规模有望超过 900 亿元。2018 年，中国玩具市场规模和增长率，玩具行业的出口量均大幅下降，这主要是由于中美贸易摩擦的影响以及美国玩具反斗城的破产。随着国内外玩具安全和环保标准的不断发展，对原材料和生产工艺的要求开始提高。不符合规格的玩具制造商将被纠正或淘汰。其次，增加工资和增加检查成本将淘汰一些利润率较低的公司。最后，当国内消费者的品牌知名度提高时，拥有优势的品牌和渠道领先企业将受益。

二、 泰国国内玩具市场的发展情况

泰国作为东盟的成员之一，泰国是东南亚仅次于印尼的第二大经济体。虽然目前玩具只占总出口泰国的 1%，但是泰国本地的玩具产商很少，就算这样，但工厂规模不算大，产能也不高，价格更是比中国高出 15%。其中，例如 MTR 公司就是其中一家集生产和进口合一的公司，产品除内销外，还出口到西方国家。MTR 表示泰国市场供应的玩具大部分从中国进口，其进口形式与印尼相似，即大进口商从国外进口回来后批给二级代理商，再批发到大卖场或零售店。现在交

通发达，国与国之间往来密切，一些二级批发商有时也几个人凑在一起来中国广东进货，减少中间环节，降低成本。因此，泰国玩具市场极具潜力，应该引起玩具企业的关注。

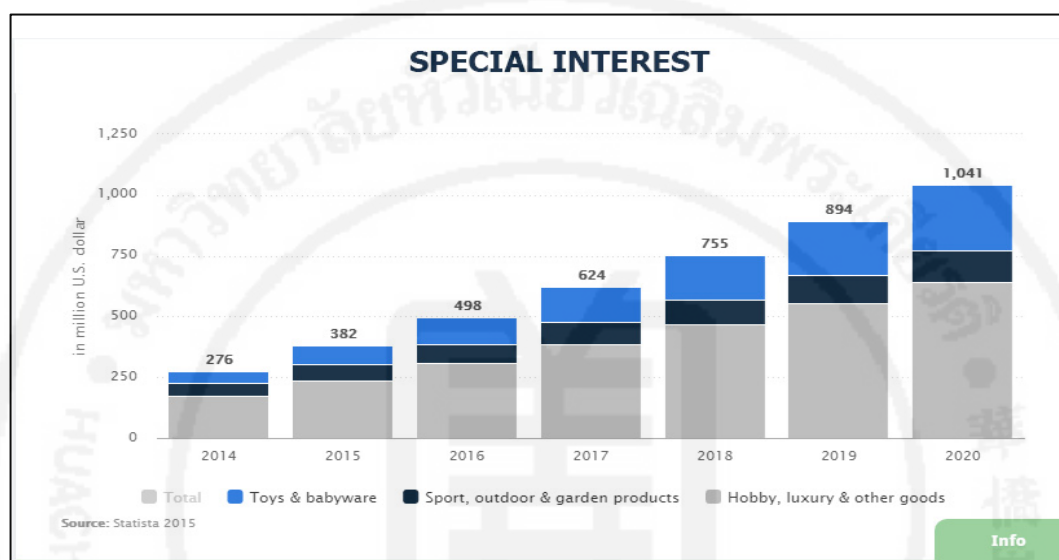
表 1-4 泰国从中国进口的玩具在逐年增长



资料来源：广东进出口商会

根据对海关总署的玩具进出口额调查,发现泰国每年从中国进口的玩具都在增长。从 2015 年的 2,135,345,217 泰铢到 2017 年四月为止的 734,492,729 泰铢。泰国玩具主要从中国进口,主要向美国出口。2016 年,泰国玩具的出口主要分布在澳大利亚、中国、法国、德国、香港、日本、朝鲜、美国、英国的九个国家。其中,出口到美国的玩具产量是最高的达到 7,357,946,748 泰铢,而相对少的是出口香港,6 亿多泰铢。泰国玩具进口方面主要依赖于德国、捷克,中国、丹麦、印度尼西亚、日本、韩国、马来西亚、台湾和美国、中国是泰国玩具市场的第一大出口国,达到 69 亿泰铢,其次是日本达 12 亿泰铢。对比起这两个国家,其他的出口与前两个差距很大。然而,综合来说,日本在泰国的玩具进出口都是最大的,而从中国进口到泰国的玩具和泰国出口到中国的玩具数额悬殊,悬殊值达到约合 11.8 亿人民币。除此以外,泰国儿童的分布也影响着泰国玩具市场的需求因为儿童是玩具市场的主要受众,因此他们的占比具有一定的参考价值。据最近的一次统计,0-17 岁人口占到总人数的 26%。这被分为了四个阶段:0-4 岁,5-9 岁,10-14 岁,15-17 岁。第一阶段的 0-4 岁拥有 4,566,922 位,第二阶段的 5-9 岁拥有 4,590,979 位,第三阶段的 10-14 岁有

5,116,341 位，最后的 15-17 岁则有 3,148,049 位。由此看出，10-14 岁的年龄段孩子最多，其次是 0-4 岁的，再来就是 5-9 岁。家长的消费观念才是玩具市场的关键。若消费者学历水平越高，对产品质量的重视越高。因此，玩具安全性与教育功能都是家长在购买玩具时的考虑因素。



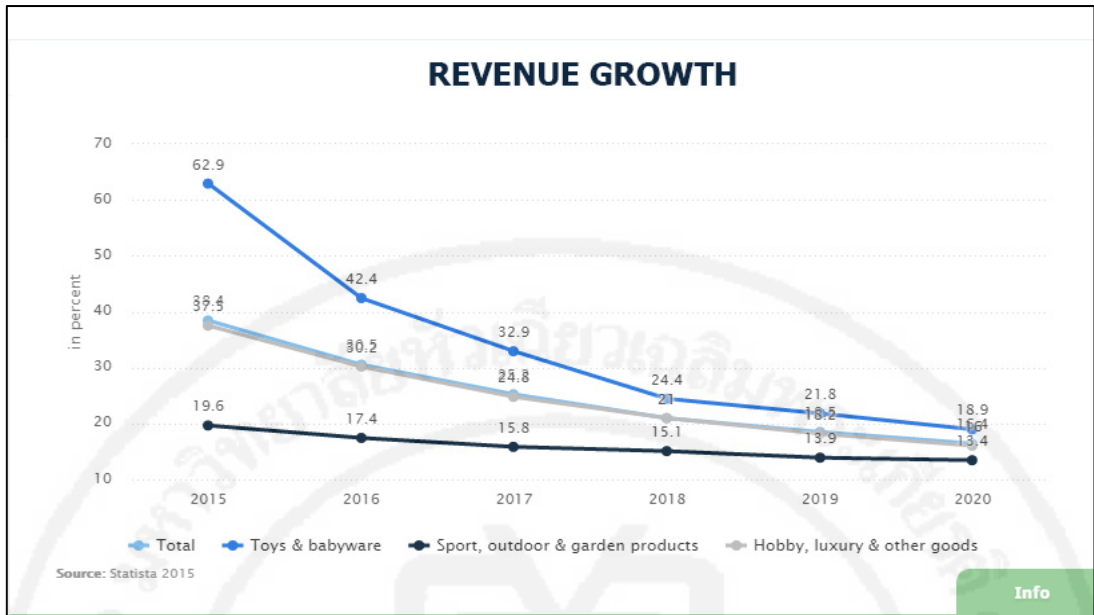
资料来源：<http://www.stream.co.th/2016/09/มูลค่ายอดขาย-e-commerce-ในประเทศไทย-3/>

图 1-1 2014 年到 2020 年的玩具市场估计销售额

一项对调查报告印证了经济的景气与否都和家长是否为孩子购买玩具没有实际性影响。在这份报告中，只有 9% 接受调查的母亲称，如果经济状况不好那么对孩子的消费开支会压缩，然而更多的母亲表示尽量不会选择压缩孩子的消费开支。因为所有的母亲都有一个观念，那就是再苦也不能苦孩子。

估计销售价值数据通过调查实物商品的购买，并且具有通过计算机和移动设备进行交易的 B2C 特征。该部门在泰国通过电子商务的产品销售价值总览有持续增加的趋势。2014 年，价值高达 2.76 亿美元，就是 96.60 亿泰铢，而在 2015 年，价值 133.7 亿泰铢，增长了 38.4%，2016 年预计将比 2014 年增长 80.43% 并持续增长直到 2020 年，价值高达 10.41 亿美元，总算 364 亿泰铢。

玩具行业并非新兴行业，已形成成熟的生态系统，完整的产业链条，而且全球市场定位明晰。科技与创意结合得好的益智玩具尤受欢迎，但现在各国对玩具质量安全的要求越来越高，并对玩具提出环保要求。



资料来源: <http://www.stream.co.th/2016/09/มูลค่ายอดขายe-commerce-ในประเทศไทย-3/>

图 1-2 玩具业务销售增长率 (%)

根据图表示: 从 2015 年至 2020 年的玩具产品、收藏品、电器、婴儿用品在该领域的销售增长最高, 平均为 34%。其次是手工艺品和珠宝产品, 平均销售额增长 25%, 其次是体育和园艺用品, 平均销售额增长 16%。

第二节 泰国KEAK玩具公司的经营发展

一、公司的建立和发展战略

泰国 KEAK 玩具有限公司成立于 2006 年, KEAK 获得授权在泰国制造、进口和分销儿童喜爱的玩具。公司已取得国家知识产权局核发的专利证书, 获得世界上很有名的专利卡通与电影的许可。KEAK 的玩具以“学玩与玩乐”公司的概念制造, 主要生产塑料玩具类型。目前, 该公司的目标是将来推广产品出口到东南亚, 尤其是东盟国家。KEAK 不断地发展现款产品。主要产品类似为水枪、充气玩具、泡泡玩具和印章等。除了 KEAK 专利还有所有专利著名角色的许可下制作的, 例如哆啦 A 梦、米老鼠、米妮、迪士尼公主、冰雪奇缘、索非亚、漫威、英雄和凯蒂猫。产品的目标客户是小孩年龄大概 3-5 年, 尤其是学龄前儿童的创造性学习。KEAK 有四家分公司, 在泰国的 KEAK SIAM 有限公司成立于 1996 年, KEAK TOYS 有限公司成立于 2006 年。除了在泰国开公司以外, 还有在

日本和上海壳公司。在日本是 KEAK JAPAN 有限公司成立于 2017 年，在上海的是 KEAK SHANGHAI 有限公司，共 4 家公司。

首先，KEAK SIAM 有限公司是儿童玩具的分销商，分销商方式有：经销、批发和零售。所有中方生产的玩具是通过中国贸易输入泰国市场销售。KEAK SIAM 和中国贸易公司合作了多年，每个月中国贸易公司必须提供各种各样的新产品给 KEAK SIAM 公司。导致该公司能提高本司的竞争力和获得营销优势等方面的重要性。KEAK SIAM 的产品分销渠道主要是三聘街。

接下来是 KEAK TOYS 有限公司，该公司取得国家知识产权局核发的专利证书，是专利玩具的分销商与制造商，之间的关系是买者和卖者关系。所有玩具是从中国进口来的，有些款是通过中国贸易输入泰国市场销售，也有些款通过工厂直接合作的。由于 KEAK TOYS 公司有专家的设部门，主要功能是设计或者创造新产品、新网站智能、退出产品广告。目的在于有效的分工。而且还有有效的营销部门，是指在对企业市场营销环境进行调研分析的基础上，制定企业及采取正对营销的策略，措施和步骤的明确规定和详细说明。KEAK 玩具公司有许多分销渠道，还可在它的网站上去查看相关信息 (<http://www.keakttoy.com/>) 所有 KEAK TOYS 的玩具，网站内提供完整的产品资料及产品类别明确划分。2016 年 12 月 2 日，该公司在 The Walt Disney (Thailand) Co., Ltd. 组织的 Disney showcase 2017 上荣获“Licensee of the year 2016”奖。公司开发产品和组织以提高质量并在未来成为版权玩具的领导者是公司的骄傲和动力。

接下来是 KEAK JAPAN 有限公司，该公司也是儿童玩具的分销商与制造商。由于 Mr. KhajorndetChaikhajorndet KEAK 的老板对玩具和日本动画有热爱开始，将把这两个概念创造出新品牌是“BIKKU”，并提出了市场上独特的日式积木玩具。而且 Mr. KhajorndetChaikhajorndet 还研究了当地的文化，致使创造了独特的产品跟日本文化的市场比较合适。他将把产品的安全性以及教育功能为主，因为顾客都希望玩具让小孩子学到知识以及培养相关技能。KEAKJAPAN 的主要生产基地就是中国的。因为中国能大量提供产品、技术设备、技术力量及建设管理经验的基地。顾客能在网站上 <http://www.keak.co.jp/> 去查看 BIKKU 积木所有的产品资料及图片。除了日本市场，BIKKU 还能在泰国的 CENTRAL 找到的。

最后是 KEAKSHANGHAI 有限公司，该公司是儿童玩具的分销商。直接进口 KEAK JAPAN 的 BIKKU 积木到上海玩具市场销售的。因此公司的员工都是中国人。

表1-5 2019年玩具产品分类《从中国进口的玩具》

| ลำดับ | ชื่อผู้ประกอบการ (玩具公司名) | |
|-------|--|----------------------|
| 1 | บจก.หนองบัวลำภู เอ็นเตอร์ไพรส์ | 农普登姆有限公司星际飞船 |
| 2 | บจก.มาสเตอร์ เทรดิง | 大师贸易公司 |
| 3 | บจก.ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) | 大昌华嘉(泰国)有限公司 |
| 4 | บจก.สไมล์คลับ | 微笑俱乐部有限公司 |
| 5 | บจก.นิชิ เวิร์ล | NichiWorld 有限公司 |
| 6 | บจก.วังเด็กทอยส์แลนด์ | 旺通玩具有限公司 |
| 7 | บจก.ฮาสโบร (ประเทศไทย) | 孩之宝(泰国)有限公司 |
| 8 | บจก.ซิงไท้ เทรดิง | 新加坡贸易有限公司 |
| 9 | บจก.โดว่า เซโกะ (ไทยแลนด์) | 大和精工有限公司 |
| 10 | บจก.เกียกทอยส์(ประเทศไทย) | KEAK TOYS (THAILAND) |
| 11 | บจก.แมคไทย | 麦泰有限公司 |
| 12 | บจก.โลจิสติกส์ แมเนจเม้นท์ เซอร์วิสเชส | 物流管理服务服务有限公司 |
| 13 | บจก.เซอร์เคิล อินเตอร์เนชั่นแนล | 圆环国际有限公司 |
| 14 | บจก.ดรีม ทอย | 梦幻玩具有限公司 |
| 15 | บจก.วาย.เจ.แอล(2011)กรุ๊ป YJL | (2011)集团有限公司 |
| 16 | บจก.เวิลด์แทคเกิ้ล | 世界跋涉有限公司 |
| 17 | บจก. เกียกสยาม | KEAK SIAM |
| 18 | บจก.ทอยส์ รีเทลลิง (ประเทศไทย) | 玩具零售(泰国)有限公司 |
| 19 | บจก.ไซน่า ไทย เมทัล ไมนิ่ง | 中泰金属矿业有限公司 |
| 20 | บจก.คิดโด แปซิฟิค | 儿童玩有限公司 |

资料来源: <http://tradereport.moc.go.th/TradeThai.aspx>

根据表表示: KEAK TOYS 公司是从中国进口的玩具, 在泰国排名第十名。
KEAK SIAM 公司是从中国进口的玩具, 在泰国排名第十七名。

KEAK TOYS 公司算是中小型企业 (small and medium enterprise : SME), 中小型企业泰国经济中起着十分重要的作用, 是国家建设的重点, 它符合生产社会化和科学技术进步的客观要求, 在投资和生产经营上能带来明显的经济效益。该公司取得国家知识产权局核发的专利证书, 是专利玩具的分销商与制造商,

员工在200人以下。因此，结合公司目前在玩具公司知名度较小的实际情。泰国（KEAK TOYS）发展战略的本质就是要实现企业的实现发展。

1. 发展方向：首先选择目标市场是能接入到东南亚玩具市场上市，尤其是东盟国家及公司品牌全球知名。经营业绩国际竞争力达到东南亚大公司先进水平。退出自己的品牌通过创新性的玩具。

2. 发展速度与质量：玩具公司一直和中国贸易公司建立了友好关系，在选定的细分市场上提供不断更新的产品。KEAK TOYS 公司每年必须不低于 10 家工厂批准了采购订单，因为中国因能大量提供产品、技术设备、技术力量及建设管理经验的基地而且发展战略。从生产到交付货物的每一步都经过精心照顾，以确保我们的客户将获得质量最好最标准的产品。目前，KEAK TOYS 的生产基地已经有在中国，比如汕头、浙江、义乌、上海等。

3. 发展点：从 KEAK TOYS 公司的老贸易公司来保证这速度与质量。因此，双方合作了很多年，一定遇到五花八门的问题，但 KEAK TOYS 公司都能使用汉语解决问题，就明显了 KEAK TOYS 公司能提供专业汉语服务方面及工作认真负责和效率。

4. 发展能力：公司有才华的设计部门，他们必须设计一个优化的产品组合及不断地研发创新产品品质，来满足客户要求提供优质的服务。

二、公司与中国的贸易合作情况

2006 年，KEAK 玩具公司与中国开始行业性的发展。目前公司服务的中方贸易大概有 50 多家公司，贸易公司将帮忙提供以及报价中国当时特产产品给 KEAK 玩具公司参考。若 KEAK 玩具公司对产品有兴趣将输入讨价还价的过程。然后贸易公司交代寻找有高效工厂，能按照 KEAK 玩具公司设计出来的设计图进行大量生产以及品质卓越，使得满足客户的有球。到现在 KEAK 玩具公司可能通过了 100 多家工厂开订单。一直有良好的商业关系。

2020 年，是 KEAK 玩具公司受到 2019 冠状病毒疾病（COVID-19）影响^[4]，人员流动受限、全世界贸易进出口和投资活动均受到一定影响，也对 KEAK 公司的经济短期发展冲击不可避免。特别是当前消费需求短期内下滑已带给不少地区与行业造成明显影响。如企业能展示出一定的灵活性，更好地刺激需求，管理供应链，改进运营模式，就将获得市场份额，抓住千载难逢的消费者和创收机遇。

[4] World Health Organization. “感染防控（IPC）.2019 冠状病毒疾病（COVID-19）” [Online]. (<https://openwho.org/courses/COVID-19-IPC-ZH>), 2020/03/30

三、公司的生产管理和营销策略

公司的生产管理是通过生产组织工作，按照企业目标的要求，设置技术上可行、经济上合算、物质技术条件和环境条件允许的生产系统。使生产系统运行符合既定生产计划的要求，实现预期生产的品种、质量、产量、出产期限和生产成本的目标^[5]。由于生产管理的目的就在于，做到投入少、产出多，取得最佳经济效益。导致 KEAK 公司与中方原始设备制造商（OEM 生产），因为 KEAK 公司看到中方的生产能力较大，能大量生产，所以让中方生产 KEAK 公司设计的产品，使用 KEAK 公司的商标。KEAK 公司为品牌生产者不直接生产产品，而是利用自己掌握的关键的核心技术负责设计和开发新产品，控制销售渠道。

在某公司的营销战略，大部分都是注重于 5P 营销理论，即产品（Product）、价格（Price）、渠道（Place）、促销（Promotion）和包装（Package），简称 5P^[6]，它们是市场营销战略的具体和分解。在营销当中不能忽略的一个很重要的就是服务营销的事实。目的是满足需求和欲望。

1. 产品策略，这是整个营销组合策略的核心，为了实现企业的营销目标，KT 公司的设计部门必须设计一个优化的产品组合，它直接关系到企业的销售额和利润水平。而且中国贸易将帮忙提供新款产品给公司参考，然后把原厂产品继续发展成 KEAK 玩具的风格（OEM 产品）。目前，公司从中国进口产品了五花八门的产品类，大概 1,000 多款。

2. 包装策略，由于越来越多的超级市场上和折扣商店里以自助的形式出售。现在，包装必须执行许多推销任务。因此，除了必须设计优秀的产品，还必须设计能保护商品，便于储运，能吸引注意力，说明产品的特色，给消费者以信息。

3. 价格策略，为了促进销售及增加利润，KEAK TOYS 公司必须根据市场行情调整产品的价格。通过相互间以 OEM 方式提供产品即可保证知识产权的完整性。从而避免纠纷或重复开发所带来的资源的浪费，又能推动某项技术的市场影响力，使之成为新的工业标准。由于公司能所订产品低价买断，并质量好，符合客户的要求。无论如何 KEAK TOYS 公司的产品虽然质量一流，但由于进入市场较晚，而且也不少竞争企业对手，使品牌知名度低。因此，在定价时应维持中档的价位，高档的产品，给消费者以超值的感受。

[5] MBA 智库百科网站. “生产管理” [Online]. (<https://wiki.mbalib.com/wiki/生产管理>), 2019/12/29

[6] MBA 智库百科网站. 5P 营销理论 [M/CD]. <https://wiki.mbalib.com/wiki/5P营销理论>

4. **渠道策略**，公司主营渠道，如：三聘街、Central（泰国的百货大楼）、乐购（Tesco Lotus）、密西中心（Big C）、罗宾逊百货商场（Robinson）、7-Eleven、24 Shopping、SE-ED、Nai-In Shop、Thailand Best 互联网、大创百货（Daiso）、TOYS R US、Tops Supermarket、PTG Energy Public Company Limited（PT）、Makro、罗森（LAWSON108）、斯巴超市（SPAR）、来赞达（LASADA）、公司网站：<http://www.keaktoy.com/>、脸书（facebook）。

5. **促销策略**，在泰国市场经济中，任何产品的推广都离不开广告宣传，促销对企业的市场经营起着至关重要的作用。KEAK TOYS 玩具公司要提供信息的途径。将发展公司的展览会、杂志、报纸、互联网和专业市场的促销组合策略。KEAK TOYS 公司选择参加一些大型的，如 2016-2017 年泰国的 Doraemon Road Show 展览会、2016-2017 年德国的 Nuremberg Toys 展览会、2016-2018 年香港的 HK TOYS & Game Fair 展览会等。



图 1-3 泰国 KEAK 玩具公司参加了 2017 香港玩具展览会

KEAK 玩具公司不断宣传公司的产品和企业形象。所谓季节性折扣，比如水枪是 KEAK TOYS 公司最有特色的产品，最好卖的时间就是泰国热季节的泼水节，当时公司将提供最最优价格的。因此为了能够提高该公司的汉语应用更好更全面的标准以助于公司针对中国贸易的营销策略，而更有益于公司未来的中国客户营销战略。

第三节 KEAK 玩具公司的汉语使用情况

一、公司生产营销与商业汉语应用的关系

1. 泰方与中方合作商业汉语应用的重要性

泰国 KEAK 玩具公司与中国方合作了很长时间。公司通过采购部门人员使用中文与中方沟通。KEAK 玩具公司采购人员商业汉语的应用，提高了泰中双方的联系效率，及时掌握用户的需求，降低生产和经营的成本。采购员是指在企业中专门负责购买各种生产资料的办公人员。泰方与中方合作中使用商业汉语进行沟通，加强了双方的联系，提高了产品的竞争能力，开拓了市场。中方的高科技能向泰国大量提供产品、技术设备、技术力量及设计管理经验。在泰国玩具市场能看到许多中国产品品牌。不少泰国玩具企业按照中方的产品继续发展。因此，泰方通过采购人员商业汉语的应用，为与中国开展业务是非常重要的，既能加强与中方的联系，又能增加市场竞争力，有利于公司的生产和营销。

2. 商业汉语应用与公司的发展

KEAK TOYS 是小中企业，雇用人数与营业额不大。目前公司能提供汉语服务的职员为 10 位，但可以满足业务的需要。公司将使用的 QQ 是一款基于互联网即时通信软件。公司每年派遣人员出国实地训练、验货和考察。这样公司可以更多了解具有潜力的中方工厂，加强合作，扩大经营规模。另一方面，公司可以推广更多的新的高质量产品，以满足客户的要求。

二、汉语使用人员的工作情况

目前 KEAKTOYS 公司的汉语服务职员为 7 位，他们在采购部门工作。有些人员一直跟中国贸易公司沟通，有些时候是直接跟中国工厂合作。沟通方式使用 QQ 和微信。QQ 和微信是两款基于互联网即时通信软件。主要提高方面是语言能力、专业能力、理解能力。他们的工作由采购经理安排。7 位采购员工一般每位联系 3-5 家中国公司，每个月手上和负责的各种类产品不低于 10-20 新款产品。工厂资料、产品资料、支付资料、搬运资料、验货过程中都需要通过采购部交代执行处理。

三、玩具公司的行政管理部门

KEAK 玩具公司有会计部门、营销部门、设计部门、法律部门、人力部门、仓库部门、采购部门、销售部门、生产部门、运输部门。主要玩具以从中国进口

为主。这些部门中，只有采购部门使用汉语与中方沟通。因此，所有生产条件、产品的规格等都需要通过采购部门进行处理。营销部门主要负责制定营销战略及实施的策略，包括资源的调配，人员的分工及奖励，协调客户关系，另外可能还有一部分技术的支持。营销部门负责制定具体的实施细则，包括区域的划分，营销人员配置，公司相应资源调配。他们研究消费者行为，寻找当地市场最受欢迎的产品，然后送到设计部门，把这些产品发展成为 KEAK 的品牌。设计部门做好产品设计图，然后将图纸送到采购部门，交送中方进行生产。在生产过程中采购员必须熟悉玩具的性能、原材料，还需要深入全面了解市场供应价格、质量情况，为了公司提供准确的市场信息。产品运输由中方贸易公司承担。最后产品到达泰国后，需要验货，检查产品质量，检查货物是否按照规格进行生产，若出现交期延迟或产品规格有问题，如果产品发生的损坏，中方贸易公司必须向泰国公司赔偿。

第二章 对泰国 KEAK 玩具公司生产经营调查

第一节 泰国 KEAK 玩具公司营销策略分析

一、泰国 KEAK 玩具公司与中方合作情况

1. 以 OEM 形式生产玩具产品

中国的许多出口玩具是以 原厂委托制造品即生产外包的贴牌产品/委托加工^[7] (Original Equipment Manufacture/ OEM) 方式进行外贸出口的。在泰国商场里玩具上都是外国商标的中国制造 (Made in China)。“中国的许多出口产品也都是以 OEM 方式进行外贸出口的。在泰国商场里, 诸如纺织品、玩具、电话机等几乎一半以上是贴着外国商标的中国制造。此种方式可实现低成本扩张、专业化制造、专业化营销、资源优化组合、产销动平衡等。中国加入世界贸易组织之后, 接近全球三分之一的 OEM 业务转移到中国内地。中国内地已经成为全球 OEM 生产基地, 中国每年可以从全球的外贸市场上获得一至三万亿美元的业务。IT 和消费类电子产品以及照明、五金、玩具、家具等行业的 OEM 产品在中国内地的出口产品中会扮演着重要的角色。”^[8]

KEAK 玩具公司有些产品是在泰国制造, 有些是以 OEM 方式在中国制造。由于 KEAK 玩具公司大部分是和中国贸易公司合作, 所以将通过中国贸易交代寻找有潜力的 OEM 厂商, 能按照 KEAK 玩具公司设计的产品进行制造。这些工厂必须具有设备和技术, 厂商的机器可以生产符合 KEAK 玩具公司要求的产品标准, 能提供人力包装和产品验货, 产品必须按照合同准时出货。KEAK 玩具公司通过设计部门负责设计和开发新产品。设计部必须设计产品与众不同, 能够吸引客户的兴趣, 因为 KEAK 的玩具全部是专利玩具, 每款产品必须通过专利局的验证, 以保证所有 KEAK 的玩具都是合法的, 不是假的, 使上市的产品价格比一般玩具高两三倍。只能靠设计师的技术能力, 创造优秀的产品进入玩具市场, 具体的加工任务通过合同订购的方式委托产品给中国工厂生产。由于 KEAK 玩具公司没有生产能力和机械, 但采用 OEM 方式可实现降低成本, 而且能通过专业化制造, 然后将产品贴上 KEAK 玩具公司的品牌商标。同时, 通过品牌的打造与发展, 增加 KEAK 品牌在市场上的竞争能力。

[7] “生产外包”指拥有优势品牌的企业为了降低成本, 缩短运距, 抢占市场, 委托其它企业进行加工生产。并向这些生产企业提供产品的设计参数和技术设备支持, 来满足对产品质量、规格和型号等方面的要求, 生产出的产品贴上委托方的商标出售的一种生产经营模式。<https://baike.so.com/doc/5725127-5937863.html>

[8] 百度网站: 《代工生产》 <https://baike.baidu.com/item/代工生产>

2. 泰国玩具市场的营销策略

目前进入泰国玩具市场的玩具大部分是中国玩具品牌。因为中国拥有世界丰富的原材料，可以提供各种大量的产品，质量不好，价格也不高。这是 KEAK 玩具公司通过中国贸易公司合作进行生产销售的原因。通过与中国公司的合作，使公司不断地发展新款产品。在泰国玩具市场上 KEAK 玩具公司还是中小企业，为客户提供满意的商品和售后服务。KEAK TOYS 公司有各种各样的塑料玩具，最流行的是水枪与大富翁游戏棋。



图 2-1 大富翁游戏棋



图 2-2 水枪

2018 年 KEAK TOYS 公司尽力在互联网将进行交易活动和相关服务活动，公司推出 BIKKU 积木，收到客户的满意反馈，以 6-12 岁男孩为目标群体，也包括喜欢收集各种角色的成年人，以及 BIKKU 的粉丝。BIKKU 在国内外玩具市场都收到了良好的反响。2019 年，售出了超过 100,000 个盒子^[9]。产品使用日本的风格，具有独特的魅力以及与其他品牌积木不同的风格，产品质量与价格合理。积木属于益智玩具，目前拥有 20-25% 的市场份额。

[9] โพสต์ทูเดย์网站. “เกียกทอยส์” บุ๊กหนักออนไลน์ ส่งแบรนด์ “บิคคุ” ปลูกตลาดของเล่นตัวต่อ. [M/D]. <https://www.posttoday.com/pr/608074>

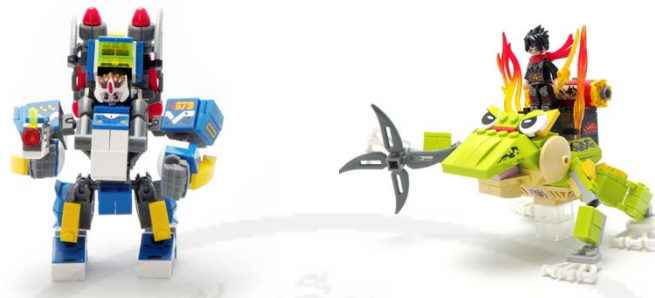


图 2-3 BIKKU 积木

二、进行汉语沟通加强商业联系

1. KEAK 玩具公司汉语使用情况

KEAK 玩具公司使用汉语的是采购部门。采购部共有 7 位人员和 1 位经理。采购人员是中间人交代营销部和设计部的信息通知给中方。为了了解采购人员的汉语服务基本情况，本研究对 7 位采购人员进行了问卷调查，并对采购经理进行了访谈。从调查中了解到采购人员与中方的联系方式。首先当采购人员收到设计部门设计好的作品后，采购人员必须要了解产品的功能、材料等，然后通过腾讯 QQ、微信、邮件和中方联系，对产品的价格，品样、质量、支付条件、生产条件、出货条件和赔偿条件等进行洽谈。这种沟通方式要求采购部门的人员中文的书写能力要好，既要有专业知识和专业词汇，又要有良好的中文文字表达能力和书面翻译水平。这与中方面对面的沟通不通，不是主要用口语对话，而是用书面语言沟通。

2. 公司汉语人员的招聘和培训

KEAK 玩具公司按照绩效考核方式 (Balanced Score Card : BSC)，根据百度网站解释 BSC 是从财务、客户、内部运营、学习与成长四个方面，是一种管理体系。这战略实施可有助于评估公司，并帮助公司使组织更有效地工作。^[10] 公司制定采购部门的企业关键绩效指标 (KPI: Key Performance Indicator)，KPI 评估组织或组织参与的特定活动的成功。因此，选择正确的 KPI 取决于对组织重要内容的良好理解。重要的事情通常取决于部门评估绩效的能力。因此，采购经理将明确采购部门的主要责任以及 KPIs 各题的目的。^[11]

[10] 百度网站.BSC[M/D].<https://baike.baidu.com/item/BSC/429471>

[11] MBA 智库百科网站.KPI[M/D].<https://wiki.mbalib.com/wiki/KPI>

表 2-1 KEAK 玩具公司制定采购部门的工作计划

| | 目标 | KPIs | 目的 | |
|------|---------|-----------------------------|--------|------|
| 财务 | 降低成本 | % 价值从工厂提供的价格中减少 | 按当时情况 | K1 |
| | 降低运输成本 | % 水枪运费 | 按当时情况 | K2 |
| 客户 | 控制产品质量 | 平均收到货是根据指定的质量 | ≥ 95% | K3.1 |
| | | | ≥ 85% | K3.2 |
| | 及时出货 | % 新单货 | ≥ 90% | K4.1 |
| | | % 返单货 | ≥ 90% | K4.2 |
| | | % 商城订购 | = 100% | K4.3 |
| | 品牌形象 | 减少客户投诉 | 6 次/年 | K5 |
| 内部运营 | 增加供应商潜力 | 选择有标准化的新家工厂 | 10 家/年 | K6.1 |
| | | 直接向工厂订购 | 4 家/年 | K6.2 |
| | 参与发展新产品 | 检查原品资料的期限与数量 | 30款/月 | K7 |
| | | 生产产品模子中使用的的时间 | < 60天 | K8 |
| 学习 | 提高工作能力 | 在职培训 (On the Job Training) | 1 次/月 | K9.1 |
| | | 职外培训 (Off the Job Training) | 3 位/年 | K9.2 |
| | 劳动力规划 | 人力符合计划 | > 85% | K10 |

表 2-1 中显示：采购部门的工作计划按照 BSC 方式分为四方面如下：

第一方面是财务方面包括 K1 降低成本和 K2 降低运输成本。K1 采购人员将跟中方讨价还价，从厂商提供的每款产品价格中需要减少，K2 降低运输成本，这是采购队长的任务，只按照水枪运费跟中方讨价还价，但是石油价格的波动都会影响运输费，使运输费每年需要减少。

第二方面是客户方面包括，K3.1 与 K3.2 都关于控制产品质量，货到泰国需要通过采购部验货的过程，产品质量是否符合公司的标准，目标分为款式与数量，款式（SKU）需要通过不低于 95%的订单（ $\geq 95\%$ ）与整批数量需要通过不低于 80%的订单（ $\geq 80\%$ ）。K4.1、K4.2、K4.3 都关于及时出货情况，是否能按时给客户出货，没有延迟问题，目标分为新单货需要能按时收货不低于 90%的订单（ $\geq 90\%$ ）、返单货需要能按时收货不低于 90%的订单（ $\geq 90\%$ ）、商城订购需要能按时收货 100%的订单（= 100%），为了避免所有损失，因为若产品要验货公司可被客户罚款的。K5 品牌形象，减少客户投诉关于产品的质量，目的是每年不能超过 6 次。

第三方面是内部运营包括，K6.1 与 K6.2 内容关于增加供应商潜力。K6.1 选择有标准化的新家工厂，由于每年公司有派遣出国实地训练计划，采购使用这时间验厂是否通过公司的标准，目的每年需要有 10 家。K6.2 直接向工厂订购，采购使用这时间寻找更多有潜力的厂商就是直接合作不通过贸易公司，目的每年需要向 4 家新工厂下订单。K7 与 K8 内容关于参与发展新产品，K7 检查原品资料的期限与数量，每个月采购部将受到营销部提供在泰国很受欢迎的玩具查资料，采购将把产品交给贸易公司大概报价给营销部参考是否需要继续发展，目标为不低于 30 款。K8 生产产品模子中使用的时间，采购部将检查中方是否按照公司所有规格进行生产及需要控制好做样品时间，目标不超过 60 天。

第四方面是学习包括，K9 与 K10 对采购部门的招聘与培训有关，分为 K9.1 在职培训 (On the job training) 是采购部举行的培训、目标为每 1 个月举行 1 次，K9.2 职外培训 (Off the job training) 是公司提供给每个内部门的培训，目标为每 1 年参加 3 位。K10 劳动力规划 (Manpower Planning) 是采购部需要的人员数量，目前的目标为 10 位 (85%)。每个月会总结出部门能否达到采购部实现的目标。并激励员工不断地增加他们的工作效率。

三、公司的网站服务和广告宣传

KEAK 玩具公司尽力在互联网提供产品信息，首先在 KEAK 的网站上发布新产品及优惠价格及促销战略。接下来，在脸书 (Facebook) 举办活动。比如，从 BIIKU 积木的儿童粉丝抽选礼物 (所有 KEAK 的玩具)，然后让这些小孩子玩儿，玩儿完后说说自己对这个产品的看法。公司在社群媒体 (YouTube) 网站上创建频道，这是公司推出新款产品的广告方法之一。客户可以在 BIKKU Thailand 频道中见到受欢迎的对 KEAK 玩具的评论。KEAK 玩具公司的目标就是要吸引客户的兴趣。

第二节 KEAK玩具公司汉语使用情况调查

一、汉语使用人员的基本情况

这次问卷调查了 7 位采购部人员代表性样本，收集资料如下：

1. 性别

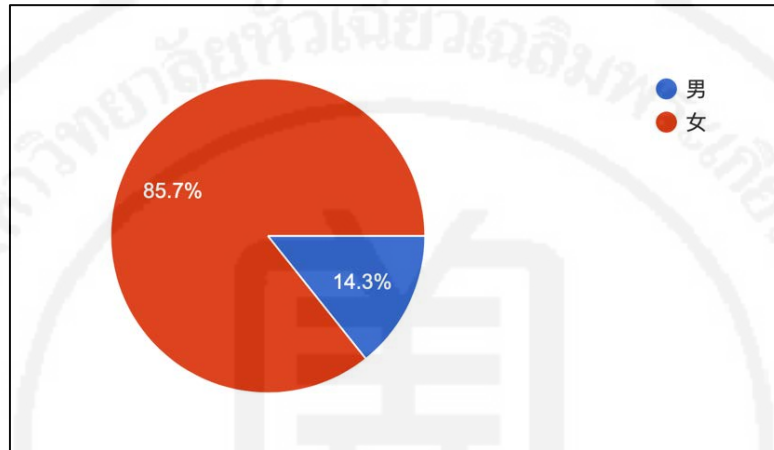


图2-4采购人员的性别

图 2-2 中显示：公司职员有 7 位，女性有 6 位 (85.7%) ，男性有 1 位 (14.3%)

2. 年龄

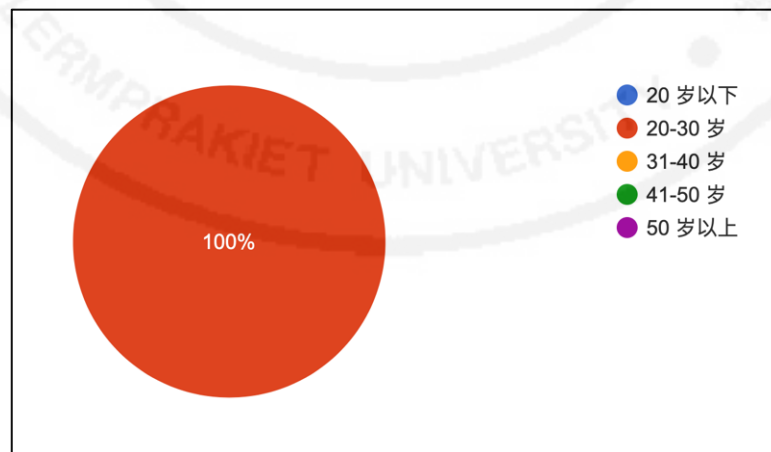


图2-5采购人员的年龄

图 2-5 中显示：泰国 KEAK 玩具公司职员的年龄情况。年龄 20-30 岁有 7 位 (100%)

3. 学历

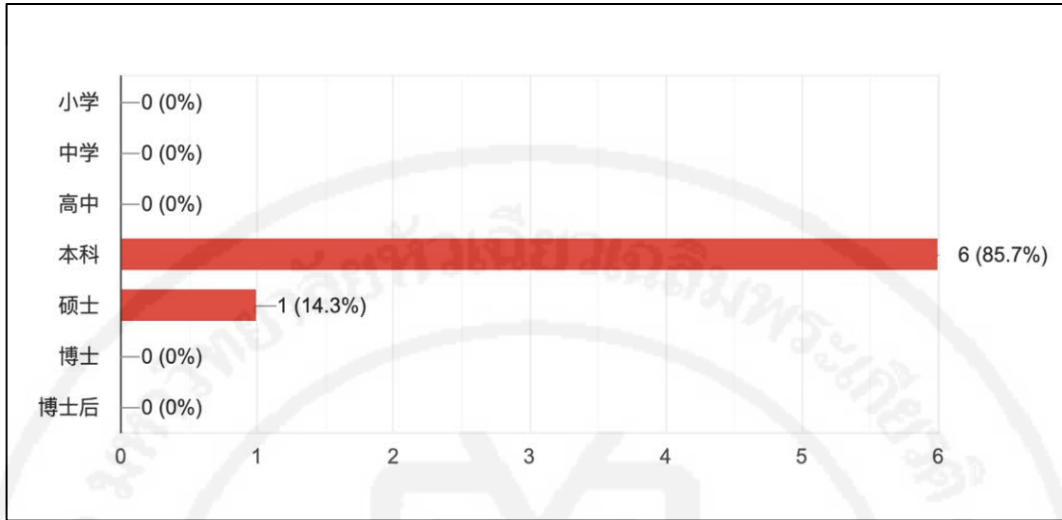


图2-6采购人员的学历

图 2-6 中显示：泰国 KEAK TOYS 玩具有限公司职员都是受过良好教育。他们当中获得本科学士学位的有 6 位，占 85.7%，博士学位得有 1 位，占 14.3%。

4. 语言专业

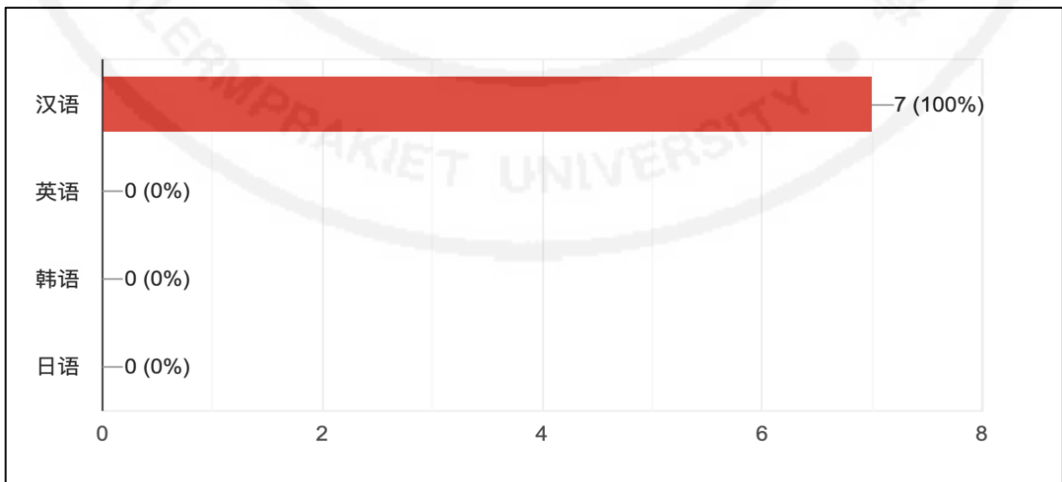


图 2-7采购人员的专业

图 2-7 中显示：该公司的 7 位职员都是汉语专业毕业，具有一定的汉语水平。

5. 采购人员的工作年限

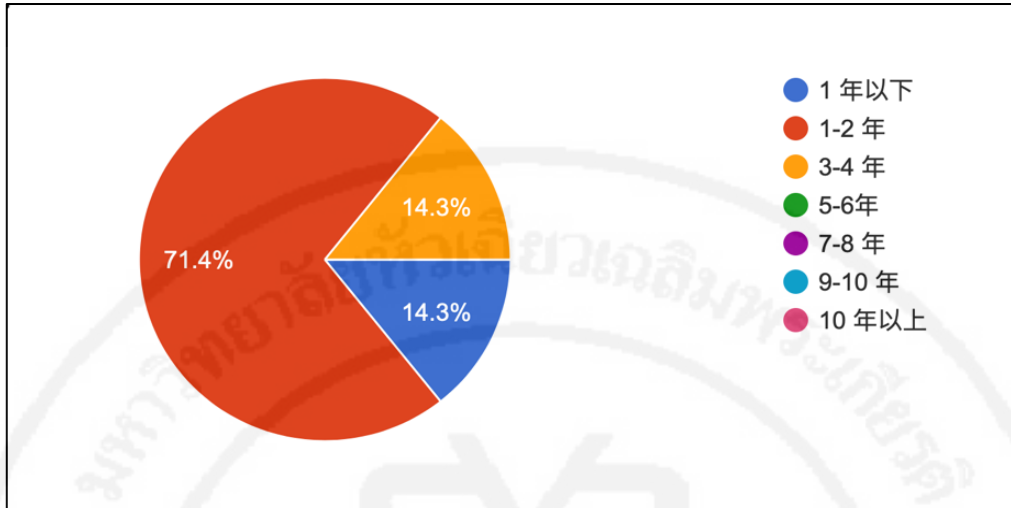


图2-8采购人员的工作年限

图 2-8 中显示：泰国 KEAK 玩具公司的工作时间不是很长，工作年限在 1-2 年的有 5 位，占 71.4%。工作 3-4 年有 1 位，占 14.3%。工作在一年以下的有 1 位，占 14.3%。

6. 采购人员使用的工作语言

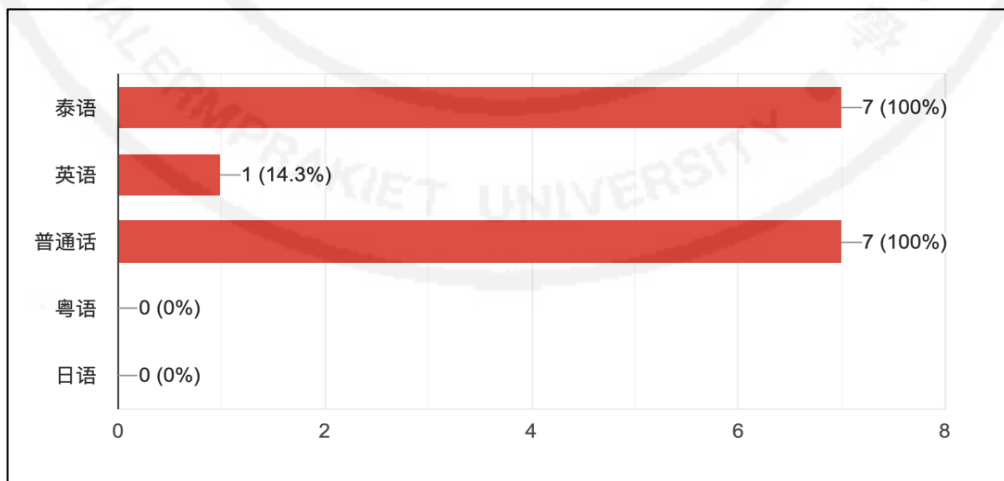


图2-9采购人员使用的工作语言

图 2-9 显示：泰国 KEAK 玩具公司的 7 位采购人员可以使用泰语与汉语，其中 1 位还可以使用英语。

二、汉语使用人员的水平情况

1. 采购人员参考听力、说话、阅读、写作方面，哪个方面较强

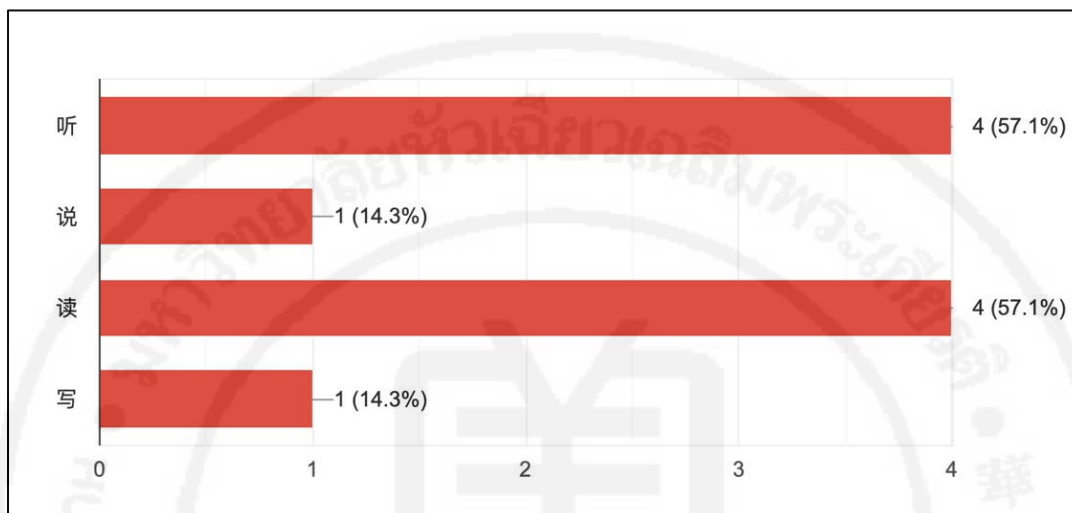


图 2-10 采购人员汉语听说读写方面的情况

图 2-10 显示采购人员有 4 位，占 57.1%，认为自己的汉语在听力方面比较好，有 1 位，占 14.3%，在说话方面比较好。有 4 位，占 57.1%，认为在阅读方面比较好。有 1 位，占 14.3%，认为自己在写作方面比较好。

2. 采购人员参加汉语水平考试（HSK）基本情况

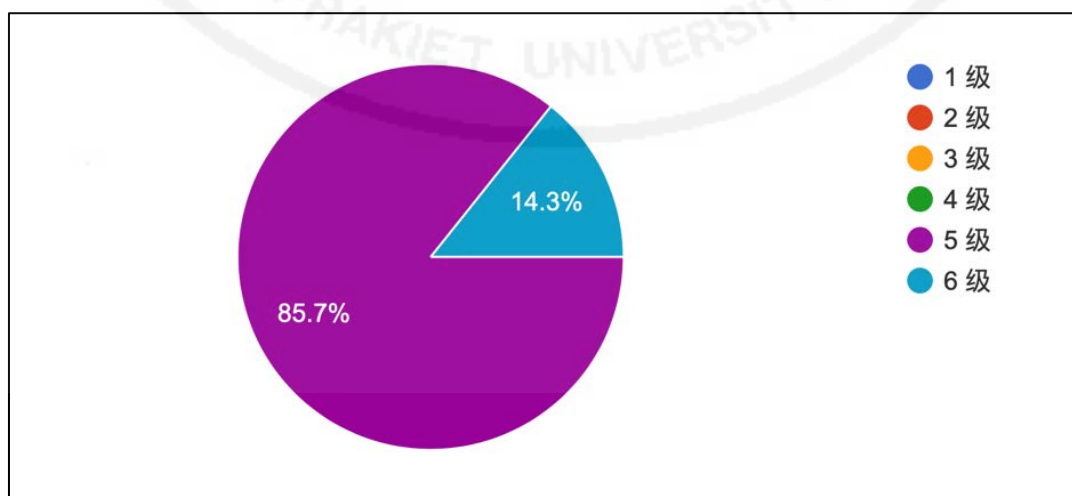


图2-11采购人员的汉语水平考试（HSK）基本情况

表 2-11 中显示：泰国 KEAK 玩具公司的采购人员都参加过汉语水平考试（HSK）。他们的汉语水平考试成绩比较好的，全部都通过 200 分。有 6 位通过了 HSK5 级，占 85.7%。有 1 位通过了 HSK6 级，占 14.3%。

3. 采购人员在汉语服务中遇到的问题

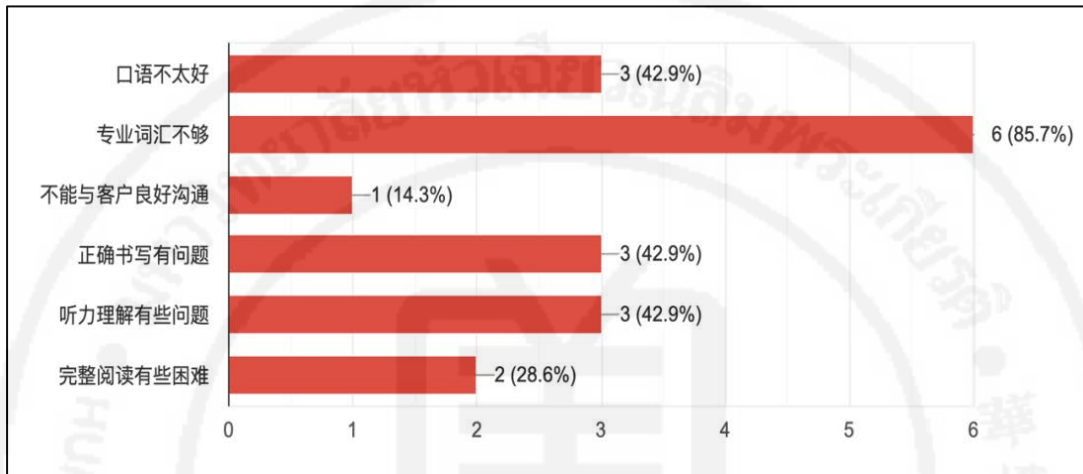


图 2-12 采购人员在汉语服务中遇到的问题

图 2-12 中显示：泰国 KEAK 玩具公司的采购人员遇到的问题是：有 3 位认为口语不太好，占 42.9%。有 6 位认为专业词汇不够，占 85.7%。不能与中方良好沟通有 1 位认为汉语沟通不好，占 14.3%。书面语言有 3 位认为书面语言不好，占 42.9%。认为自己听力理解不好的有 3 位，占 42.9%。认为自己在阅读方面有困难的有 2 位，占 28.6%。

4. 采购人员的汉语能力系要加强方面

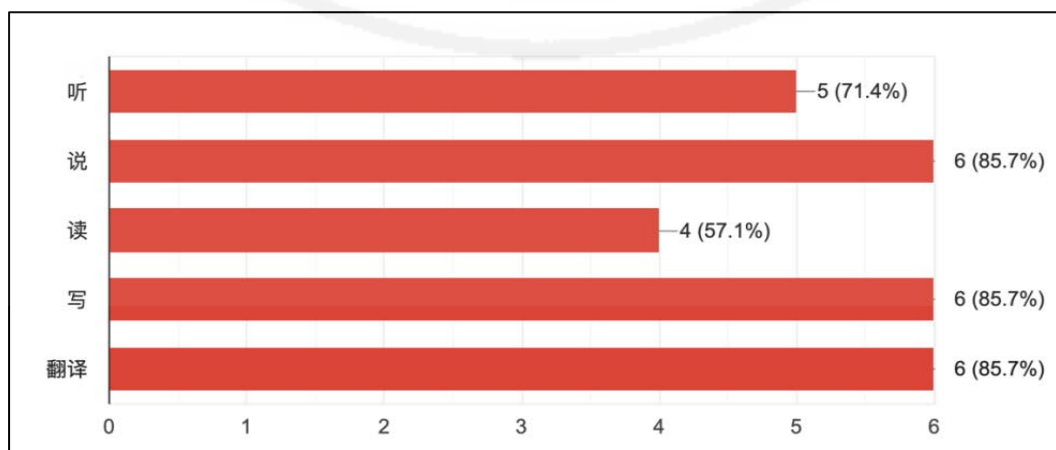


图 2-13 采购人员的汉语能力需要加强方面

图 2-13 中显示：泰国 KEAK 玩具公司的采购人员都需要加强能力方面，听力方面有 5 位（71.4%），阅读方面有 4 位（57.1%），剩下说法、写作和翻译有 6 位（85.7%）。可以发现每个人都觉得自己能力还不够强以及需要提高自己的汉语书品和工作能力。

5. 采购人员通过汉语培训

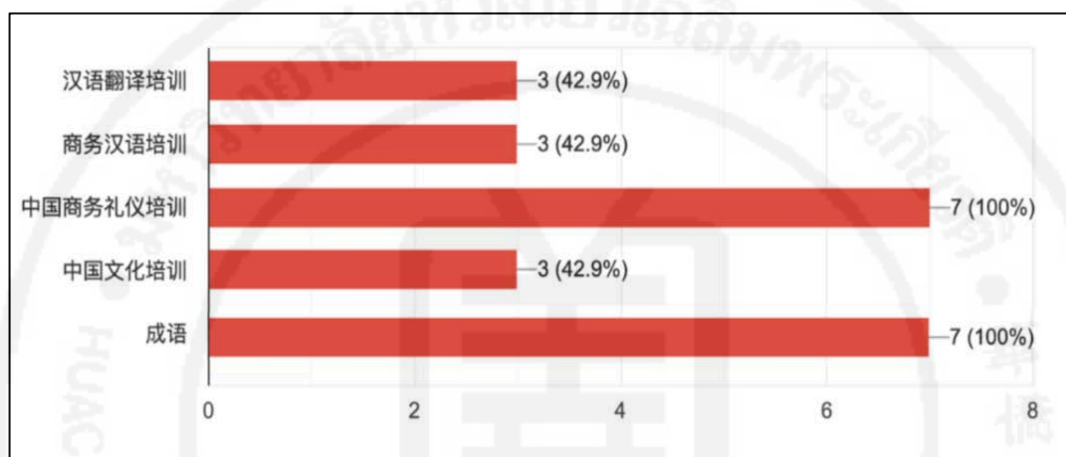


图 2-14 采购人员的培训情况

图 2-14 中显示：泰国 KEAK 玩具公司的 7 位采购人员全都参加过汉语培训。汉语翻译培训有 3 位占 42.9%，参加商务汉语培训的有 3 位，占 42.9%。参加中国商务礼仪培训的有 7 位占 100%。参加中国文化培训的有 3 位，占 42.9%。参加过成语培训的有 7 位，占 100%。

三、访谈调查情况

为了了解泰国玩具使用汉语情况，本次研究访谈了采购部经理。访谈内容包括采购人员提供汉语服务情况，与中方合作情况，采购人员数量满足中方的需要。访谈中询问了汉语培训，招聘汉语的职员和招聘的标准的情况。

根据访谈掌握的资料：从 2006 年到 2020 年 KEAK 玩具公司一直和中方合作顺利，有任何问题都能互相帮助。KEAK 玩具公司合作了 50 多家中国公司，但是由于些工厂标准问题，没有通过 KEAK 公司可以接受的标准，有些产品存在问题，工厂无法为公司赔偿或提出解决方案，有些是公司没有返单，没有和工厂沟通。

目前采购部门有 7 位商业汉语工作人员。泰方经理去中国出差的时候碰到中方人员使用粤语，比如在澄海，那边的人常使用粤语。公司方面原来打算招

聘会说粤语的人员。招聘的标准是要通过汉语水平（HSK）第 5 级，而且需要 GPA3.0 的平均成绩，能使用汉语流利沟通。由于经济原因公司暂时不考虑招聘。

公司方面对公司的汉语工作人员进行了汉语培训，包括汉语翻译培训、商务汉语培训、中国商务礼仪培训、中国文化培训和成语培训，甚至公司还对工作人员进行了 2019 冠状病毒疾病（COVID-19）培训。由于受疫情影响，人员流动受限、全世界贸易进出口和投资活动均受到一定影响，也对 KEAK 公司的经济造成短期冲击。由于疫情，KEAK 玩具公司与中方未来的贸易活动明显减少，人员流动、物流、和资金流明显受阻，全球产业链和供应链动荡日益加剧，世界经济贸易增长受到严重冲击，泰国内经济发展也相对会面临严峻的挑战。

第三节 商业汉语应用满意度调查

一、合作公司中方人员基本情况

为了深入了解目前 KEAK 玩具公司的采购人员与中方公司的商务汉语应用的情况，这次问卷调查了 10 家中方公司是：

表 2-2 与 KEAK 玩具公司有联系的中国贸易公司

| | 中国贸易公司 | 本人职务 | 业务类型 |
|----|--|------|---------------|
| 1 | PEPSONTOYS | 经理 | 贸易公司 |
| 2 | 泰洋贸易有限公司 | 经理 | 贸易公司 |
| 3 | 佳发贸易有限公司 | 经理 | 贸易公司 |
| 4 | INNOVATIVE(GROIP)LTP. | 经理 | 贸易公司、 生产制造 |
| 5 | 汕头建辉玩具玩具实业有限公司 | 经理 | 贸易公司、 生产制造 |
| 6 | 上海炯龙国际贸易有限公司 | 经理 | 贸易公司 |
| 7 | 汕头市明佳塑胶玩具实业有限公司 | 老板 | 生产制造 |
| 8 | YIWU ZHUCHUANG TOYS CO., LTD. | 老板 | 生产制造 |
| 9 | GUANGDONG LOONGON ANIMATION&CULTURE CO., LTD. | 经理 | 贸易公司 |
| 10 | 博俊玩具工厂 | 老板 | 生产制造 |

从问卷调查的10家中方公司的表性样本可以收集资料如下：

1. 性别

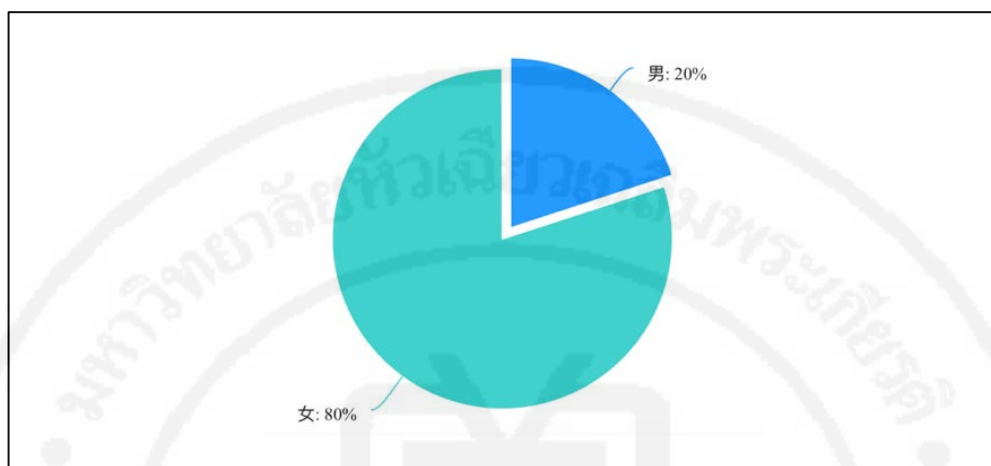


图2-15 中方公司职员性别

图2-15中显示：中方公司职员有10位，女性有8位，占80%，男性有2位，占20%。

2. 年龄

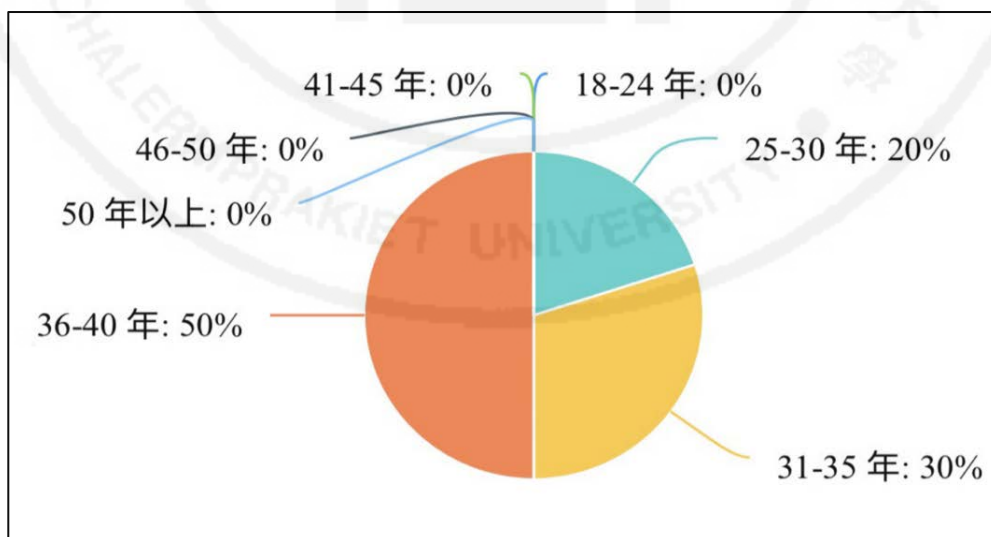


图2-16 中方公司职员的年龄情况

图 2-16 中显示：中方公司职员的年龄情况。年龄 25-30 岁有 2 位，占 20%，年龄 31-35 岁有 3 位，占 30%，年龄 36-40 年有 5 位，占 50%。

3. 与KEAK玩具公司合作的年段

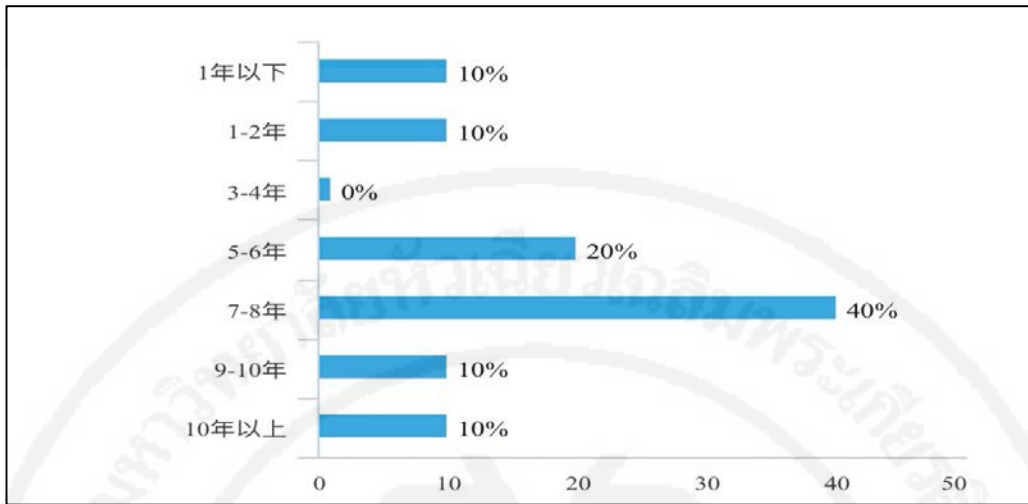


图 2-17 中方与KEAK玩具公司合作的年段

图 2-17 中显示：中方公司与 KEAK 玩具公司合作的时间。合作 1 年以下有 1 家公司，占 10%。合作 1-2 年有 1 家公司，占 10%。合作 5-6 年有 2 家公司，占 20%。合作 7-8 年的有 4 家公司，占 40%。合作 9-10 年有 1 家公司，占 10%。合作 19 年以上的有 1 家公司，占 10%。表明公司是可靠的并且具有潜力，能够与合作中方保持长期关系，而且不断地寻找新公司开始发展新款产品。

4. 选择泰国 KEAK 玩具公司合作的原因

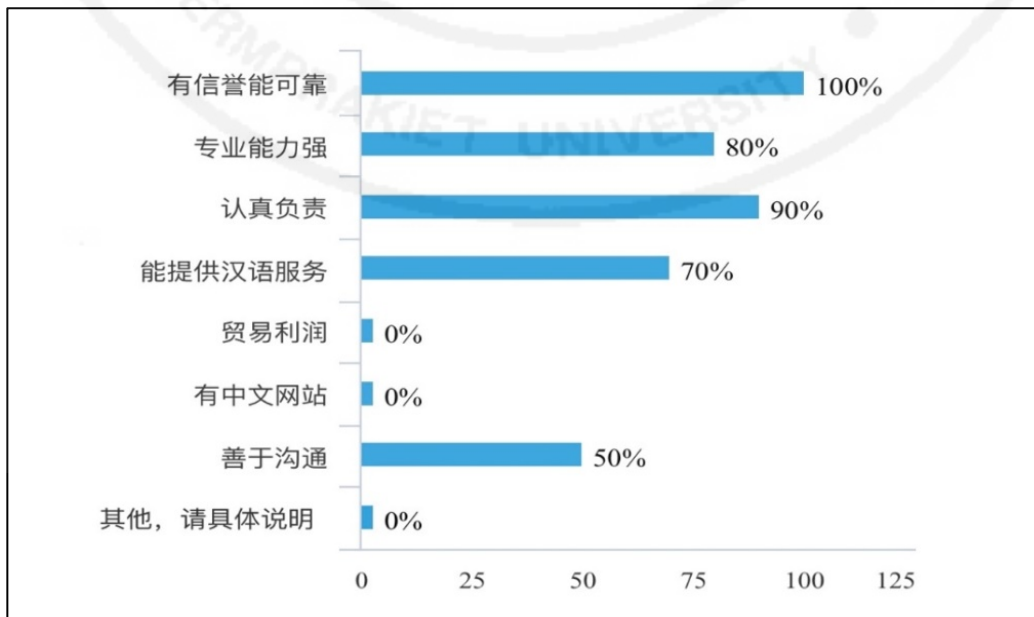


图2-18 中方公司选择与KEAK玩具公司合作的理由

图 2-18 中显示：中方公司与 KEAK 玩具公司合作有很多好的条件。中方 10 家公司都觉得 KEAK 玩具公司有信誉，可靠，占总样本数的 100%。有 8 家公司认为 KEAK 玩具公司专业能力强，占 80%。有 9 家中国公司认为 KEAK 玩具公司认真负责，占 90%。有 7 家中国公司认为 KEAK 玩具公司能提供汉语服务，占 70%。认为 KEAK 玩具公司善于沟通的有 5 家中国公司，占 50%。

5. 泰国 KEAK 玩具公司汉语情况

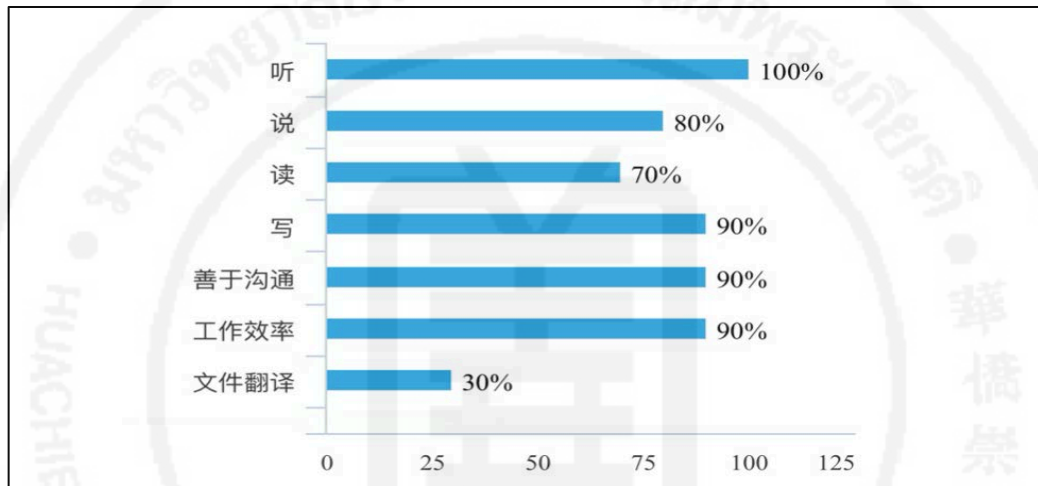


图 2-19 KEAK 玩具公司的采购人员的使用汉语情况

图 2-19 中显示中方公司觉得 KEAK 玩具公司的采购人员的汉语应用比较强的调查结果如下：所有 10 家中国公司都认为 KEAK 玩具公司的采购人员在听力方面比较强占总样本数的 100%。认为 KEAK 玩具公司在写作、沟通、工作效率比较好的 9 家中国公司，占 90%。认为在汉语说话好的有 8 家中国公司，占 80%。在阅读方面认为可以的有 7 家公司，占 70%。文件翻译方面可以的只有 3 家中国公司，占 30%。

6. 采购人员需要加强汉语的地方

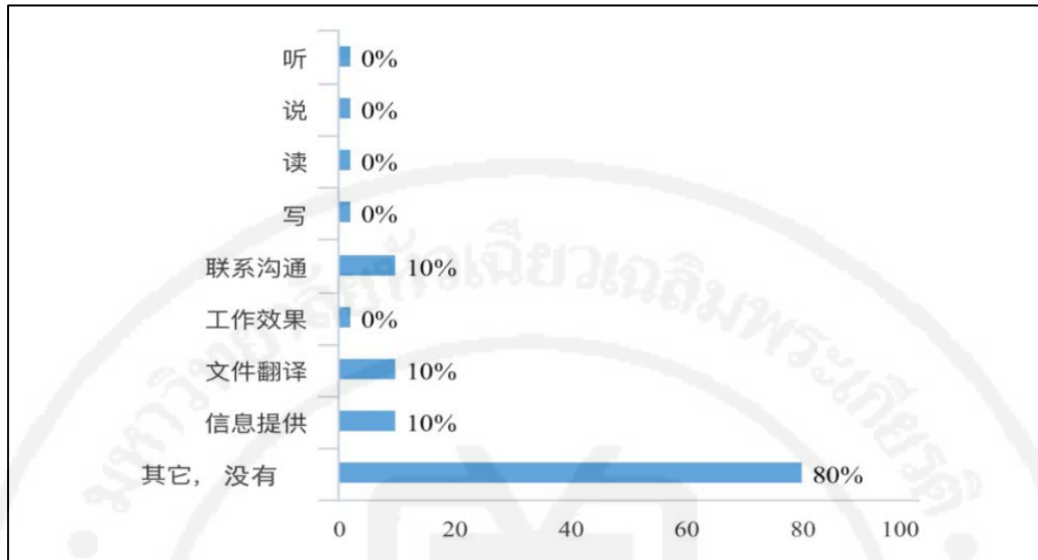


图2-20 采购人员需要加强汉语的方面

图 2-20 中显示：8 家中方公司认为 KEAK 玩具公司不需要加强汉语能力，占总样本数的 80%。认为 KEAK 玩具公司需要加强联系沟通的有 1 家中国公司，占 10%。认为 KEAK 玩具公司在文件翻译方面需要加强的有 1 家中国公司，占 10%。在信息提供方面，认为需要加强的有 1 家中国公司，占 10%。在汉语听说读写方面，所有中国公司都认为 KEAK 玩具公司做的比较好，不需要加强。

二、中方公司对泰方公司汉语使用满意情况

根据问卷调查，中方公司对采购人员的汉语应用的满意度情况进行了统计分析，分析分五个等级包括，数字 5 表示很满意、数字 4 表示满意、数字 3 表示一般、数字 2 表示不满意、数字 1 表示很不满意。本次对满意的评估的标准为，1.00-1.49 表示满意度很低、1.5-2.49 表示满意度低、2.50-3.49 表示满意度中、3.50-4.49 表示满意度高、4.50-5.00 表示满意度非常高。

表 2-3 中方公司对 KEAK 玩具公司采购人员汉语应用满意度调查情况

| 调查内容 | 很满意 | 满意 | 一般 | 不满意 | 很不满意 | 平均值 | 意义 |
|------------------------|-----|----|----|-----|------|-----|--------|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | |
| 一、汉语服务人员的工作情况 | | | | | | | |
| 1. 在表达信息方面 | 4 | 6 | 0 | 0 | 0 | 4.4 | 满意度高 |
| 2. 在提供专业服务方面 | 4 | 6 | 0 | 0 | 0 | 4.4 | 满意度高 |
| 3. 在沟通联系理解方面 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 4.5 | 满意度非常高 |
| 4. 对中国商务礼仪了解方面 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 4.5 | 满意度非常高 |
| 5. 工作认真负责和效率 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 4.5 | 满意度非常高 |
| 6. 对服务人员的总体评价 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 4.5 | 满意度非常高 |
| 二、汉语服务人员的汉语水平情况 | | | | | | | |
| 1. 汉语口语表达清晰准确方面 | 4 | 6 | 0 | 0 | 0 | 4.4 | 满意度高 |
| 2. 汉语听、读、写方面 | 4 | 6 | 0 | 0 | 0 | 4.4 | 满意度高 |
| 3. 汉语词汇掌握方面 | 4 | 6 | 0 | 0 | 0 | 4.4 | 满意度高 |
| 4. 使用汉语解决问题的能力 | 4 | 6 | 0 | 0 | 0 | 4.4 | 满意度高 |
| 5. 对汉语服务的总体评估 | 4 | 6 | 0 | 0 | 0 | 4.4 | 满意度高 |

满意度标准：很满意 (A) = 5，满意 (B) = 4，一般 (C) = 3，不满意 (D) = 2，很不满意 (E) = 1

根据问卷调查表 2.1 调查内容分为2大目标。

一、分析汉语服务人员的工作情况，结果如下；

第一项：在表达信息方面，平均值是 4.4表示满意度高。

第二项：在提供专业服务方面平，均值是4.4表示满意度高。

第三项：在沟通联系理解方面，均值是4.5表示满意度非常高。

第四项：对中国商务礼仪了解方面，均值是4.5表示满意度非常高。

第五项：工作认真负责和效率，均值是4.5表示满意度非常高。

第六项：对服务人员的总体评价，均值是4.5表示满意度非常高。

调查结果表明 KEAK TOYS 公司的采购员在汉语沟通方面，能向中方表达重要信息，了解中国的商务礼仪，工作能力强，善于解决问题。

二、汉语服务人员的汉语水平情况，结果如下：

第一项：汉语口语表达清晰准确方面，均值是4.4表示满意度高，

第二项：汉语听、读、写方面，均值是4.4表示满意度高

第三项：汉语词汇掌握方面，均值是4.4表示满意度高

第四项：使用汉语解决问题的能力，均值是4.4表示满意度高

第五项：对汉语服务的总体评估，均值是4.4表示满意度高

根据结果资料表明泰中双方合作时间长，客户对员工的表现和性格都很满意。调查结果显示他们与客户建立了良好的关系。泰国 KEAK 玩具公司与中方的合作一直很顺利。若在工作过程中遇到困难，采购部能用汉语与中文联系解决问题，遇到问题的时候双方都能互相帮助。

第三章 对调查结果的评估和改进的建议

第一节 营销策略和汉语应用的 SWOT 分析

为了进一步分析 KEAK 玩具公司营销中的商业汉语应用情况，论文采用了 SWOT 分析模式。这个模式是通过对该公司在优势(strength)、劣势(weakness)、机会(opportunity)和威胁(threats)这四个方面，综合分析说明 KEAK 玩具公司商业汉语应用的情况。SWOT 分析内容如下：

表3-1 泰国KEAK玩具公司的SWOT分析的内容

| | |
|---|--|
| <p>优势分析 (Strength)</p> <ul style="list-style-type: none">• 营销策略的方面<ul style="list-style-type: none">——强烈的品牌形象——提供英文与中文服务——有高效的技术支持工作• 汉语服务人员方面<ul style="list-style-type: none">——服务态度强——了解中方商务礼仪——提供的信息质量高——高专业服务能力 | <p>劣势分析 (Weakness)</p> <ul style="list-style-type: none">• 营销策略的方面<ul style="list-style-type: none">——专利产品使高价格——许多竞争对手——生产使用多时间• 汉语服务人员的方面<ul style="list-style-type: none">——写作能力低——专业词汇知识不足 |
| <p>机会分析 (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none">• 营销策略的方面<ul style="list-style-type: none">——与中方合作，扩大市场——创新产品，吸引客户• 汉语服务人员的方面<ul style="list-style-type: none">——加强汉语学习，提高写作水平——丰富专业词汇，加强沟通。 | <p>威胁分析 (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none">• 营销策略的方面<ul style="list-style-type: none">——汇率波动——天气环境——2019 冠状病毒 (COVID19)• 汉语服务人员的方面<ul style="list-style-type: none">——采购人员缺乏——专业词汇知识不足 |

一、优势分析

1. 品牌形象

在中国澄海贸易公司与厂商觉得 KEAK 玩具公司信誉可靠，认真负责，可以提供汉语服务。同时在泰国玩具市场上按照 KEAK 公司的价值营销来参考，KEAK 品牌也很出名，尤其是水枪及充气玩具。由于 KEAK 玩具公司通过中方以 OEM 方式进行上产，有高效的技术支持生产销售。因为每家厂商都有专业人员，使用不同的技术生产不同的产品。KEAK 玩具公司会从中选择一个有其专业技术的厂家来生产新产品。KEAK 品牌在泰国玩具市场上保证质量，拥有专利，还能提供多种产品，具有比对手强的竞争力。

2. 提供汉语服务

泰国 KEAK 玩具公司以 OEM 方式进行生产，生产基地都是在外国。采购部人员对这过程中非常重要，没有采购部就没有产品上市。表 2-1 中方公司对泰国 KEAK 玩具公司的采购人员汉语应用的满意度调查。根据结果表示中方对汉语服务人员的工作情况与汉语服务人员的汉语水平都很满意。根据访谈经理的资料，他们与客户建立了良好的关系。从图 2-15 中可知，中方 10 家公司中有 7 家公司为什么选择与 KEAK 玩具公司合作的原因之一，是因为 KEAK 玩具公司可以提供汉语服务。图 2-12 显示，KEAK 玩具公司的 7 位采购人员全都参加过汉语培训。培训内容还包括工作知识和中国商务礼仪。采购部主要负责提供产品资料，订单资料，支付资料，合作资料等，与中方联系时，要使用很多商业汉语，比如专业词汇，礼貌用语等。若在工作过程中遇到困难，采购部需要使用汉语与中方沟通，解决问题。

二、劣势分析

1. 专利产品价格高，削减竞争力

价格是营销策略之一，价格不能太高。因为一般花钱的人是小孩子的父母，他们会选择更便宜的同类玩具，因为他们觉得这些玩具的功能是一样的。虽然小孩子心理有喜爱的卡通，比如哆啦 A 梦、米老鼠、米妮、迪士尼公主、冰雪奇缘、索非亚、漫威、英雄和凯蒂猫，但是同类功能的卡通对父母来说不重要。而且在玩具市场上有很多类似的玩具，比如医生玩具和化妆玩具。这些玩具与众不同，能吸引客户的兴趣。另一方面，玩具的价格不能太低。低价会让人觉得服务质量不高，降低了客户对品牌的信心。专利产品的生产过程中需要花多时间，因为生产完成后，还必须通过专利局验证，检查产品是否按照专利局规格进行生产。

2. 汉语服务人员写作与词汇不足

采购人员与中方的主要沟通方式是 QQ 与电子邮件，因此写作能力是非常重要的。采购人员在与中方沟通时存在的问题是感到汉语词汇不足。因为涉及到很多产品方面的词汇。可能用词不当或不正确，造成中方的误会。在电子邮件将使用书面语言，这也要求采购人员在与中方书面联系时会使用正规的商业书信的语言。在这方面采购人员需要加强商业汉语的学习，提高写作能力。

在工作中，采购人员与中方沟通方式主要是书面，口语方面不太多，但有时工作中还是需要的，所以在口语方面，采购人员也需要加强练习。

三、机会分析

1. 跟上市场形势的发展

中方提供信息给采购部比如把在中国比较流行的玩具种类的信息给 KEAK 玩具公司，促进 KEAK 玩具公司的产品设计，及时发展新款玩具，在泰国玩具市场销上与众不同的玩具，吸引客户。KEAK 玩具公司可以增加与中方有潜力厂商合作的机会。

2. 增加有潜力的厂商

与中方玩具生产厂家建立良好的关系可以帮助 KEAK 品牌拓展市场，创造和加强品牌的信誉。KEAK 玩具公司可以增加生产能力，获得更多的贸易机会。KEAK 玩具公司一方面从中国市场获得玩具开发的创意，另一方面可以通过中方的生产能力把新开发的玩具生产出来，增加玩具市场的竞争力。

四、威胁分析

1. 影响公司的外部因素

由于 KEAK 玩具公司全部产品是从中国进口，所以汇率对公司成本的影响不可忽视。如果世界经济和中国经济不稳定，出现问题，就会影响汇率的波动。KEAK 公司需要高价订购来自中国的产品。还有天气问题，若货船遭受自然灾害，导致产品延迟到泰国，会影响 KEAK 公司准时送货。全球遭受 2019 冠状病毒（COVID19）的影响，也影响了 KEAK 玩具公司生产和营销。

2. 商业汉语人员不足

目前，KEAK 玩具公司的汉语服务人员只有 7 位，要处理很多业务。由于公司的发展，采购部门出现了汉语服务人员不足的问题。采购部门与中方联系的具体事务包括准备产品的资料、确认生产文件、协调与中方的工作等。从调查中发现，公司的汉语服务人员与中方沟通主要是通过电邮、微信和 QQ。这就要求汉语服务人员在书写方面和掌握玩具专业词汇方面，能够胜任这些工作。

第二节 汉语应用中存在的问题

由于 KEAK 玩具公司是中小企业，有 7 位商业汉语服务人员，负责与中方 10 多家公司的商业联系。根据问卷调查发现采购人员在商业汉语应用方面主要存在的问题在以下几个方面：

一、汉语书写能力需要提高

KEAK 玩具公司与中方主要联系的方式书写，不像在旅游区和酒店等地，汉语服务的方式主要口语。由于与中方联系业务，洽谈生意，解决问题和提供设计图纸等资料都需要汉语服务人员具有良好的汉语书写能力。虽然在问卷调查里中方对 KEAK 玩具公司的汉语服务总体上是满意的，但在汉语书写方面还是存在一些问题，在词汇使用上，在对产品的说明和一些文件的翻译上都存在不足的问题。

另外一个重要方面是对汉语词汇的正确使用上。汉语书写中要使用正确的语法，了解不同的词性和使用方法，要掌握正确的汉语表达方式等。这些都是要好好学习的。因为提高采购人员的写作能力，对进一步发展公司的业务是非常重要的。

目前公司没有指定写作规格，每个人都有自己的风格，在有邮件上发现使用户不同的词汇，可能再次总结选择最合适的词汇来用的，为了表示同个标准的。

二、商业汉语词汇不足

采购人员最大的问题就是词汇不足。由于采购人员的汉语应用主要在 QQ 和中方沟通，产品的设计图，生产资料，生产工艺，各种订单，合同订单等都需要有掌握相关用语和专业词汇。因为当产品发现问题的时候，采购人员需要及时回复中方，跟中方解决问题以及要求中方给公司最合适的补偿条件。

补偿义务而言，其目的是防止损失发生还是弥补已蒙受的损失有时并不明朗。在前一种情况下，未能预防损失将会导致违约，即在考虑减轻损失和损失遥远性因素之后给予的赔偿。另一方面，对于以弥补已发生损失为目的的补偿义务，普通法中一贯的处理方式是不适用有关减轻损失和损失遥远性的原则。这是因为，此类补偿义务被视作债务负担；换言之，补偿被视为支付特定款项的义务，而不是支付违约损害赔偿的责任。不过，即使在补偿的目的较为明确的情况下，也依然需要确定有关损失是否纳入了补偿范围，这属于合同解释的

问题以及该等损失是否由特定行为或事件所造成。所以如果采购人员掌握相关用语和专业词汇，使用良好的词汇显示出良好的语言水平潜力。当使双方谈判时顺利以及不会被吃亏的。

三、文件翻译问题

根据问卷调查，采购人员在文件翻译方面还存在着问题。中方对采购人员的翻译水平不是很满意，说明文件翻译方面出现了问题。主要问题是使用的词汇不准确，不能正确表达被文件的意思。这样影响了中方对产品设计的了解，生产信息的掌握，会造成玩具生产上的错误。如果是双方之间联系有误会，出现问题以后需要回头找差错，然后在解决问题。文件翻译方面的不准确和错误会给生产带来很大的影响，不仅影响产品的质量、规格、样式和制造，还会影响产品的销售、广告、物流等一系列的营销过程。

第三节 解决问题的方法和建议

为了提高汉语服务质量，加强应该对汉语服务人员进行活动如下：

一、提高写作能力

虽然招聘情况中公司搞定制定标准高，但是对采购人员出现汉语写作能力不足的问题，为了提高采购人员的汉语工作能力方面，公司需要加多汉语写作培训。内容包括：邮件写作、商务写作、商务会话、中国商务文化、船舶运输条件的专业技术词汇，对工作有关等各内容

培训结束后，公司制定评估方案，经理是可以决定员工是否通过培训课程的决定者。考试应该包括：纸质考试、写封邮件发送给经理，内容以不同情况比如，确认生产邮件、产品质量投诉邮件、付款条件邮件。然后指定公司的邮件风格，为了每个采购人员使用通个标准表格。最重要写作是一件苦差事，需要人员用恒心去坚持。学习他人的写作与修辞手法，不断地效仿练习，结果会渐渐变好。

二、增加汉语词汇和专业词汇

公司方面要定期对采购人员进行汉语词汇方面的专业培训。内容包括：玩具主要词汇（资料、术语、功能）、生产过程估计会有问题以及赔偿词汇、船舶运输专业技术词汇，以增加汉语服务人员的词汇量，掌握玩具生产方面的

专业词汇等各方面对工作有关等词汇比如，成语。因为如果随用正确的成语适合上下文表示采购有比较高的汉语水平。

培训结束后，公司制定评估方案，经理是可以决定员工是否通过培训课程的决定者。考试应该包括：纸质考试、填写正确答案、使用成语来造句。这个方法可以帮忙人员复习已经学过的知识以及增加更多了工作常用的词汇。让人习惯使用最合适的词汇提高了公司的汉语服务。

三、加强口语表达的能力

除了加强采购人员的书写能力外，还应该加强采购人员的口语表达能力。因为提高汉语口语表达能力，也可以帮助加强汉语的书写能力。促进掌握更多汉语词汇。

目前 7 位采购人员都有机会去中国拜访中方，验厂以及验货，使口语表达也对采购的工作很重要。不管人员口语表达能力好还是不好都会影响到公司的形象，如果口语表达能力好将表示公司有潜力能可靠。口语表达虽然在 KEAK 玩具公司使用不多，但不可放弃。公司方面要定期对采购人员进行汉语角色扮演测试，经理要充当中方的角色，发现不同的情况及不同的问题。采购人员需要了解实现情况，产品质量以及产品功能，并能有效地相应。角色扮演是一种情景模拟活动。所谓情景模拟就是指根据采购人员在中国的时候可能担任的职务，编制一套与该职务实际根据相似的测试项目，将采购人员安排在模拟的、逼真的工作环境中，要求被试者处理可能出现的各种问题，用多种方法来测评其心理素质、潜在能力的一系列方法。

角色扮演测试结束后，经理制定评估方案，采购人员是否了解眼前的问题，解其心理素质和潜在能力的一种测评方法，又是通过情景模拟，要求其扮演指定行为角色，并对行为表现进行评定和反馈，以此来帮助其发展和提高行为技能最有效的一种培训方法。这个方法可以帮忙人员复习自己的口语表达，准备好自己，使用正确的词汇。让人习惯使用最合适的词汇，流利地口语提高了公司的汉语服务。

四、提高汉语翻译水平

公司需要定期举办汉语翻译培训班，加强采购人员的翻译工作。内容包括重要邮件以常用的邮件比如，产品资料、确认打样邮件、确认生产邮件、采购订单邮件、付款邮件、赔偿邮件词汇等。

培训结束后，公司制定评估方案，经理是可以决定员工是否通过培训课程的决定者。考试应该包括：翻译泰语成汉语考试（产品的生产条件以及公司的要求）然后把这些资料写为确认打样邮件、确认生产邮件、采购订单邮件、付款邮件，最后产品可能发现问题，所以需要写赔偿邮件给经理检查。

这方经理可以了解人员的汉语水平的实现情况。采购人员将习惯使用最合适的词汇以增加汉语服务人员的词汇量，掌握玩具生产方面的专业词汇等各方面对工作有关等词汇。

五、招聘汉语人才，增加汉语服务人员

2019 冠状病毒疾病（COVID-19）回复正常以后，公司会出现采购人员数量不足的问题。所以为了加强公司的汉语服务工作，公司可以招聘一些汉语人才，补充汉语服务人员。招聘的标准是要通过汉语水平（HSK）第 5 级，如果会说粤语特别考录，因此公司合作的工厂主要在汕头，他们平常使用粤语，使如果说粤语的话会容易理解对方的要求或者对方是不是对汉语服务很满意。

结 语

玩具市场是泰国的一个重要市场。玩具产品的销售既有线上销售，也有线下销售的。电子商务时代促进了泰国玩具营销，吸引了广大客户。许多家长为了培养儿童的智力，增加儿童的知识和提供儿童的学习兴趣，为儿童购买了很多智能玩具。KEAK 玩具公司为了开发新的玩具产品，发展泰国的玩具市场，与多家中方厂家合作，从事玩具产品的营销。

为与多家中方厂家合作，KEAK 玩具公司招聘了汉语服务人员。公司有多个生产管理部门。负责汉语服务的部门是采购部。采购部门为此招聘了 7 名汉语服务人员。KEAK 玩具公司制定了汉语人才的招聘标准。公司要求汉语服务人员需要通过汉语水平考试（HSK）第 5 级，在校的学习成绩 GPA 不低于 3.0。有能力担任汉语服务的采购人员必须有良好的汉语能力，其中包括口语方面、听力方面、阅读方面与写作方面。

论文通过对公司采购人员商业汉语应用的调查研究，说明了公司采购人员的汉语水平和工作情况。调查结果显示采购人员的汉语服务总体上可以满足工作需要。对中方厂家的问卷调查说明，中方对泰方的汉语服务人员的工作与汉语水平情况是满意的。但在阅读方面和写作方面还存在着问题。如对汉语词汇掌握不够，不能正确表达中文的语义，写作方面存在语法问题。为了提高公司采购人员的汉语写作和阅读水平，掌握更多的汉语词汇，公司方面需要加强这些方面的汉语培训。另外，由于公司生产的发展，与中方厂家联系的增多，公司的汉语服务人员出现了不足的问题。公司需要招聘汉语人才以解决汉语人员不足的问题。

总之，KEAK 玩具公司的汉语服务人员总体上的汉语水平是可以的。为了发展泰国的玩具生产，扩大市场营销，增加玩具市场的竞争力，公司方面需要加强汉语服务，进一步提高汉语服务人员汉语水平，以适应玩具市场的发展，保持与中方厂家的良好合作。

致谢

首先我要特别感谢指导老师赵平博士的帮助，使本论文能够顺利完成。赵平老师在论文写作方面给了我很多指导，使我能够完成这部论文。我非常感谢赵平老师。在研究生课程的学习阶段，我要非常感谢泰国华侨崇圣大学，商业汉语专业的各位老师的教导。非常感谢刘丽芳博士副教授老师给了我这个学习机会，虽然开始学习的时候，我的中文能力是很差的。我还要非常感谢的是谢业辉老师，他帮助我写参考文献，了解大学的管理制度和在线系统。没有他的帮助，我的论文和期刊出版不会像现在那样顺利。

我想感谢资深的余经理和同事，他们帮助和指导我的问卷调查，以及提供中方的名单，安排面试的时间，并提供资料和给出建议。我要感谢中方公司，他们牺牲了自己的时间，给出了建设性的意见，帮助我了解有关采购人员汉语水平的情况，并与他们进行沟通。

我还要感谢和我一起学习的同学，特别是江灵和王伟通同学。我们在一起努力学习，互相帮助。当我遇到学习方面的困难时，他们都会鼓励我和帮助我克服困难。希望这项研究能对其他研究者有所帮助。如果有任何错误，请给与指教。

参考文献

一、国内相关研究

- [1] 分析商务汉语口译在中泰商务活动中的应用[D]. 张雪云, 华侨崇圣大学 2013
- [2] 素万那普国际机场商业汉语服务调查分析[D]. 张凯幕, 华侨崇圣大学 2013
- [3] 泰国亚洲航空公司电子商务汉语应用之研究[D]. 陈如欣, 华侨崇圣大学 2014
- [4] 中国工商银行在泰国的业务发展——分析工商银行的本土化经营和汉语服务情况[D]. 巫蕊, 华侨崇圣大学 2015
- [5] 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[D]. 林凤, 华侨崇圣大学 2015
- [6] 曼谷旅游夜市汉语服务研究——以亚洲河滨夜市(Asiatique)为例[D]. 王玉洁, 华侨崇圣大学 2016
- [7] 泰国网络游戏汉语翻译调查研究——以成都地瓜网络科技有限公司为例[D]. 武小妹, 华侨崇圣大学 2017
- [8] 泰国房地产业中文应用之研究——以泰国天城国际开发公司为例[D]. 黄学日, 华侨崇圣大学 2017
- [9] 曼谷唐人街大华酒店汉语服务研究[D]. 万里, 华侨崇圣大学 2018
- [10] 泰国主要银行 ATM 中文服务研究[D]. 张思思, 华侨崇圣大学 2018

二、国外相关研究

- [1] 走出去, 请进来[D]. 中外玩具制造 2006
- [2] 中泰进出口贸易与经济成长的实证分析——基于泰国视角[D]. 薛铭铭, 重庆大学 2011
- [3] 泰国玩具市场初探[J]. 张芷盈, 中外玩具制造, 2015(09)
- [4] 中泰贸易发展现状及前景分析[D]. 陈梦瑶, 吉林大学 2014
- [5] 中泰贸易竞争性与互补性分析[D]. 俞沐荷, 东南大学 2015
- [6] 今年泰国玩具出口增长 5%[D]. 商务部 2017, 广西大学 2017

三、网络资料

- [1] hktdc.com Sourcing. “中国玩具市场情况”[Online], (<https://research.hktdc.com/sc/data-and-profiles/china-consumer-profiles>), 2019
- [2] 广东进出口商会网站. “[市场资讯] 泰国玩具市场信息调查” [Online], (<https://www.gdccc.org.cn/?m=news&a=detail&id=221>), 2019
- [3] Keak Toys (Thailand) Company Limited [Online], (<http://www.keak.co.jp/company/>), 2018
- [4] World Health Organization. “感染防控（IPC）2019 冠状病毒疾病（COVID-19）” [Online], (<https://openwho.org/courses/COVID-19-IPC-ZH>), 2019
- [5] MBA 智库百科网站.“生产管理” [Online], (<https://wiki.mbalib.com/wiki/生产管理>), 2019
- [6] MBA 智库百科网站.“5P 营销理论”[Online], (<https://wiki.mbalib.com/wiki/5P营销理论>), 2019
- [7] 百度网站.“代工生产”[Online], (<https://baike.baidu.com/item/代工生产>), 2019
- [8] โพสต์ทูเดย์.“‘เก็ยกทอยส์’ บุกหน้าออนไลน์ ส่งแบรนด์ ‘บิคลู’ ปลูกตลาดของเล่นตัวต่อ” [N], (<https://www.posttoday.com/pr/608074>), 2019

附录一 泰国 KEAK 玩具公司汉语应用的调查问卷 (汉语服务人员部分)

尊敬的受访者:

您好!感谢您抽出时间参与本次的问卷调查。本问卷的目的是了解泰国 KEAK 玩具公司的汉语服务人员与中方进行商业联系中商业汉语情况。本次调查是为华侨崇圣大学商业汉语专业的硕士学位论文提供分析研究的数据。本问卷不涉及商业机密,个人隐私,问卷采取无记名方式。对您提供的资料我们将予以保密。请您根据实际情况如实填写。非常感谢您的合作和支持。

一、基本信息

1. 性别 男 女
2. 年龄 20岁以下 20-30岁 31-40岁 41-50岁 51岁以上
3. 学历 小学 中学 高中 本科 硕士 博士 博士后
4. 专业 文科 商科 管理 金融 理科 法律
具体专业或其他专业,请说明_____

外语专业: 汉语 英语 日语 韩语
其他外语,请说明_____

5. 您从事的主要工作

- 会计部门 营销部门 设计部门 法律部门
人力部门 仓库部门 采购部门 销售部门
其它,请说明_____

6. 您在泰国 KEAK 玩具公司工作多长时间?

- 1年以下 1-2年 3-4年 5-6年
7-8年 9-10年 10年以上

7. 您服务的客户主要来自

- 中国(包括台湾、香港、澳门地区) 日本 韩国 美国
欧盟 其它国家,请说明_____

二、汉语水平和使用情况

1. 您会说几种语言?

- 一种 两种 三种 四种

2. 您主要使用的工作语言(可多选)

- 泰语 普通话 粤语 英语 日语
其他,请说明_____

3. 您以前是否学过中文？
 有 没有
4. 如果学过，学习了多长时间？
 1-6个月 7-12个月 1年 2年 3年 4年 4年以上
5. 是否参加过汉语水平考试（HSK）
 有 没有
6. 如果参加过汉语水平考试（HSK），考到几级？
 1级 2级 3级 4级 5级 6级
7. 您认为在听说读写方面，您哪些方面比较好？（可多选）
 听 说 读 写
8. 您在汉语服务中遇到哪些问题？
 口语不太好 不能与客户良好沟通 听力理解有些问题
 专业词汇不够 正确书写有问题 完整阅读有些困难
 其他，请说明_____
9. 您认为在听说读写和翻译方面，在哪些方面需要提高？（可多选）
 听 说 读 写 翻译
10. 泰国KEAK玩具公司有没有为汉语服务人员提供汉语培训？
 有 没有
11. 如果泰国KEAK玩具公司提供汉语培训，一般是什么形式？
 定期培训 不定期培训
 为职员支付进修或去语言机构学习的费用
12. 是否接受通过以下那个培训（可多选）
 汉语翻译培训 商务汉语培训
 中国商务礼仪培训 中国文化培训
 其他，请说明_____

附录二 泰国 KEAK 玩具公司汉语服务问卷调查 (中方部分)

尊敬的受访者：

您好！本次问卷调查是泰国华侨崇圣大学商业汉语专业硕士研究的课题，目的是了解泰国 KEAK 玩具公司的汉语服务人员与中方进行商业联系中商业汉语情况，以及公国贸易公司对汉语服务的满意度。研究的资料仅用于学术研究，不涉及商业机密和个人隐私。问卷采取无记名方式。请您根据实际情况如实填写，为本课题研究提供可靠的数据。对您提供的资料我们将予以保密。非常感谢您的合作和支持。

第一部分 中方一般信息

请您根据以下具体内容上打“√”

1. 性别 男 女
2. 年龄 18-24 年 25-30 年 31-35 年 36-40 年 41-45 年
 46-50 年 50 年以上
3. 公司名称 _____
4. 本人职务 _____
5. 贵司属于哪一类型
 生产制造 产品加工 贸易 建筑 运输 电子商务
 商品销售 餐饮服务 承包 旅游 环保 银行
 酒店 海运 其它，请具体说明 _____
6. 贵司跟泰国 KEAK 玩具公司合作了多长时间？
 1 年以下 1-2 年 3-4 年 5-6 年 7-8 年 9-10 年 10 年以上
7. 贵司为什么选择泰国 KEAK 玩具公司？（可多选）
 有信誉 专业能力强 认真负责 能提供汉语服务
 贸易利润 有中文网站 沟通方便
 其它，请说明 _____
8. 贵司接受了哪方面的专业服务？
 会计部门 营销部门 设计部门 法律部门
 人力部门 仓库部门 采购部门 销售部门
 其它，请说明 _____

9. 您认为泰国 KEAK 玩具公司汉语服务哪些方面比较好（可多选）

听 说 读 写 沟通方便 工作效率 文件翻译 信息提供

10. 您认为泰国 KEAK 玩具公司汉语服务上需要哪些改进？（可多选）

听 说 读 写 联系沟通 工作效率 文件翻译

信息提供 其他，请具体说明_____

第二部分 中方对泰国 KEAK 玩具公司汉语服务的满意度 汉语服务满意度调查表 (请在表中打“√”)

| 调 查 内 容 | 很满意 | 满意 | 一般 | 不满意 | 很不满 |
|------------------------|-----|----|----|-----|-----|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 一、汉语服务人员的工作情况 | | | | | |
| 1. 为贵司表达信息方面 | | | | | |
| 2. 为贵司提供专业服务方面 | | | | | |
| 3. 与贵司沟通联系理解方面 | | | | | |
| 4. 对中国商务礼仪了解方面 | | | | | |
| 5. 工作认真负责和效率 | | | | | |
| 6. 对服务人员的总体评价 | | | | | |
| 二、汉语服务人员的汉语水平情况 | | | | | |
| 1. 汉语口语表达清晰准确方面 | | | | | |
| 2. 汉语听、读、写方面 | | | | | |
| 3. 汉语词汇掌握方面 | | | | | |
| 4. 使用汉语解决问题的能力 | | | | | |
| 5. 对汉语服务的总体评估 | | | | | |

满意度标准：很满意 (A) = 5, 满意 (B) = 4, 一般 (C) = 3, 不满意 (D) = 2, 很不满意 (E) = 1

满意度指数：M= (Ax5) + (Bx4) + (Cx3) + (Dx2) + (Ex1) / (样本总数)

附录三 泰国 KEAK 玩具公司汉语服务访谈表

(访谈对象：泰国 KEAK 玩具公司有关管理人员)

1. 目前泰国 KEAK 玩具公司服务的中国客户大概有多少家？一般使用什么语言？
2. 泰国 KEAK 玩具公司跟中国合作情况是如何？
3. 目前能提供汉语服务的职员有多少？是否可以满足业务的需要？
4. 泰国 KEAK 玩具公司对汉语服务人员提供汉语培训吗？为提高汉语服务人员的中文水平，采取了哪些措施？
5. 泰国 KEAK 玩具公司是否考虑要招聘一些会说汉语的职员？招聘的标准是？
6. 中国经济的发展对贵司的业务有哪些影响？是否促进了贵司的？
7. 泰国 KEAK 玩具公司在汉语服务上主要遇到哪些问题？是怎样解决这些问题的？在哪些方面需要改进？
8. 您觉得贵司与中方未来的贸易关系将是如何？

ประวัติผู้เขียน

| | |
|------------------|---|
| ชื่อ - สกุล | นางสาวณัฐกฤตา ใ้หนูช (李佳美) |
| วัน เดือน ปีเกิด | 12 สิงหาคม 2537 |
| ที่อยู่ปัจจุบัน | 205/133 ซอย 8 หมู่บ้านจิตต์เซนต์ ถนนกาญจนาภิเษก แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150 |
| ประวัติการศึกษา | คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาจีน) |
| ประวัติการทำงาน | เจ้าหน้าที่ควบคุมการผลิตและจัดซื้อต่างประเทศ บริษัท เกียกทอยส์ (ประเทศไทย) จำกัด |