



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การใช้ภาษาจีนในธุรกิจโทรคมนาคมทางการตลาดของ บริษัททรูมูฟ เอช
MARMETING RESEARCH AND CHINESE SEVICES OF
TRUEMOVE H COMPANY

真实移动 (TRUEMOVE H) 公司营销中的汉语服务
调查研究

นรินดา สิริตันเลิศ (李小英)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)
คณะภาษาและวัฒนธรรมจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การใช้ภาษาจีนในธุรกิจโทรคมนาคมทางการตลาดของ บริษัททรูมูฟ เอช
MARMETING RESEARCH AND CHINESE SEVICES OF
TRUEMOVE H COMPANY

真实移动 (TRUEMOVE H) 公司营销中的汉语服务调查研究

นรินดา สิริตันเลิศ (李小英)

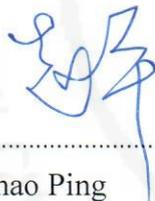
ได้รับพิจารณาอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)
เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2562



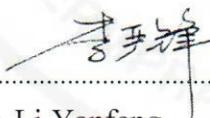
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไล ลิ้มถาวรานันต์
ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ



Dr. Zhao Ping
อาจารย์ที่ปรึกษา



Dr. Zhao Ping
กรรมการ



Prof. Dr. Li Yanfeng
กรรมการ



Assoc. Prof. Dr. Fan Jun
กรรมการ



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
กรรมการ



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

การใช้ภาษาจีนในธุรกิจโทรคมนาคมทางการตลาดของ บริษัททรูมูฟ เอช

นรินดา ลีรัตนเลิศ 606055

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: Zhao Ping, Ph.D.

บทคัดย่อ

ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทรูมูฟ เอช (Truemove H) ของไทยได้ดำเนินกิจกรรมทางตลาดอย่างหนักเพื่อมุ่งขยายตลาดทั้งในไทยและประเทศจีน โดยมีการออกโปรโมชั่น สิทธิพิเศษต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้กับกลุ่มลูกค้าคนจีนโดยเฉพาะ ดังนั้นจุดประสงค์หลักของการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อมุ่งเน้นศึกษาการให้บริการภาษาจีนและการใช้ภาษาจีนทางการตลาดของบริษัททรูมูฟ เอช รวมไปถึงความร่วมมือทางการค้าระหว่างทรูมูฟ เอช กับกลุ่มนักธุรกิจชาวจีน ให้ทราบถึงการให้บริการทางด้านภาษาจีนของโทรศัพท์เคลื่อนที่ทรูมูฟ เอช ในแง่ของข้อดี ข้อเสีย และในส่วนที่ต้องปรับปรุงพัฒนา และเป็นการยกระดับพัฒนาคุณภาพการให้บริการ

ตามการวิจัยการใช้ภาษาจีนในธุรกิจโทรคมนาคมทางการตลาดของ บริษัททรูมูฟ เอช (Truemove H) ผู้วิจัยได้ชี้ให้เห็นถึงปัญหาการใช้ภาษาจีนทางการตลาดของ บริษัททรูมูฟ เอช พร้อมทั้งแนวทางการในการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการ โดยรายละเอียดเนื้อหาทั้งหมดของการวิจัยเล่มนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นการกล่าวถึงพัฒนาการที่สำคัญของบริษัททรูมูฟ เอช ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์การให้บริการภาษาจีนของทรูมูฟ เอช และส่วนที่ 3 ชี้ให้เห็นที่ปัญหาที่พบและแนวทางในการแก้ไขปัญหา

นอกจากนี้ การวิจัยการใช้ภาษาจีนในธุรกิจโทรคมนาคมทางการตลาดของ บริษัททรูมูฟ เอช (Truemove H) ในครั้งนี้ ผู้วิจัยยังได้วิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน ทางการตลาด การให้บริการภาษาจีนของบริษัททรูมูฟ เอช และในส่วนที่ต้องปรับปรุง โดยผู้วิจัยได้มีการเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาทางการตลาดบางส่วน รวมถึงการเสนอให้มีการจัดอบรมภาษาจีนเพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการและเป็นการเสริมสร้างการใช้ภาษาจีนของพนักงานให้ได้มาตรฐานและให้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะความสามารถทางการสื่อสาร เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

คำสำคัญ: โทรศัพท์เคลื่อนที่ กลยุทธ์ทางการตลาด บริการทางด้านภาษาจีน ลูกค้าคนจีน

MARKETING RESEARCH AND CHINESE SERVICES OF TRUEMOVE H COMPANY

NARINDA LEERATTANALERD 606055

MASTER DEGREE OF LIBERAL ARTS (CHINESE BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: ZHAO PING, Ph.D.

ABSTRACT

Truemove H has worked hard to open up the Thai and Chinese markets in order to expand its business, especially to attract Chinese customers and launch marketing. The purpose of this research is to study the providing Chinese service and using Chinese in the part of marketing activities of Truemove H in the Chinese market and explore the business relationship with Chinese companies through the investigation and research of Truemove H Chinese services in term of good and bad point and suggestions and measures to develop the strengthen competitiveness of company.

Authors try to point out the major problem of using Chinese in the market and providing the basic solution to improve service quality. This paper consists of three different parts: (1) introduction and background of Truemove H, (2) analysis of service in term of Chinese language, and (3) point out the problem and solution.

Furthermore, author still analyze the strength and weakness of marketing activities and Chinese services, but also has many disadvantages. It is found that Truemove H needs to solve problems in operation, improve some business methods and service quality efficiently. In terms of Chinese services, Truemove H should increase the number of staffs in Chinese service to get more better into Chinese market; moreover, adding more the Chinese training program to service workers to make the customer satisfaction in Chinese market.

Keywords: True Move H, Marketing policy, Chinese service, Chinese customers

真实移动 (TRUEMOVE H) 公司营销中的汉语服务调查研究

李小英 606055
文学硕士学位 (商业汉语)
指导教师: 赵平博士

摘要

泰国真实移动运营商 (Truemove H) 为了扩大自己业务, 努力开拓泰国和中国市场, 特别是为了吸引中国客户, 开展市场营销, 推出了一系列优惠措施。本论文研究的目的是通过对真实移动中文服务的调查研究, 说明真实移动在中国市场的发展, 和中国客户的商务来往的情况, 通过对真实移动手机服务的调查分析, 指出真实移动在汉语服务方面的优势和出现的问题, 提出真实移动在汉语服务方面的改进建议和措施, 说明提高汉语服务对发展业务, 加强竞争力和取得营销优势的重要性。

论文通过文献分析和问卷调查, 对泰国真实移动通信公司 (Truemove H) 的营销与汉语服务情况进行了研究。在分析研究的基础上, 论文指出了真实移动在市场营销和汉语服务方面的问题, 并对存在的问题提出了改进措施, 以提升真实移动电信服务的质量。论文共分三章, 第一章说明泰国真实移动的发展概况; 第二章对真实移动汉语服务的情况进行调查分析; 第三章对调查研究中发现的问题提出了改进措施。

论文通过对真实移动营销策略和汉语服务的调查分析, 指出真实移动在营销和汉语服务方面具有一定的优势, 但也存在着不少劣势。真实移动需要解决经营中出现的问题, 改进一些经营方式, 提高服务质量和效率。在汉语服务方面, 真实移动应该增加汉语服务人员, 适应中国市场的发展需要, 加强服务人员的汉语培训, 提高汉语服务水平, 特别是汉语沟通能力, 为客户提供良好的服务。

关键词: 真实移动 营销策略 汉语服务 中国客户

目 录

บทคัดย่อ	I
ABSTRACT	II
摘要	III
目录	IV
绪论	1
一、选题的背景和意义	1
二、与论文选题有关的国内外研究综述	3
三、研究的目的、方法、内容与创新型	6
四、所要解决的主要问题	7
第一章 泰国移动通信服务的经营与发展概况	8
第一节 泰国移动通信服务公司发展情况	8
一、泰国移动通信公司的市场经营	8
二、泰国三大电信集团的发展概况	12
三、泰国真实移动与中国移动的合作	23
第二节 泰国真实移动公司电话卡营销情况	25
一、真实移动的业务服务和顾客类型	25
二、市场营销情况和竞争力	27
三、真实移动的发展前景	29
第三节 推销真实移动电话卡的营销策略	29
一、真实移动对中国游客的营销策略	30
第二章 真实移动的汉语服务和经营情况调查	33
第一节 真实移动公司的汉语服务	33
一、汉语服务人员的基本情况调查	33
二、汉语水平情况	35
三、汉语服务人员的工作情况	37
四、公司提供汉语服务人员的培训情况	39
第二节 真实移动的营销和汉语服务调查	40
一、对中国游客推销电话卡的情况	40
二、采用多种方式营销	41
三、公司网站服务和广告宣传	41

第三节 中国游客对真实移动电话卡服务满意度调查	42
一、中国游客购买电话卡的满意度	42
二、中国游客购买真实移动电话卡的满意情况	46
三、对真实移动汉语服务的满意情况调查	48
四、增加汉语服务渠道	49
第三章 对调查结果的评估和解决问题的建议	51
第一节 真实移动的营销策略和汉语服务分析	51
一、优势分析 (STRENGTH)	52
二、劣势分析 (WEAKNESS)	53
三、机会分析 (OPPORTUNITY)	54
四、挑战分析 (THREAT)	55
第二节 真实移动营销和汉语服务中存在的问题	56
一、真实移动在营销和售后服务存在的问题	56
二、汉语服务问题	57
第三节 解决问题的建议和改进措施	60
一、改善营销方式和售后服务	60
二、改善促销方式, 促进电话卡销售	60
三、加强汉语服务	60
结语	62
致谢	64
参考文献	65
附录一 访谈内容与受访者资料	68
附录二 问卷调差的内容	72
ประวัติผู้เขียน	74

绪论

一、选题的背景和意义

True Corporation Public Company Limited. (简称: True 或 True group) 是一家大型电信业 (Telecom) 运营商和电信服务商 (Service Provider)。True 在 1990 年 11 月 13 号成立, 是正大 (CP) 旗下的公司。公司的业务范围包括宽带 (True online)、移动通信 (Truemove H 或真实移动) 和有线电视 (True visions) 行业, 以及端到端的电信服务商。True Group 已获得了宽带和有线电视用户泰国第一的称号, 移动通信业务规模在泰国排名第二。泰国有三大电信集团, Truemove H 是三大私营电信公司最后进场的。一直以来泰国 AIS 移动排名第一, Dtac 排名第二, 而 Truemove H 在 2002 年刚进入移动通信市场时, 排名第三名。这几年来由于泰国国家广播和通信委员会 (NTBC) 进行频段专营权招标之后, True group 成功获得电信牌照的招标, 业务飞跃发展, 在 2018 首次超过 Dtac 成为泰国第二。目前, 泰国有五大移动通信提供商 (Mobile Network Provider), 包括三大私营公司 (AIS, TRUE, DTAC) 和两家国有企业 (State Enterprise) 公司 TOT 和 CAT。Truemove H 或真实移动 是 True Group 集团旗下的电信服务品牌。

True 有 3 大核心业务部门: 提供固定电话服务、宽带和无线网络以及数据服务的 True Online; 负责手机业务, 提供 3G+ HSPA 以及 4G LTE 网络服务的 True Mobile ; 提供付费电视服务的 TrueVisions。True 此次增发新股, 是为了解决自身的债务问题, 也是为接下来竞价新的电信业务牌照做准备。2015 年, 因为与泰国前两大运营商 Advanced Info Service PCL (下文简称 AIS) 和 Total Access Communication PCL (下文简称 DTAC) 争夺市场, True Corp 斥巨资扩大移动网络的覆盖范围, 致使债务压力加大。自从法国电信运营商 Orange SA 在 2004 年从 True Corp 退出, 泰国的三大电信运营商格局中, 只有 True Corp 尚无外资背景, AIS 由新加坡电信公司参股, 挪威电信商 Telenor 则购入 DTAC 的绝大部分股票。

泰中经贸和旅游业的蓬勃发展, 也促进了泰国电信服务市场的发展。2018 年 1 月到 9 月入境泰国的中国游客全年达到 1,000 万人次^[1], 占各国来泰游客的 29.35 %。在中国游客大量来泰旅游的形势下, 泰国三大私人电信运营商对

[1] Ministry of Tourism & Sports. Tourism Statistics 2018. (October 21, 2018). Retrieved November 05, 2018, from https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=502&filename=index.

中国旅游市场展开了激烈的竞争，用各种手机优惠吸引前来泰国旅游的大批中国游客。泰国是中国游客喜爱的出境游目的地之一。在泰国如何打电话、上网是中国游客普遍关心的问题，为使中国游客在泰国期间通信便利，泰国三大电信运营商在曼谷素万那普机场和廊曼国际机场设立了专柜，增设了中文标识，方便中国游客按提示购买手机卡。吸引中国游客使用本营运营商的手机卡是泰国三大电信运营商激烈竞争的一个重点。AIS 推出的是 One2Call 卡：2.5GB 高速 4G 流量；Dtac 推出的是 Happy 卡：3GB 高速 4G 流量；Truemove H 推出的是萨瓦迪卡：3GB 高速 4G 流量。Truemove H 在竞争中处于比较优势的地位，公共 Wifi 覆盖泰国全境各大机场、商场、连锁餐厅、公共娱乐设施等，速率几乎跟移动 4G 一致，网速快，全年免费，有卡就能用。真实移动在这三家里面处于领先地位，不仅在套餐上，在技术上也是比另外两家要优先。True Move H 还提供了唯一一款专供游客使用的 APP——True Thailand Tourist。True 的手机套餐卡上有英文和中文，方便中国游客使用。

除此以外，True 还与中国移动合作。中国移动宣布，旗下全资附属公司“中国移动国际控股有限公司”（下文简称“中国移动国际控股”）与泰国电信运营商 True corporation PCL（下文简称 True）签订了股份认购协议，将以 6.45 泰铢/股的价格认购 True 非公开发行的股份，总交易价格约为 285.7 亿泰铢，约合 55 亿人民币。同时，True 也将向其控股股东及其他公众股东，以同等价格配股融资约 364.3 亿泰铢，约合 70.1 亿人民币。交易完成后，中国移动国际控股将持有 True 扩大后股本的 18%，成为其第二大股东。目前，亿万富翁谢国民的正大集团（Charoen Pokphand Group）持股 34%，是 True Group 的第一大股东。True 与中国公司的商业合作，发展中国市场，与中国客户洽谈生意，向中国游客提供电话卡等都会用到中文。本论文研究集中在 True 对中国游客提供的汉语服务方面。汉语服务和应用对 True 的发展有重要意义。以前 True 提供两个服务语言：泰语和英语，如服务员、网站、短信等。后来增加了一些其他语言，如：日本、汉语、缅甸语等。但在汉语服务方面缺少人员，汉语服务还不能满足市场发展需求。

本论文研究的意义是通过对真实移动中文服务的调查研究，了解真实移动在中国客户的需求，和与中国客户的商务来往的情况，通过对真实移动手机服务的调查分析，指出真实移动在汉语服务方面的优劣势和出现的问题，提出真实移动（Truemove H）在汉语服务方面的改进建议和措施，说明提高汉语服务对发展业务，加强竞争力和取得营销优势的重要性。

二、与选题有关的国内外研究综述

有关泰国移动通信服务之汉语应用研究，还没有发现类似的国内外研究。根据目前所掌握的资料，相关的国内外研究有 True corporation 业务研究，与泰国电信业研究方面，涉及到以下几个方面：

(一) 有关 True corporation 业务方面的研究

1. 泰国学者法政大学的 Sukul Tangnirunsaran (2006) 在新闻与大众传播学院期刊上发表了《客户对 True Corporation Public Company Limited. 接受的信息、反馈行为和满意度》(Media Exposure, Service Usage Behavior and Satisfaction of Customers of True Corporation Public Company Limited) 的论文。论文通过 True 店 (True shop) 曼谷区域研究。分类推广媒体的渠道如电视媒体、收音机媒体、网路服务、报纸信息、杂志信息、海报信息、广告、小册子 和人转发，哪些渠道信息对用户有价值以吸引消费者。通过顾客问卷调查对 True 店 (True shop) 的满意度，然后提出建议解决问题。

2. 泰国学者法政大学 Thanyawat Limprasert (2009) 在《文(科)学院杂志》上发表了《True corporation 的服务咨询热线的服务员和外包服务咨询热线的服务员的工作生活两不误》(Opinions of true corporation public company limited's staff for division of internet broad band contact center and channel partner call center to quality of work life project) 的论文。论文通过热线电话的服务员研究在公司工作的日常生活，办公室的环境、人之间的关系、公司对员工的管理、公司提供的设施设备对员工的工作效率有哪方面造成不利影响优劣势是什么。员工对公司的满意度和职业发展、工作稳定性和提出问卷调查结果。

3. 泰国学者农业大学 Nawaphong Phaichaekhammun (2009) 在文(科)学院期刊上发表了《客户对 True 咖啡厅的行为与公司的推广》(Consumer Behavior and Marketing Mix affecting Decision Making of Coffee at True Coffee Shop in Bangkok) 的论文。论文通过问卷调查来观察来 True 咖啡厅的顾客，是哪些职业、学历、年龄。对 True 咖啡厅的服务、产品的满意度以及选择喝 True 咖啡消费的原因。提出建议包含产品价值和增加多品种、价格、渠道、推广与服务价值。

4. 泰国商会大学的 Sornrawat Sitasut (2012) 在《传播艺术大学院》发表了《通过 true 咖啡厅推广 true 的商业品牌》的论文。论文通过 true 咖啡厅的顾客和售货员研究，研究结果论文分类 true 咖啡厅推广 true 的商业品牌两

个方法是通过 true 咖啡厅 的所有设备如咖啡杯、手执、水杯，另一个方法是通过 True 咖啡厅的服务员服务。

（二）有关泰国电信业务方面的研究

1. 莫道克大学 (Murdoch University) 的 Varin Khara 在信息科学与技术学院发表了博士论文《泰国移动通信的网络安全与关注智能手机上的使用网路行为》(A Study of Cybersecurity for Telecommunication Services Concerning Smartphone Users in Thailand) 的论文。论文通过使用智能手机上的消费者研究，分析了消费者的年龄、性别、渠道，使用智能手机上的区别和行为。电信运营和政府如何维护网路安全，网路支付工具的安全，手机中病毒有什么影响然后提出问题与研究结果。

2. 兰实大学学者的 Sanon Chimmanee 和 Suttisak Jantavongso 在 ICT 期刊 (Journal of ICT) 2016 年 6 月发表了《泰国三大移动运营商在曼谷提供 3G 网路的性能比较》(THE PERFORMANCE COMPARISON OF THIRD GENERATION (3G) TECHNOLOGIES FOR INTERNET SERVICES IN BANGKOK) 的文章。文章通过泰国三大移动运营商使用 2100MH 和 850/900MHz 为典型的工作频率，提供 3G 网路性能研究，在曼谷不同地方不同时间考察与调试 3G 和 4G 网路，说明哪家移动运营商的网路覆盖面积广泛，以及在曼谷通过哪个典型的工作频率，在使用 3G 时网速最快，文章还分析了消费者的满意度和需求。

3. 朱拉隆功大学的 Dr. Kanaphon Chanhom 教授 (2016 年 1 月) 在科学社交网络服务网站《研究之门 (Research Gate)》上发表了《网络诽谤行为与泰国移动通信》(Defamation and Internet Service Providers In Thailand) 的文章。文章分析了泰国的法律对使用网路上的规定和违法行为，指出欺凌他人损害他们的声音是违法的，如网络上发有关酒精饮品的图片及违法、乱贴裸照发到网上是违法的。以及相关移动运营商如何维护用户的信息与资料，有助于政府网站管理。

4. 上海外国语大学的 Sudarak Thongtrirattanagul (2014) 在《泰国电信服务质量客户忠诚度和行为意图的研究》(硕士论文) 中指出泰国电信服务的不断改善对电信行业日益重要. 是管理通信面临的挑战之一，以提高服务质量。论文文以服务营销理论文献为基础，研究的目的是了解泰国电信服务中的客户行为意图、客户忠诚度和服务质量之间的关系。回归分析也表明服务质量和客户行为意图之间存在显著关系。这一发现表明，感知服务质量是与顾客行为意图正相关。 这项研究的结果能进一步说明，电信营销人员需要评估感知服务质

量和顾客行为意向两个方面。服务质量对顾客行为意图的影响促生了泰国的电信战略。

（三）有关移动通信运营商与市场竞争力方面的研究

1. 北京邮电大学 (Beijing University of posts and telecommunications) 的高恒在经济管理学院发表了《电信运营商通信技术标准选择战略研究》(Study on telecom technology standard strategy choice of telecom operators) (2018) 的论文。论文通过中国三大运营商包括中国联通、中国电信、中国移动 研究使用通信技术标准, 将主要从 3G 和 4G 时代的电信运营商的选择战略研究, 从 3G 时代的 WCDMA、CDMA200、TD-SCDMA 三家鼎力, 到 4G 时代的 FDD-LTE 和 TDD-LTE 两大主要的标准, 电信运营商对于技术标准的选择。

2. 山东农业大学的郭萌 (2017) 在经济管理学院的期刊上发表了《移动通信公司农村通信市场营销策略研究—以泰安市为例》(Research on the Marketing Strategy of Rural Communication Market in Mobile Corporation 的论文。论文通过移动公司农村营销研究, 以泰安区域农村移动通信营销现状进行调查研究, 并利用 SWOT 方法来分析, 针对性论证利弊, 尝试性创设优化农村通信营销方案

3. 天津大学的范思凯 (2017) 在《中国移动宽带品质对客户满意度的影响研究—以 T 公司为例》中指出在当前竞争激烈的宽带市场中宽带成本压缩及技术提升的空间都已十分有限。论文利用多元线性回归分析方法, 通过分析对比各个因素对宽带客户满意度产生的影响, 找到影响宽带品质提升的关键因素, 有针对性的采取改善措施, 切实有效的提高客户满意度, 增强移动宽带的市场竞争力。

4. 湖北工业大学童欣 (2018) 在《中国移动营销渠道管理研究》(硕士论文) 中指出中国移动必须形成一个有效的渠道体系, 提高渠道效率, 扩大利润空间, 迎合消费者的需求, 是电信运营商的一个重要组成部分。作者从公司的角度来看, 中国移动需要加强对渠道的控制管理, 转变监管方式, 加强各种营销渠道监管和控制, 为客户提供更好的服务, 更好的留住老客户, 并积极拓展信息业务。这就需要做到从传统的语音业务向多样化的移动业务发展, 从传统的业务管理走向营销管理为核心内容。

（四）有关商业汉语服务与应用方面的研究

1. 泰国华侨崇圣大学的武小妹 (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》的论文中通过问卷调查和文献资料

研究方法，对掌握的资料和信息进行定量和定性分析到达研究的目的。论文概述了中国网游市场的发展，以及成都地瓜网络科技有限公司情况；调查分析了地瓜公司网络游戏翻译人员汉语水平情况和翻译情况，指出了网络游戏的汉语翻译人员在专业词汇上的不足，在对中国文化知识的了解上以及对中文词汇的掌握上对存在的问题。

2. 泰国华侨崇圣大学的万里（2018）在《曼谷唐人街大华酒店汉语服务研究》对泰国大华酒店的汉语服务情况进行分析研究。论文对泰国大华酒店汉语服务的问卷调查进行分析。通过调查问卷说明大华酒店服务人员的基本情况，汉语水平，员工的工作情况和酒店的管理情况，以及中国游客对酒店汉语服务的反映情况。论文分析了大华酒店汉语服务的情况和中国游客对酒店汉语服务的反映，针对酒店在汉语服务方面出现的问题，提出了改进措施和建议。

3. 泰国华侨崇圣大学的张思思（2018）在《泰国主要银行 ATM 中文服务研究》的论文中分析了泰国银行汉语服务情况，论文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。论文研究的目的是通过分析研究泰国主要银行提供的 ATM 汉语服务，说明商业汉语在泰国金融领域使用的情况，以及中国经济的发展和大量中国游客来泰旅游给泰国银行 ATM 语言服务系统带来的改变；论文指出了泰国银行提供 ATM 的汉语服务对泰国经济、商业和文化旅游发展的重要性。

三、研究目的、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真实移动公司发展中国市场的营销策略的分析，说明商务汉语在电信市场营销的重要作用；指出做好汉语服务对向中国游客推销电话卡和提高公司的竞争力的积极作用和影响。

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，通过对这些资料的掌握，说明 True 电信公司的发展状况，经营方法，与本课题研究相关的研究状况。

2) 问卷调查法

设定调查问卷的人数，设计调查问卷表。调查内容包括以下几个方面：对 Truemove H 公司汉语服务人员的问卷调查，调查问卷表包括以下内容：1. True 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. 确定调查的人数

3) 访谈法

访谈对象： True 公司的相关管理人员和公司汉语服务人员。主要访谈内容包括：1. 了解公司的经营管理情况；2. 营销策略；3. 中国市场的情况；4. 与中资公司的合作；5. 中国游客购买电话卡情况；7. 汉语培训和汉语人才招聘情况。本次研究通过以上定量分析和定性分析的方法，说明“真实移动”公司汉语服务的情况，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

论文研究的主要内容包括以下几个方面：

- 3.1 真实移动公司的营销策略。
- 3.2 真实移动公司的汉语服务及人员的汉语水平和工作情况。
- 3.3 中国旅游市场对泰国电信市场的影响，真实移动公司的电话卡对中国游客的营销情况。
- 3.4 中国游客对真实移动公司电话卡服务的满意度情况。

4. 论文研究的创新性

通过文献资料查询，目前还没有查到对泰国真实移动公司方面的研究文章和论文，也没有对泰国电信市场有关汉语服务方面的分析研究。本论文是首次对泰国真实移动公司电信营销策略和汉语服务方面的研究，具有创新性。

四、所要解决的主要问题

通过对真实移动公司经营管理，营销策略，电话卡的推销和汉语服务的调查分析，发现其存在的存在的问题。本次调查分析中主要解决的关键问题是：

1. 了解真实移动移动通信服务汉语的情况如何，出现的主要问题。
2. 说明真实移动公司在汉语服务管理方面的情况。
3. 通过对调查问卷和相关资料的分析研究，对出现的问题提出解决方法和改进措施。

第一章 泰国移动的经营与发展概况

第一节 泰国移动通信服务公司发展情况

一、泰国移动通信公司的市场经营

泰国的电信服务行业发展迅速，在 2010 - 2015 年期间，该国在改善电信生态系统方面取得了良好进展，在信息通信技术发展指数上跃升了 18 位至第 74 位。就泰国的通信网络而言，该国目前拥有 9800 万移动用户，用户从功能手机转向智能手机的趋势迅速。虽然 2016 年智能手机普及率为 66.7%，但估计到 2018 年，几乎所有使用的手机都将是智能手机。此外，还有大约 4380 万互联网用户，拥有约 800 万宽带用户。2G 和 3G 服务，即 GSM、GPRS、EDGE、WCDMA 和 HSPA + 技术。长期演进（LTE）的 4G 服务也在强劲增长。2017 年 4 月，True Corp 邀请爱立信监督该国的首次 5G 试验。政府希望到 2020 年推出 5G 网络，到 2022 年推出商业网络。

在互联网方面，泰国互联网市场在过去几年一直处于增长之路。随着国际带宽的增加，对互联网和互联网相关服务的需求开始增加。网络规模、带宽使用和互联网用户数量不断增加。根据美国诊断公司 Ookla 的数据，泰国的宽带互联网平均速度在亚洲排名第 8，在全球排名第 53。Mukdahan 市拥有最快的互联网速度（32.19 mbps），其次是 Sattahip（31.3 mbps）和 HuaHin（25.4 mbps），曼谷排名第 17 位，大约 18.1 mbps。自 2007 年以来，泰国互联网用户数量不断增加：用户渗透率从 2007 年的 18.9%（11,800,000 个用户）跃升至 2017 年的 64%（43,473,732 个用户）。泰国电信市场正在快速变化。4G 已经推出，四大运营商——True Corporation、高级信息服务（AIS）、全面访问通信（DTAC）和 Jasmine，正在竞争频谱和客户。

在移动服务方面，泰国的移动市场高度饱和且成熟。预计到 2022 年增长非常缓慢，因为由于移动用户市场饱和和市场竞争激烈，市场将受到增长的限制。预付费订阅约占所有移动订阅的 85.5%。泰国通信管理局（CAT）和泰国电信组织（TOT）是泰国电信网络的主要参与者，CAT 提供国际电话，TOT 提供本地和长途电话。泰国有三家主要的私人移动运营商，即高级信息服务（AIS）、

DTAC 和 True Corporation (TRUE) [2] 目前市场份额分别为 46.00%、23.20% 和 30.80% [3]。



图 1-1 泰国有 5 家电信集团

泰国移动通信与各大媒体均由泰国国家广播和通信委员会 (National Broadcasting and Telecommunication Commission, 简称: NBTC) 部门管理 [4], 其权力和义务是为了协助国家和消费者进行维权以及频谱分拨。目前, 泰国移动运营商提供移动通信服务的业务基本包括后付费和预付费, 两类都要求消费者注册使用 Sim 卡的身份证明 (Identification), 都是为了维护消费者、国家的安全 (Nation Security) 和社会大局持续稳定。

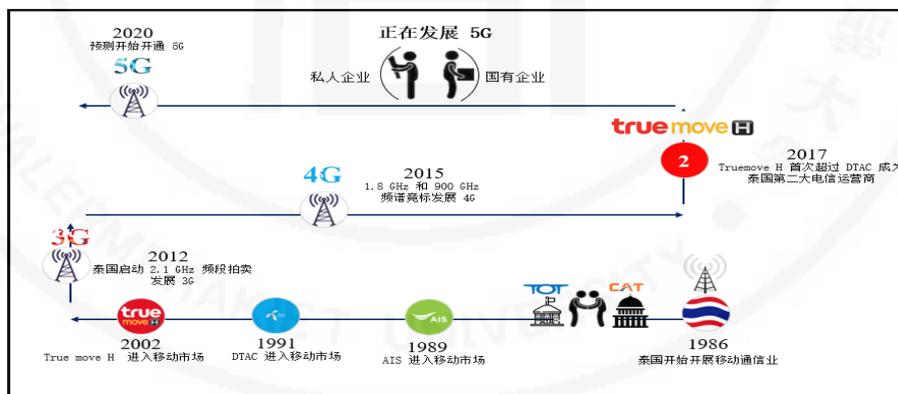


图 1-2 泰国移动市场发展的过程

[2] 丁培. (2019 年). 泰国电信业务概述 (上). 检索日期 2019 年 8 月 10 日, 从上海情报服务平台 <http://www.istis.sh.cn/list/list.aspx?id=11913>.

[3] สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์.(ไม่ปรากฏปี พิมพ์). สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2562,จาก <https://market.sec.or.th/public/idisc/th/FinancialReport/ALL-0000000208>.

[4] 泰国国家广播和通信委员会 (NBTC) 是泰国电信主管机关以及电信产品和电信网络的主管, 其属于政府部门性质, 具有行政处罚的权力, 在其国家具有相当的权威性。而 NBTC 认证, 也是代表产品合格的一个重要标准。

泰国电信服务起步较晚，在 1986 年泰国才开始开展移动通信业，由泰国电话组织（TOT 有限公司（大众））和泰国通讯局（CAT 电讯有限公司（公开））两个国有营业机构进行服务。在 1990 年，两个国营机构正式开放了私有运营许可合作制度，即：建设-移交-运营 BTO（Build-Transfer-Operate）的管理形式。该模式下，私有商业机构负责融资和建设，完工后将设施所有权移交给政府，随后政府再授予该私有商业机构经营该设施的长期许可。私有商业机构通过向用户收费，收回投资并获得收入共享（Revenue Shared）交回给政府，交回比例约为总收入的 20-40 %。当时私人商业机构得到的特许经营范围的第一家公司是 Advanced Info Service 有限公司（以下简称 AIS），使用 NMT 900 为典型的工作频率，及类比法（Analog）900 MHz 频段，后来变为 GSM 900 数字法（Digital）。在 1991 年增加了第二家公司是 Total Access Communications 有限公司（以下简称 TAC 或 DTAC），使用 AMPS 系统 900 MHz 频段为典型工作频率，及类比法（Analog）Band B，后来变为 GSM 1800 MHz 频段。开始期间移动通信市场竞争还不太大。而且消费者承受移动通信的服务费也很高，例如：Advanced Info Service 有限公司（AIS）的服务资费包括客户注册费 1,000 泰铢、移动通信号码的月租费一个月 500 泰铢这些费用还没包含语音通讯费，除此以外还有通话费包括国内之间的后付费套餐每分钟通话费约 3~12 泰铢，预付费每分钟的通话费约 5.5~12 泰铢。当时，市场发展缓慢，市场需求低且人均收入较低的情况下，绝对属于奢侈消费。因此，移动通信的普及率只有 3~5.83 %（100 人次算），收入低以及偏远地区的消费者还没有机会使用移动通信服务。

1998 年，Tawan Mobile Telecom Company Limited. 新移动运营商进入移动通信市场，但业务范围比较狭窄，只能在曼谷和周边区域服务并且建立有限的基站覆盖，同时当年泰国面临金融危机爆发，Tawan Mobile Telecom Company Limited. 也是一家受到很大影响的企业之一、其业务面临的财务问题状况一直亏本，所以在 2000 年香港的一家大型移动通信运营商记黄埔有限公司（Hutchison Whampoa Ltd.,）收购了泰国移动服务运营商（名称 Hutch）^[5]。但占移动市场份额率最大还是 Advanced Info Service 有限公司（AIS）与 Total Access Communications 有限公司（TAC 或 DTAC）。

泰国移动通信市场竞争激烈和价格下跌是下一个时代的重要特征，在 2002 年，泰国移动市场有了三家新运营正式进入市场。尤其是记黄埔有限公司

[5] ผู้จัดการออนไลน์(2548),M-Network ก้าวเข้าสู่ 3G ของ Hutch.สืบค้นเมื่อ 4 พฤษภาคม 2562,จาก <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9480000033887>

(Hutch) 收购了 Tawan Mobile 移动之后，在 2002 年才开始正式进行服务。另外，还有一家英国的大型电信服务商 (TA ORANGE Co., Ltd. 简称 TAO, 即真实移动)^[6]。TAO 公司作为移动运营商中的新起之秀，进入移动市场之后为了存量用户开始推出了资费低廉的策略，当时消费者若想使用移动服务，必须购买资费使用费较高的 Sim 卡以及包括本运营商的手机才能使用服务。TAO 公司取消这些条件，客户可以分别购买手机或者 Sim 卡，并且推出多样套餐。当时消费者还是使用通话为主，移动流量还没发展，所以其他的运营商为了存量本客户也相继加入了激烈的价格竞争。

AIS 在 2001 年是移动份额占比最大的公司，为 65.0 %；但 2002 年份额降至 59.3 %，Dtac 的市场份额也从 34.2 % 萎缩至 31.2 %。为了加强未来技术支持的能力，运营商开始进行增加 EDGE 或 GPRS 提升移动服务来满足用户的需求，从而导致移动通信市场规模快速增长。泰国的消费者渗透率也持续提升至 27 % (100 人次算) 同时 TAO 公司(真实移动)在移动通信市场当中，首次成为排名第三的运营商。

2005 年，泰国官方开始颁发许可证，开放电信市场经营业务，获得许可证的企业可以自由发展移动通信服务，并且在 2006 年官方的电信改革业务的股本条件下，允许外国投资能够将股本从 25 % 增加为 49 %。2012 年泰国的 2.1 GHz 商用电信频段成功拍卖，标志着泰国首度进入 3G 时代。泰国的移动通讯业务如火如荼的发展，推动了泰国电信行业的快速增长。3G, 4G 时代泰国移动市场的竞争将进一步升级。泰国三大运营商 AIS、TRUE、DTAC 都成功获得牌照之后，开始开展扩大信号与网络覆盖范围。

泰国排名第三大的运营商真实移动首次超过排名第二的运营商 DTAC。2015 年 AIS 在泰国占据 46.5 % 左右的市场份额，但在 2016 年降低至 45.6 %，真实移动相反同年的移动市场份额占比从 23 % 增长为 27.2 %。在 2012 期间源自 DTAC 调整升级网络系统遭遇 5 次网络中断事故，曼谷大城区以及其他几个省份的用户均无法使用语音和数据服务，导致 DTAC 占据 30.50 % 左右的市场份额同年下降至 27.2 %。由于上述因素，在 2017 年真实移动首次成功超过 DTAC 成为泰国第二大电信运营商。

随着 4G 技术市场已经趋于成熟移动面向 5G 的电信，当前泰国运营商已经准备开始 5G 试验网络，预测在 2020 才能真正推出 5G 网络服务应用。

[6] อ.โพธิ์จรณ์ ไชวานิชกิจ.(ไม่ปรากฏปี พิมพ์). มือถือไทย ... อดีต ปัจจุบัน กับพัฒนาการสู่อนาคต.สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2562, จาก 4 พฤษภาคม 2562 จาก <https://www.siamphone.com/news/aritcle/2004/00001.htm>

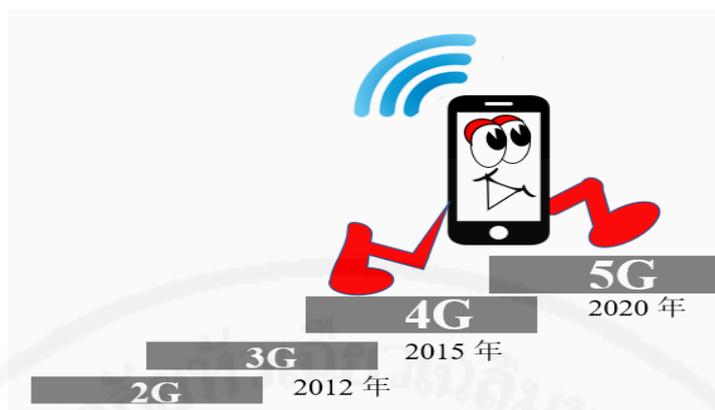


图 1-3 泰国 3G, 4G 移动网络技术发展的过程

泰国的方案政策有助于泰国的通信技术快速发展，在 2016 泰国的政府提出了新的发展模式 Thailand 4.0 战略，为了通过创新技术拉动泰国的各个经济方面如：食品与产业的范围、康复治疗技术、物联网与技术连接设备、电子银行和电子商务、创新技术模式包括旅游技术而提高服务质量等方面。

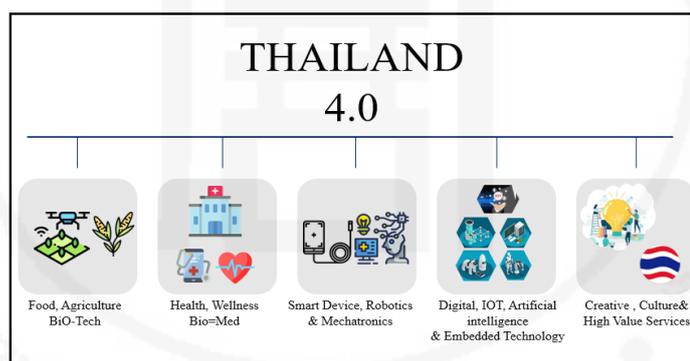


图 1-4 泰国 4.0 战略推动泰国的通信技术发展

二、泰国三大电信集团的发展概况

(一) AIS 电信集团

亿旺资讯有限公司 (Advanced Info Service, 简称 AIS) 是 Intouch Holdings 有限公司旗下一家公司, AIS 由他信·西那瓦创建于 1986 年。当初是一家销售家用及办公室电脑的公司, 1989 年取得泰国通信管理局 (CAT) 许可证及模拟 (Analog) 900 MHz 频段为典型的工作, 成为泰国最早的移动通信私人服务商。但于 2006 年 1 月 26 日被一家新加坡大型电信运营商淡马锡控股公司 (Temasek Holdings) 收购, 此后 AIS 由淡马锡控股公司管理而成为泰国实力最强的移动运营商。

AIS 是泰国排名第一的电信通讯企业，其不仅拥有最多的用户数量而且资本金也最高。根据 2018 年 AIS 公司的年度报告显示，其拥有约 4120 万移动用户数，占泰国移动市场份额约 43.85 %，业务范围包括移动通信、光缆宽带网络以及数字技术方面。



图 1-5 AIS 运营商的业务

1. AIS 的主要业务

AIS 公司创业初期将卫星电信通讯和电脑作为主要业务。在 1989 年开始进入移动通信市场业务，但在 1990 年才正式宣布作为泰国首家移动服务商开始了移动后付费服务，随后又在 1999 年才提供预付费服务称为 “One-2-Call”。近几年来，在 2015 年开始引入全新宽带网络光纤品牌 (AIS Fiber) 并于当年 4 月份正式宣布提供固定光缆网络，成为泰国家庭宽带服务商之一^[7]。

随着进入无现金社会时代，Advance 或 AIS 作为技术领先服务商，快速引入了电子支付业务。作为一家支付服务的供应商向自己的用户与普通民众客户提供更多替代方式来支付商品和服务。早期 AIS 推出了 mPay 移动钱包支付渠道，后来通过购入 LINE Pay 支付公司的股份，由 Rabbit Line Pay 进入这一领域，并通过 Line 社交软件用户的广大群体加速拓展电子支付。其提供的支付领域包括本公司的移动通信服务、宽带服务计费 and 电子钱包充钱 One-2-Call 预付费服务以及接受交付所的基础设施与其它服务商的计费等方面。此外，AIS 和新加坡电信 Singtel 合作将 Rabbit Line Pay 在新加坡实现了跨境扩展交付，这意味着泰国的 Rabbit Line Pay 用户到新加坡之后，仍然可以使用原来的钱包在新加坡各地支持 Rabbit Line Pay 的中小商户进行扫码支付。

[7] AIS.(ไม่ปรากฏปี พิมพ์). พัฒนาการที่สำคัญของเอไอเอส.สืบค้นเมื่อ 07 เมษายน 2562,จาก <http://advancth.listedcompany.com/milestone.html>

2019 年 AIS 开始和中国联通国际有限公司 (China Unicom) 合作, 达到了两个方面: 首先为了增加用户数量和加强双方的业务, 瞄准中泰两国往来的游客和普通用户。



图 1-6 泰国 AIS 移动运营商与中国联通 (China Unicom) 合作

其次 AIS 和中国联通 (China Unicom) 相辅相成地提高移动终端与设备如: 数据中心、云计算、物联网、旅游大数据、移动端游戏和支付网等相关领域, 更好地发展移动网络和提高固定宽带的覆盖范围, 满足快速增长的中泰人民和企业的综合信息服务需求。中国联通集团 (China Unicom) 是中国大型电信运营商之一, 其拥有约 3.15 亿的用户量, 在中国电信市场占比排名第二 (2018 数字), 公司的业务范围包括固定电话、固定宽带和移动通信等领域。

在 2006 年泰国官方开放电信企业自由发展移动通信服务之前, 由于 AIS 是进入移动运营商最早的企业, 一直在泰国移动通信业实力最强。真实移动运营商的服务范围只能在曼谷和周边区域提供服务。

2. AIS 的营销战略和策略

AIS 以家喻户晓的手机品牌来提升后付费的用户数量, 在 2010 年其开始进口黑莓手机 (Blackberry)、苹果手机及平板电脑 (iphone、ipad) 和三星手机 (Sumsung) 等, 推出多种套餐刺激消费者使用 3G, 4G 的智能手机, 并且做出大幅度的资费降价, 不仅手机价格而且用户还可以获得相关套餐的优惠。大部分的套餐为了吸引消费者注册后付费, 随着这个方案的实施, AIS 获得了不少存量的后付费用户。

2.1 市场细分 (Market Segmentation) 战略

AIS 根据相关各个层次的大众消费者有着不同年龄、不同教育、不同收入、不同人群或不同区域, 把客户细分, 推出精准营销套餐。例如: One2Call 预付费的套餐瞄准青少年 (Teen 或 Preteen) 用户以及在泰的外国劳动者如缅甸、柬埔寨、老挝劳工。此外, 按照消费者使用行为推出价格低廉的语音套餐。

One2Call 推出 Hello Asia Sim 卡，主要为中国、日本、韩国和亚洲等这些国家来泰旅游或在泰的企业员工提供服务。AIS 还提供 6 种语音的自助服务系统，使外国用户可以更便捷地询问套餐或使用方法。针对中泰游客套餐，泰国三大电信运营商都在中国淘宝网站推销手机卡与套餐，以及在曼谷素万那普机场和廊曼国际机场设立了专柜，增设了中文标识，让中国游客按提示购买手机卡。

由于微信 (WeChat) 是中国最普及的社会软件，在 2013 年 AIS 与微信 (WeChat) 软件合作推出微信套餐，使来泰国旅游的中国游客可以免费使用微信 (WeChat) 沟通。AIS 与中国联通 (China Unicom) 共同携手推出多样套餐，增加两国之间的顾客数量。例如：在 2018 年推出 SIM2Fly^[8]，这是针对泰国游客去 18 个亚洲国家旅游使用的 Sim 卡，这种 Sim 卡的特点是为了用户到中国旅游时仍然能自由使用被中国政府屏蔽的软件如 Facebook、LINE 和 Google 等这三个最受泰国民众喜欢的社交网络，同时提供最优惠的漫游资费给本运营商的用户在外国使用。

2.2 电信全融合套餐的策略 (Convergence)

随着此前 True Group 最早推出电信全融合套餐取得很大的成功，无论是企业收入还是用户量都有明显提升。因此，在 2015 年 AIS 进入电信宽带行业之后，也开始推出电信全融合套餐。AIS 的多样化产品：移动通信 (Mobile)、光缆宽带 (Broadband)、所容纳之物 (Content) 如 AIS Play box, 一起绑入组合方式提供满足用户的各种使用需求。

2.3 忠诚营销 (Loyalty Marketing) 策略

AIS 最早以忠诚营销执行促销业务，其在 2005 年开始推出 Serenade 方案按照用户使用的资费分为 Platinum 与 Gold 的用户提供优惠服务例如：在餐厅、旅游、停车位、机场提供特殊优惠。除此之外还有 AIS 特权 (Privileges)、AIS 积分 (Points) 用户可以从交付计费积累积分 (Points) 来兑换食品、饮料、电影票、流量、语音资费或得到购买本运营商手机的打折优惠。这种做法不仅可以提升客户的忠诚度，而且运营商还可以与客户接触，获取信息来分析消费者的行为。

3. 移动网络扩容工程方案

[8] ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง.(2561).AIS เปิดให้บริการ SIM2Fly ในประเทศจีน ใช้งานได้บน China Unicom และ China Mobile.สืบค้นเมื่อ 07เมษายน 2562,จาก <https://digitalmore.co/ais-sim2fly-in-china-on-china-unicom-and-china-mobile/>

早些时候，AIS 使用 900 MHz 和 1800 MHz 典型的工作频率，由于 AIS 是私人电信企业最早进入移动市场的运营商，所以 AIS 具有高、低频段优势信号覆盖广而且稳定性好，一直位居市场第一位。

AIS 运营商在偏远区域的不少用户还未使用智能手机，大部分的手机只能接受 2G 技术服务，不能支持其新的 2100 MHz 通讯频段 3G 部署。AIS 使用自己生产的手机品牌（house brand）推出了“老手机换新手机”的营销策略，即任何客户如有 2G 手机，可以用原来的手机兑换新的 3G 智能手机。



图 1-7 泰国 AIS 移动运营典型的工作频率

目前 AIS 有 900 MHz, 1800MHz 和 2100 MHz. 工作频谱，高、低频段还拥有 120 MHz 的频谱量，在泰国三大私人运营商当中频谱量最多。由于移动通信已经发展了 5G 的电信技术，其已经开始 5G 试验了，预测即将开始推行 5G 服务^[9]。

4. AIS 提供的对外语言服务

由于泰国是旅游国家而且也是外资投资最多的一个国家，随着信息数据时代移动网络终端覆盖了各个层次的人民大众，运营商必需提供多种语言，就是为了方便在泰的外国用户。



图 1-8 AIS 的语言服务

目前，AIS 提供 24 小时客户服务热线，在语言服务方面提供 6 种语言包括泰语、英语、汉语、日语、韩语和缅甸语等。顾客可以通过本运营商的热线电

[9] จำเนียร พรทวีทรัพย์.(2562).ADVANC เปิด AIS DigitALL Shop แห่งแรกที่เกิด ตอบโจทย์ลูกค้าดิจิทัล.สืบค้นเมื่อ 04 เมษายน 2562,จาก

<https://www.efinancethai.com/LastestNews/LatestNewsMain.aspx?release=y&ref=M&id=c2lKdytzTHJCYVE9>.

话或客户服务网站对移动网络通信和服务质量进行反馈并对业务提出意见、建议，询问业务服务、计费等问题以及投诉产品的问题等等……

(二) 真实有限公司 (True Corporation Public Company Limited. 简称 True 或 Truemove H)

1. 真实移动 (True Corporation) 电信集团发展概况

真实有限公司于 1990 年 11 月 13 号 成立，首次注册公司的名称为 Telecom Asia Corporation (简称 TA) 作为固定电话服务商。后来 True 或 True Group 扩展电信业务到宽带、移动通信、有线电视以及端到端的电信技术。该公司进入移动市场初期，其由正大集团 (CP Group) 与法国大型电信运营商 (France Telecom) 联合开发移动通信行业，将法国电信子公司 Orange SA 运营商的 Orange 移动品牌在泰国进行移动业务的正式运行。在 2002 年正式宣布在泰国作为移动服务商，品牌称为 TA Orange ，推出的业务范围有后付费和预付费两种类型。两年后由于法国电信运营商 (France Telecom) Orange SA 的母公司，在欧洲区域超标频谱遇到不利的影响，导致财务流动性出现问题。在 2004 年法国电信运营商 (France Telecom) 决定退出泰国移动市场。法国电信运营商 (France Telecom) 退出之后，True Group 决定更改公司名称从 Telecom Asia Corporation 为 True Corporation Public Company Limited (简称：True 或 True Group) 而且将 TA Orange 改名为 Truemove ，同时取消了租赁 Orange 品牌名称的资费。后来由于 True 运营商的频谱许可证很快到期结束，并且泰国广播及电信局委员会 (NBTC) 频谱竞标方案也没有任何进展。因此，True Group 必需寻找另外的方法保持维持其业务，其结果为在 2011 年决定收购 Hutchison Group (简称：Hutch) 电信运营商，然后将 Hutch 电信运营商的 850 MHz 频谱许可证发展 3G HSPA 技术，用新命名的公司名称品牌为真实移动来推广 3G (下文简称：真实移动)。



图 1-9 True Group 的业务

真实移动集团（True Group）是正大（CP）旗下的一家公司，正大集团（Charoen Pokphand Group 简称：CP）的业务范围大家非常熟悉的有便利店 7-ELEVEN，此外包括农产品、粮食、超市（Makro）、地产、金融、电子商务、物流、汽车涉及到电信行业是 True Corporation 公司电信服务商（Service Provider）等方面。目前，True Ggroup 的谢国民董事长将卸任董事长和首席执行官（CEO）的职务。其长子谢吉人接任董事长一职，三子谢荣人接任首席执行官（CEO）一职。由正大集团（CP）控股约 50.65 %、2018 年 3 月中国移动通信持有 18 % 的股份成为第二大股东。

2. 公司的业务情况与发展趋势

真实移动(True)是一家大型电信运营商和电信服务商。它的业务范围包括宽带(TrueOnline)、移动通信(Truemove 或 Truemove H)和有线电视(True visions)行业，以及端到端的电信服务商。Truemove 或 Truemove H(真实移动)在泰国移动市场排名第二，市场份额约为 31.8 % 其拥有 2920 万用户，但预付费用户约为 2160 万用户，剩余 760 万用户是后付费。

在 2008 年真实移动急于加快创新经营，努力打造高质量发展，开始与全球领先国际漫游电信服务商（Conexus Mobile Alliance）合作。开通国际漫游信息数字做出连接手机网络起点，加强连接全球移动服务。公司为黑莓手机（BlackBerry）提供移动电子邮件服务，通过黑莓手机 Push Mail 功能为客户提供在外面可以连接公司的电子邮件信息的服务。

由于缅甸开始开放外国投资者到缅甸投资，因此，泰国有不少的投资者也到缅甸国家扩展自己的业务，而且缅甸到泰国的劳工越来越多。所以在 2015 真实移动与缅甸 Ooredoo 运营商推出两国通话和网络的套餐，更加符合工作人员和企业者使用需求。在 2018 真实移动还跟日本 NTT DoCoMo、中国移动（香港）有限公司（China Mobile Hong Kong）运营商合作，开通 4G VoLTE

(Voice over the LTE network) 连接系统，借助 VoLTE 系统功能优势使顾客接通速度快，通话高清而且支持边上网边打电话，提升双方运营商的质量务，满足用户多方面的使用需求。

3. 公司的营销和市场竞争

真实移动是三大私营电信集团当中进入移动市场最晚的，自 2002 年正式宣布作为移动服务商之后。其使用各种各样方法来抢占移动市场份额的存量用户，给泰国移动市场带来了巨大的变化。通过价格策略抢占市场份额：初期真实移动（原称：TA Orange）刚创设移动市场时，为了获取用户量其推出各种倡议与便宜的套餐来打破市场。



图 1-10 电信全融合套餐 (Convergence) 套餐

真实移动采取市场细分 (Market Segmentation) 战略。真实移动认为市场细分是移动运营商的战略营销活动的基础，根据客户的要求不同，推出多种 Sim 卡和套餐服务。在营销策略方面，2004 年真实移动开始对游客营销推出 Welcome SIM 卡，让游客享受免费拨打旅游热线电话询问旅游知识，免费拨打泰国旅游警察电话报警。针对真实移动推出中泰游客的营销策略。2015 Truemove H 移动和中国移动 (China Mobile) 合作推出中泰 SIM 卡 (Thailand Greater China Number Service)。一张 SIM 卡有两个号码分别是泰国真实移动移动号码和中国移动号码，以方便赴中国或香港的泰国游客，或长期驻中国、香港人士不用开漫游仍可以用中国移动号码按本地价格接打电话。在 2018 年真实移动联合中国腾讯 (Tencent) 一家综合信息服务公司，推出“真实移动 WeChat Go SIM” SIM 卡，为中国游客来泰旅游不限流量使用微信 (WeChat) 软件，并且用户可以通过真实移动 4G 高清享受中国娱乐 (Lingcod TV) 服务。

忠诚营销 (loyalty) 也是真实移动的重要营销战略内容之一。真实移动在 2004 年开始发展忠诚顾客的策划，推出 All together Bonus 优惠活动方案是积

分体系活动，每月用户付费后累计积分奖励（Bonus）。后来推出“用户特权” Privilege True you (True black card 和 Red card) 用户可以通过积分（Point）兑换产品或服务，尤其是黑卡特权（True BlackCard）会员卡，给用户作为个人特助（Personal Assistant）免费赠送多种福利如下：

1. 礼宾服务（Concierge Service）：为会员的用户订餐厅、送花、送礼物、订机票包括酒店和租车接送、订旅游景点票、电影票、舞台票、比赛票以及高尔夫运动方面等。

2. 道路救援服务（Roadside Assistant）如果用户在路上发生故障不能继续行驶，如电瓶没电了、轮胎坏了或技术问题，可以通过特权（True BlackCard）会员服务卡拨打公司的热线电话即可派人来维修或免费拖车。这是一种会员制度营销提升用户忠诚度与会员体系的方法。

3. 急救电话：如果用户要出国，可以询问去外国的事情如大使馆位置、做签证、医疗救援的号码、医院位置、气候情况、翻译家以及外币兑换等方面。

忠诚策略不仅提升顾客满意度和价值，而且可以对客户使用积分行为来分析 and 细分顾客的要求，如顾客最想买什么产品、什么时候买、日常的生活吃用旅游是什么。公司获得这些资料作为公司的数据库，公司更了解用户的需求可以推出更好的产品和服务来满足适应用户消费行为的变化，有助于提升本运营商的竞争力。



图 1-11 True Group 的用户特权

4. 提供多国的语言服务

以前 True 提供两种服务语言：泰语和英语如客服人员、网站、短信等。后来增加了一些其他语言，如：日本、汉语、缅甸语等。其提供 24 小时客户服务热线和客户网站服务。顾客可以通它的服务热线电话对本运营商的产品如移动网络、宽带网络和有线电视服务质量的提升进行反馈或提出意见、建议，询问业务知识、网络和计费等问题。



图 1-12 真实移动提供的语言

除此之外，顾客可以通过即时通讯客服渠道与客服人员在线聊天或到本运营商遍布全国各地的营业厅进行询问以方便顾客沟通。

(三) 全资通讯 (Total Access Communication Public Company Limited 简称 DTAC)

1. 公司发展史

泰国全资通讯 (Total Access Communication Public Company Limited 简称; DTAC, 原称; TAC, 下文简称 DTAC) 于 1989 年成立。最初它是 United Communication Industry Public Company Limited (简称 UCOM) 旗下的一家公司, 由泰国 Benjarong 家族创业和管理业务, 但 1997 年泰国发生金融危机, 大小公司都受到很大的影响包括 UCOM Group, DTAC 的母公司。因此, UCOM Group 包括 DTAC 子公司也难以发展, 被挪威的挪威电信集团 (Telenor Group) 收购和管理一直到现在^[10]。

全资通讯 (DTAC) 刚进入移动市场时, 只是提供后付费服务。自挪威电信集团 (Telenor) 兼并之后, 才开始提供预付费称为 “Dprompt” 并且更改公司的商标和名称从 TAC 改为 DTAC。在 True Group 还没进入移动市场之前, DTAC 占移动市场份额约为 40% 排名第二 (仅次于 AIS)。目前, 全资通讯 (DTAC) 在泰国三家私营运营商中排名第三。AIS 第一, 真实移动第二为。



图 1-13 DTAC 运营商的业务

[10] สุปราณี คงนรินทร์สุข.(2534).ใครเป็นใครในตระกูล "เบญจรงค์กุล". สืบค้นเมื่อ 08 เมษายน 2562,จาก <http://info.gotomanager.com/news/details.aspx?id=6065>

2. 公司的业务情况与发展趋势

全资通讯(DTAC)的业务范围包括移动通信、无线网络(Wifi)以及移动终端设备自主手机品牌 (House brand)和全球家喻户晓的品牌手机。由于数字化业务到来 DTAC 作为移动服务商, 技术领域更容易扩展到相关电子行业。在 2008 年 DTAC 开始通过 Paysbuy 公司发展移动支付业务, 推出了首个线上支付服务, Paysbuy 是一家在线支付服务提供商, 提供的支付方式包括用卡支付、银行转账汇款、网点支付以及电子钱包预充值业务等。Paysbuy 属于全资通讯 (DTAC) 移动服务商。泰国三家私人电信运营商不仅在电信行业竞争而且在电子支付领域也激烈竞争。但在 2017 年 Paysbuy 是全资通讯 (DTAC) 旗下的支付提供商被泰国初创支付 Omise 公司收购, 以 Paysbuy 支付系统发展支付网关 (Payment Gateway) 成为在泰国的一家后起之秀的支付服务商。

3. 公司的业务营销和在市场的竞争力

3.1 Micro Segmentation 的策略: DTAC 是首个电信公司推出 Micro Segmentation 融合 Target Intelligence 的方法精准细分营销。以前, DTAC 一直保持市场份额在 29% - 31 %, 继续保持泰国三大私人移动运营商第二的位置。但 2016 年 3G 时代遭遇更为激烈的竞争, 被真实移动 (Trumove H) 运营商首次超过从而使 DTAC 降为排名第三, 当年的市场份额也降至 27.20 % 。

3.2 对游客进行营销的方案: 在 2017 - 2018 年 DTAC 推出针对游客的 Happy Tourist Sim 卡, 可以使用 8 天的无线网络。此外, DTAC 还针对中国游客进行促销, 除了在淘宝电子网站推销, 在春季和情人节的时候 DTAC 还针对在泰使用本运营商的用户推出享受最受中国游客欢迎的购物曼谷包 (Naraya) 优惠^[11]。在支付方面 DTAC 与开泰银行合作, 为中国游客提供支付服务, 在泰国素万那普和廊曼国际机场包括全国本运营商的营业厅, 可以通过支付宝 (Alipay) 和微信 (WeChat Pay) 支付 DTAC 的产品和服务, 以方便赴泰游客和长期驻泰的用户群^[12]。

3.3 移动网络扩容工程方案

[11] สยามรัฐ.(2561).“ชิมแฮปปี้ทัวร์สต์” จับมือ “นารายา” มอบส่วนลดเอาใจนักท่องเที่ยว.สืบค้นเมื่อ 08 เมษายน 2562 จาก ,<https://siamrath.co.th/n/38305>.

[12] memine.(2562).ตีแตกจับมือธนาคารกสิกรไทย อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวจีน เดิมเงินและชำระเงินออนไลน์ผ่าน ‘อาลีเพย์’และ ‘วีแชทเพย์’ ได้แล้ว.สืบค้นเมื่อ 08 เมษายน 2562, จาก <https://www.mxphone.com/dtac-partners-with-kasikornbank-to-offer-online-payment-via-alipay-and-wechat-pay/>

DTAC 刚进入移动市场时将 850 MHz ,1800 MHz 作为工作频谱。在 2011 年正式推出 3G 服务 HSPA 技术, 2014 年推出 4G。在 5G 方面,DTAC 计划联合泰国电话组织 (TOT 有限公司 (大众)) 和泰国通讯局 (CAT 电讯有限公司 (公开)) 两家国有电信运营商进行 5G 试验网络, 估计在 2019 年底能够开始提供服务。

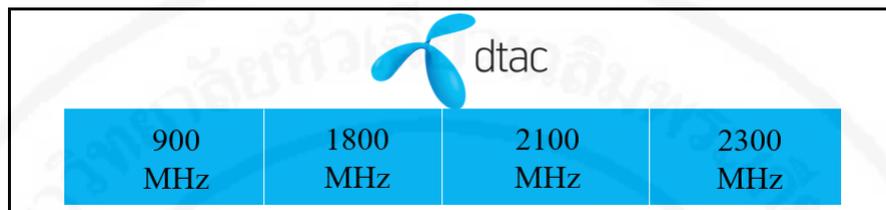


图 1-14 泰国 DTAC 移动运营典型的工作频率

3.4 提供外语服务

目前, DTAC 提供 24 小时客户服务热线, 在语言服务方面其提供 4 种语言包括泰语、英语、汉语、缅甸语等。顾客可以通过本运营商的热线电话或客户服务网站, 对移动通信和服务质量进行反馈或对业务提出意见、建议, 询问业务知识、网络和计费等问题以及投诉产品和服务的质量, 另外的渠道顾客也可以直接到本运营商的全国营业厅了解具体的套餐详情。



图 1-15 DTAC 提供的语言

三、泰国真实移动与中国移动的合作

真实移动刚进入移动市场时与法国大型电信运营商 (France Telecom) 合作设立了 Orange 品牌来运营。但法国电信运营商 (France Telecom) 从 True Corp 退出之后, 在泰国的三大电信运营商当中, 只有 True Corp 尚无外资背景。AIS 有新加坡电信公司参股, 挪威电信商 Telenor 则购入了 TAC 的绝大部分股票。一直以来 True Corp 的移动业务没有较高的利润就是因为缺少财务实力支撑, 正大集团 (Charoen Pokphand Group/CP) 是 True Corp 发展移动业务的最主要资本支持者。移动通信是一项成本昂贵, 在 3G、4G 和 5G 技术方面需要大量投资。为了保持本运营商的优势, 2015 年 True Corp 开始与中国移动国际控股有限公司 (China Mobile International Holdings Limited,

CMI) 合作。双方签订了股份认购协议，CMI 以 6.45 泰铢/股的价格认购 True Corp 非公开发行的股票，总交易价格约为 285.7 亿泰铢，约合 55 亿元人民币。交易完成后，中国移动国际控股持有 True Corp 扩大后股本的 18%，成为其第二大股东，仅次于正大集团。

中国移动国际控股有限公司 (China Mobile International Holdings Limited, 简称 CMI) 是中国移动有限公司 (China Mobile Limited) 旗下的一家公司。于 2010 年 12 月在香港特别行政区成立，其拥有约 90,000 万用户量 (2019 数据)，在中国移动市场排名第一。该合作 True Group 与 CMI 双方的电信运营商共同携手促进发展以下 5 个方面：

1. 强化 True 或 True Group 运营商的资金实力，在此合作有助于缩减了本运营商的债务，构建竞争能力。

2. 加快创新面向未来的科技演变，一直以来 True 或 True Group 注重创新技术，该协议有助于促进本运营商的移动技术、数字业务升级，以 CMI 发展 4G 和 5G 的经验来支持发展真实移动网络质量和覆盖范围，加速 4G 和 5G 部署的步伐。

3. 提供优惠的移动终端设备来扩大移动网络覆盖，协助真实移动发展自身手机品牌 (House brand) 如 True Smart 4G、True Smart 4G、True Beyond、True Smart Series、True Super。

4. 给中国移动 (CMI) 带来跨国发展的机遇，众所周知 CMI 是指跨国提供给跨国用户的端到端的服务，泰国是中国移动国际在东南亚提供此项服务的首个国家；同时 True 或 True Group 也是一家领先电信的运营商，拥有不少用户量、销售渠道广泛、品牌知名度很高，与 True Group 合作也是中国移动 (CMI) 开拓东南亚国家的一次机遇，有助于在泰国增加本运营商的新用户量。

5. 给真实移动带来跨国业务的新机遇，随着 True 或 True Group 提供多样化电信与电子服务如本运营商的电子支付 (Truemoney)，它也希望能够发展到其他国家使用。此外，在用户方面不仅是去外国的泰国游客包括入境到泰旅游的游客，都是真实移动集中促销可发展的新用户。双方合作能支持真实移动发展跨国业务。



图 1-16 真实移动和中国移动合作

在 2016 年 True Group 与中国移动国际（CMI）不断深化合作，设立“hi-H Program”计划。该计划是 CMI 于 2015 年发起，是为了使会员之间开发手机技术调研，分享移动工程设备、培养技术专家以及促进网络建设扩大移动覆盖范围。以此来加强创新技术的发展更增加未来业务机会，分享信息加强移动数字的质量而拓展国际漫游合作和促进物联网的发展等方面，有利于电信生态系统更良好的发展。

第二节 泰国真实移动电话卡营销情况

真实移动从进入移动市场到如今，它集中了新时代人们生活方式的本土运营商品牌。进入移动市场的第一年，真实移动就针对新时代青年设立 Young Growing dynamic 和 Innovative 模式进行营销，而且举行 Orange friend 项目来支持青年的活动。此外，当时各个层别的管理层包括公司人员都要穿上青年服饰而不是潇洒的西服。因此，在现场做活动或发布营销产品的首席执行官和公司人员都穿上了牛仔裤和 T 恤衫，也是为了迎合青年客户。

一、真实移动的业务服务和顾客类型

（一）公司的顾客基本类型

1. 企业类型（Corporate Segment）包含国营企业和私人企业，此类顾客真实移动按用户使用的方式和需求推出服务和套餐，如移动企业 sim 卡集团销售，一个套餐有 2 张卡以上，包含流量和通话并且同群的 Sim 卡之间可以免费通话等。



图 1-17 真实移动的移动业务(1)

2. 消费者类型 (Consumer Segment) 普通用户，使用上网通话等方面。



图 1-18 真实移动的电信业务(2)

(二) 真实移动(Truemove H)的业务服务

真实移动主要提供两种业务服务。一是预付费 Sim 卡 (Prepaid)。客户需要先向手机号码充值费用，然后再使用。在 Sim 卡内有一个主套餐，此套餐包括通话和流量费用，除了主套餐如果用户需要使用更多的方式，可以增值业务购买其他套餐一起使用。二是后付费 Sim 卡(Postpaid)。顾客注册了之后，可以先用然后再给账单付费。在 Sim 卡内有一个用户选择使用主套餐，除了主套餐客户也可以购买增值业套餐一起使用。真实移动通信国际长途通话或上网服务包括两种服务如下：

1. 国际长途电话服务，用户通过“006”+ 国际区号，是一种国际直拨长途电话 (International Direct Dialing: IDD) 不要通过接线员 (Operator) 直接拨打，不同国家、不同地区资费不同。此外，还有针对游客使用的 4G tourist Sim 卡，这种 Sim 卡有长途电话优惠，用户可以通过“00600” 国际区号拨打本运营商联合的国家，资费比“006”+国际区号更便宜。

2. 国际漫游服务 (International Roaming Services) 用户离开本国时，可以在其他的国家继续拨打或接听电话、发短信和上网。同时外国的手机号码如果入境来到泰国也可以通过 真实移动 移动使用国际漫游服务。

3. 服务内容包括非语音 (Non-voice) 如短消息 (SMS, MMS) , 移动应用 (Mobile Application) 如 视频软件 (True ID) 提供电影和电视频道, 电子钱包 (True money wallet) 提供电子支付等

4. 手机和移动设备服务商, 作为国际手机品牌 (Inter Brand) 的代销商如 苹果手机, 三星手机等, 自身手机 (House Brand) 如 True SMART 4G Series 等, 以及提供各种各样的物联网产品和服务。

二、市场营销情况和竞争力

(一) Trumove H 增加用户的数量与竞争的策略

1. 2G 时代竞争的情况和营销策略

真实移动通过打价格战进入移动市场, 但刚进入移动市场时候面临原来两家实力强大的移动运营商 AIS 和 DTAC 的竞争, 而且拓展移动信号基站扩容有限制, 不能覆盖所有的地区, 只能以曼谷和周边区域为主存量用户。在 2003 年 Truemove H 开始推出低价格的通话套餐如 5 个亲情号码免费打电话或通话费 5 折等。通过低价格套餐吸引大量用户, 使得当年增加了 488,762 的用户量 (36.6 %) 总量达到 180 万。后者在 2004 年至 2005 年不断推出低价格如通话费一分钟 1 泰铢或一分钟 0.50 泰铢, 这个价格在那个时候在竞争激烈的移动市场有着巨大的市场价值。在 2005 年 Trumove H 存量用户量就达到了 450 万而成为泰国第三大运营商。

2. 电信全融合套餐 (Convergence) 策略

在 2005 年 Truemove H 开始以 True Life Style Convergence 理念, 推广 “Truemove H” 业务品牌。在泰国三大私人运营商当中 Truemove H 是最早使用这个策略推出多档套餐的, 以便顾客有更多的选择, 更能满足用户的各种使用需求。到 2007 年用户量增加到 1210 万, 占泰国移动市场份额从 19 % 至 23.2 % , 有助于其移动用户规模持续增长。

3. 增加收入和推广 “True move H” 业务品牌的策略

True 或 True Group 兼并有限电视成功之后, 在 2005 年开始举行 “幻想学院” — “Academy Fantasia” 或者称为 “AF”, 这是一个最流行的歌唱比赛真人秀节目。由于那时候移动网络还没有像现在那样普及, 所以运营商的收入还是以通话费和非语音 (Non-voice) 如短信 (SMS, MMS) 为主。根据这个策略在 2007 年 Truemove H 的短信 (SMS) 收入占总收入的 3.12 % , 除此之外它还推出了 “True vision” Sim 卡和 “Touch” Sim 卡来针对这个节目进行投票, 有助于 Truemove H 用户量能快速增加。

4. 3G 时代竞争的情况和营销策略

在 3G 时代，运营商进入存量用户最激烈竞争的一个时代。不仅是新技术到来而且那时候政府机构也在进行移动号码携号转网(MNP)方案。因此，真实移动推出了多档套餐，如“真实移动 Galaxy”套餐，顾客可以买 Samsung Galaxy Tab 手机享受优惠并且后付费的资费还能打 5 折，以此来吸引顾客携号转网到真实移动。公司首次开通 3G 的优势进行促销来增加用户量，在 2011 年真实移动集团在泰国三大私人运营商当中最早推出 3G 服务，所以它将这个优势不遗余力地进行营销而且做出最大的努力，迅速拓展移动网络覆盖成为移动网络速度最快最广泛的服务商。



图 1-19 2011 年三大运营商正式提供移动号码携带

(二) 4G 时代和 5G 快到来时的竞争情况与营销策略

在 3G 时代真实移动通过努力，超过 Dtac 成为泰国第二大私人电信运营商。同时在 4G 和快到来的 5G 时代，泰国移动市场相对比较饱和，所以每个运营商的增速竞争将逐渐持平，从低价和大型营销获取用户的活动逐步向品质获客过渡。

1. 提升网络速度质量和拓展网络覆盖范围

在 4G 时代真实移动将网路速度，视频内容流畅播放，网路稳定性作为竞争项目。推出免费流量使用社交媒体软件套餐如 YouTube、Line、facebook 这些软件，以及对更高速度的需求推出无限流量 1 Mbps 或 4 Mbps 速度套餐进行营销。

2. 客户信息数据库建设

目前是信息时代，企业有更多的顾客资料就有更多的优势，所以信息是发展公司业务最重要的因素。由于现代企业不仅与同行竞争，而且还需要提高实力与其他的行业竞争例如：之前移动通信的收入从用户通话和短信而来为主，运营商只能跟运营商之间竞争市场份额。

三、真实移动的发展前景

真实移动联合私人企业与政府机构构建多档项目和服务，推广公司的品牌和谋划未来发展的前景例如：

1. True click life 的服务是创新教育课程模式，发展基础教育课程如计算、语音、音乐教学课程以及人工智能等方面，提高学生整体的能力从幼儿园培养到高中适应现代发展的方向。

2. True Plook Panya 项目是使用公司的技术、设备和人才以及支持资金发展教育课程。集中培养青少年如提供 True Group 的有线电视 (Truevisions) 给偏远的学校利用有线电视开展远程教育，给缺少机会的学生能够学到新的知识；联合高中学校提供辅导老师和 True Plook Panya App 提供学生特殊辅导和复习各门功课，尤其是要上高中和大学的这些学生，但该活动学生要通过本运营商的 Sim 卡注册，才能使用免费流量来 Plook Panya App 复习课本和参加活动。这也是为了使年轻人认知和感知到公司的品牌成为未来的用户。



图 1-20 真实移动对学生的方案

第三节 推销真实移动电话卡的营销策略

由于移动通信行业是国家的基础设施之一以国内用户服务为主，每个国家的商家都被政府监管下，而且提供的服务条件复杂，成本昂贵，跨国服务使得消费者的资费更高，只能在本国进行提供服务。因此，每个运营商集中国内的用户进行营销。但由于泰国是排在全球旅游前列的国家，并且外商来投资量比较高，使得有不少外国人与泰国人经常往来。根据近几年来中国国家经济速度发展成为世界上最具有发展潜力的经济大国之一，并且中国人口数量多。此外，中国与泰国都是亚洲国家，两国之间的区域距离不远，所以泰国则成为中国游客最受欢迎的旅游国家之一，以及中国的投资者也纷纷来泰国进行投资，使得中国人来到泰国数量越来越高。对于中国游客入境到泰国可以分为三类，第一类是来泰旅游，第二类是企业员工和第三类在泰留学生。真实移动是泰国大型私人运营商之一，抢占移动增量国内

外的用户的努力不能放松，其开始延展业务与中国用户进行营销，推出针对游客的套餐而提供便捷的渠道。除此以外，还推出了对泰国游客要到中国旅游的套餐更适合泰国游客在国外使用，为了就是更满足用户的需求。

一、真实移动对中国游客的营销的策略

真实移动通过中国移动运营商进行促销。在 2018 年真实移动与中国腾讯 (Tencent) 是中国最普及的微信 (WeChat) 媒体应用的服务商合作推出预付费的 “真实移动 WeChat Go SIM ” SIM 卡，为了中国游客到泰国旅游之后能无限流量上微信 (WeChat) 沟通, 包括免费打拨泰国国内、中国、香港和台湾这些地区 20 分钟以及可以通过真实移动 4G 网络享受上中国娱乐频道的 Lingcod TV 的便利条件。

在 2019 年真实移动和中国移动推出 CMLink 真实移动 Sim 卡。这种 Sim 卡针对在泰华人华侨，特色包括：用户可通过 CMLink 会员网站登记成为会员，以获得这一权益关联家乡号，登记后可免费把发送至中国移动国内号码的短信转接至 CMLink 泰国号码上；在泰国免费拨打中国移动国内号码 1000 分钟；具备多种短期、长期套餐，不限流量，达量减速；免流量上微信、微博、QQ；支持多种支付方式，包括微信支付、支付宝、银联等。

1. 推广公司的业务和品牌方式

真实移动以泰国正大集团 (CP) 母公司在中国市场推广本运营商的业务和品牌。众所周知正大集团 (CP) 在中国市场已经成熟，中国大部分的消费者对本公司的产品和品牌比较熟悉，虽然真实移动是泰国正大集团旗下的通信公司，但通信行业是国家设施的企业，因此业务范围以国内进行服务和营销为主。由于这些年来泰国的旅游业继续呈高增长，游客数量持续提升尤其是中国游客自 2014 年以来，数量开始速度增加成为入境泰国。



图 1-21 True Thailand Tourist Application 的内容

根据泰国旅游业统计显示在 2018 年有中国游客来泰旅游约 118 万人次。随着这种情况之下，中国用户必然成为真实移动拓展业务的目标，首先它以母公司正大集团(CP)的知名度在微信(Wechat official)、微博这些最受中国大众欢迎使用的社会媒体的 App 或网站将“泰国正大集团真实移动通信(大众)有限公司”名称推广真实移动的 Sim 卡促销，提供本运营商的业务知识、价格、网络套餐、连入 Wifi 方式以及建设的 True Thailand Tourist Application 畅通的渠道更便捷中国用户。



图 1-22 真实移动对中国用户营销的套餐

2. 对中国用户进行营销的情况

对于中国用户的营销真实移动将预付费的 Sim 卡为主进行促销，如 8 天使用时长的套餐或免费使用微信(Wechat)、QQ 等套餐。但如果驻泰的中国用户，一般与国内的用户同样的套餐使用。自 2014 年中国游客持续加大数量入境泰国旅游成为来泰国游客首次最高数量的时候，真实移动也开始通过微博网站推广本运营商的 Sim 卡和套餐，推广给用户知道购买的渠道和网络服务覆盖范围以及为游客提供旅游景点和饮食地点。

在 2016 年真实移动携手泰国汇商银行(SCB)推销真实移动 Sim 卡特权,本运营商的用户在素万那普、廊曼和普吉国际机场通过泰国汇商银行(SCB)外币兑换免费获得零钱包;真实移动与皇权免税(KING POWER)合作举行营销活动推出真实移动的游客卡用户特权。用户打拨 *878*6010# 的 USSD 信息获取皇权免税(KING POWER) 优惠券抽奖机会, 获取高达 1,000 泰铢优惠券,能在皇权免税(KING POWER)店购买产品。这些活动为了顾客更多认知本运营商的品牌。

在 2017 年联合泰国购物中心(Central Group)推出购物优惠活动,真实移动的游客卡用户在泰国 Central Plaza, Central Festival 以及 Central World

指定分店消费满 2,000 泰铢免费送 Harnn 礼盒一套（得价值 670 泰铢）；在圣诞节和元旦节提供真实移动游客卡特权，给用户升级移动流量从 2.5GB 为 3 GB。2018 年真实移动参加欢庆春节推出活动，提供使用真实移动游客卡的用户升级移动流量从 3 GB 为 6 GB（100 泰铢）。

3. 对中国用户销售渠道

真实移动在中国市场销售的渠道，其通过经销商在中国淘宝网站销售 Sim 卡。用户可以在国内买好带来泰国或到泰国国际机场如素万那普、廊曼、清迈、清莱和普吉这些泰国国际机场都有柜台提供服务。使用方式一般插卡就可以使用，不要去进行什么设置但有一部分安卓（Android）手机插卡可能不会自动识别网络，需设置 APN 才能正常使用。此外，真实移动联合泰国亚洲航空公司（Air Asia）合作，顾客可以在飞机上通过亚洲航空公司的工作人员购买本运营商的 Sim 卡，以到泰国就可以即可使用。真实移动还提供 True Thailand Tourist App 有两种语言是英语和汉语，为了顾客更了解它的业务、套餐、连入 Wifi 方法、热线电话、营业厅地点以及旅游和饮食方面。

综上所述，根据开泰研究中心的研究分析，2018 年泰国移动通信市场将比 2017 年放慢增长，主要原因是市场竞争激烈，并导致数据通信服务的每兆字节价格趋向持续下降。当前数据通信平均服务费为 0.16 泰铢/兆字节，比 2016 年的平均服务费降低 20%，造成作为过去两年推动移动通信市场增长主要动力的数据通讯服务费收入趋向放慢增长。同时，语音服务收入也持续萎缩，源于大部分消费者倾向于通过网络社交媒体进行沟通或交谈取代语音通话，成为从 2013 年的 3G 时代持续至 2016 年的 4G 时代的趋势。此外，运营商仍将面临成本管理方面的严峻挑战，尤其是办理营业执照和扩大 4G 网络覆盖的成本，同时还必须为 2018 年第二季度 900MHz 频段和 1800MHz 频段牌照招标做好准备。

考虑到日益激烈的市场竞争态势，开泰研究中心认为 2018 年泰国数据通信服务市场总值将达到约 1,866.6-1,904.9 亿泰铢，同比增长 14.7-17.1%，增幅比 2017 年 21.8% 的预估值有所放慢。同时，语音通信服务市场将持续萎缩，预计 2018 年其市场总值将为 672.7-690.9 亿泰铢，比 2017 年萎缩 13.3-15.6%，不过该缩幅仍低于 2017 年约 16.1% 的预估缩幅，因更多的预付费用户转向使用月租套餐，导致泰国移动通信市场总值趋向放缓增长。2018 年泰国移动通信市场总值将达到 2,539.3-2,595.8 亿泰铢，年同比增长 4.7-7.1%（中间值为 5.9%），主要来自于运营商的营销活动将促进月租用户数量增长，或刺激现

有月租用户在更大移动互联网流量的吸引下选择使用更高价位的套餐，以及泰国消费者通过智能手机在线观看网络视频带动宽带互联网使用量持续增长^[13]。

第二章真实移动的汉语服务和经营情况调查

第一节真实移动的汉语服务

真实移动最早提供两种语言服务，泰语和英语，后来又增加了日语服务。这是因为日本在泰国是投资大户，很多日本公司和人员，在加上有不少日本游客来泰旅游，使用日语的人数很多，日语在泰成为一个主要语言。随着中国的改革开放，经济发展飞速，中泰贸易的加强和不断扩大，很多中国公司来泰投资，大量中国游客来泰旅游，汉语的使用越来越多，也成为一个主要的商业用语。另外，缅甸有很多劳工来泰打工，也是手机服务的一个主要客户。目前真实移动在手机服务总共有五种语言：泰语、英语、日语、汉语和缅甸语。在汉语服务调查方面，本次调查的对象是真实移动的外语接线人员（Call Center），营业厅(True Shop)服务人员，机场营业柜台服务人员，以及负责对中国客户推销电话卡的营销人员。除了汉语服务人员外，调查的对象还包括真实移动的中文网站、短信和广告服务。

一、汉语服务人员的基本情况调查

1. 人数

表 2-1 真实移动汉语服务人员人数

部门	人数
1. 接线人员 (Call Center)	5
2. 营业厅 (True Shop) 服务人员 7 名 能使用汉语的人员	2
3. 机场营业柜台电话卡销售人员 (主要使用英语，只会简单汉语口语)	5
总人数	12

[13] 人民网国际. (2019). 中国移动国际 CMLink 移动通信服务登陆泰国. 搜查日期 2019 年 8 月 12 日, 从 http://www.sohu.com/a/304533575_630337

根据对真实移动的汉语服务人员情况调查，在公司为中国游客和在泰华人提供汉语服务人员共有 12 人。在外语的热线电话部门（Call Center）中汉语服务人员共有 5 人；在营业厅（True Shop）的汉语服务人员共有 7 人。但营业厅人员真正使用汉语为顾客服务的只有 2 个人，另外的 5 个人是在真实移动机场营业柜台，一般以英语为主与顾客沟通，由于中国游客增多使得这些服务人员，必需通过汉语与客户沟通，但也仅只会买卖电话卡和移动套餐等内容，其他内容不会说，既不会写中文，也听不懂中文。

2. 性别、学历和工作经验

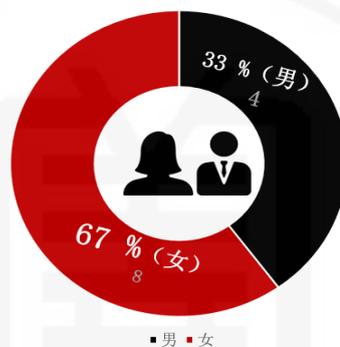


图 2-1 汉语服务人员的性别

根据对 12 个人汉语服务人员的问卷调查，女性 8 人，男性 4 人。教育程度大部分是本科毕业，有 11 人，占比为 92%。硕士 1 人，占 8%。

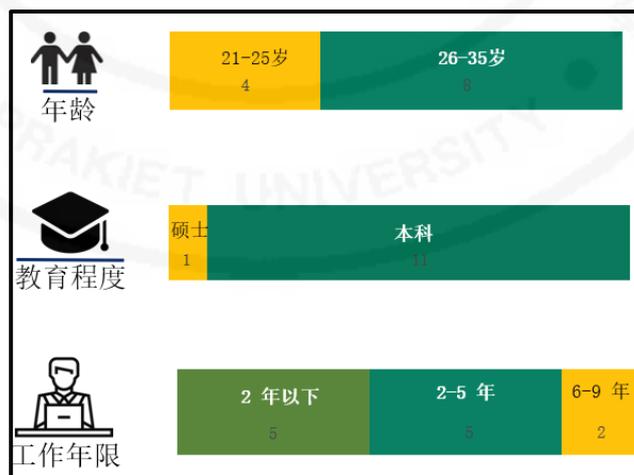


图 2-2 汉语服务人员的年龄、学历和工作经验

在年龄方面，汉语服务人员在 21-35 岁。工作年限大部分不超过 5 年。其中有 6 人工作年限不到一年，对公司的产品和服务情况了解不多，缺少经验。

本次调查了公司的三个地方的营业厅：清迈机场营业柜台、Maya 商场营业厅和 Central Rama 9 营业厅。营业厅的服务人员大部分是年轻人，有不少的人员是刚毕业的大学生。在管理上，公司要求营业厅的服务人员年轻、工作灵活，了解最新的科技，能向用户解释公司的服务和产品，展现公司的良好服务形象。

二、汉语水平情况

本论文就对真实移动公司的汉语服务员的中文情况进行了调查，包括学习中文的时间、大学的主修专业、学汉语的途径，以及汉语水平考试（HSK）情况。

1. 学习时间



图 2-3 汉语服务人员学习中文的时间

调查的 12 人汉语服务员结果显示，学中文时间少于 3 年的有 6 人占 50 %。从大学学习的专业来看，大学主修汉语专业的有 5 个人占 42 %。

2. 学习的专业

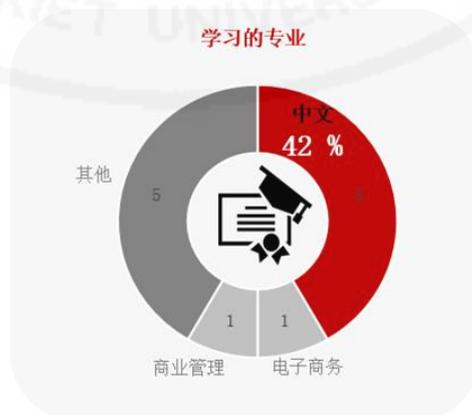


图 2-4 汉语服务人员的专业

在调查中学习商业管理专业的有 1 人，电子商务的 1 人，学习中文的有 5 人。在提高自己的中文水平上，有 1 人通过家教，有 1 人通过语言学校，有 5 人通过在工作中与中国客户交流。

3. 汉语水平考试 (HSK)

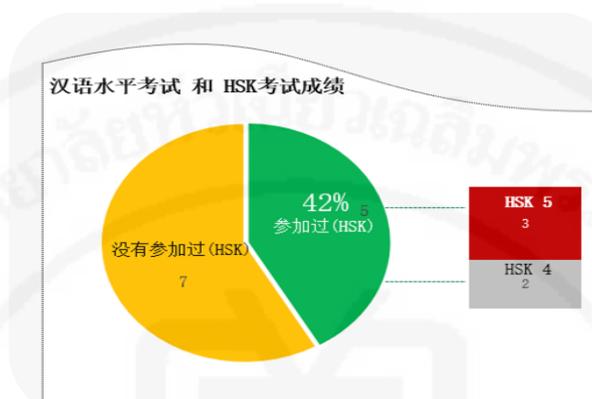


图 2-5 汉语服务人员的中文水平 (HSK)

在汉语水平考试方面有 5 人参加过汉语水平考试 (HSK)，其中有 3 人通过 HSK5 级。有 2 人通过 HSK4 级。有 4 人在热线电话 (Call Center) 部门工作，有 1 人在真实移动的营业厅工作。在调查中了解到，真实移动的汉语服务人员不足，虽然有些人参加过 HSK 考试，但实际上汉语水平比较好的只有 3 人，大部分的汉语服务员的汉语能力还不够好，难以满足顾客的要求。

4. 汉语使用情况

表 2-2 真实移动服务人员汉语使用情况

汉语能力是否能满足工作需要	数量	%
完全可以满足	3	25%
基本上可以满足	4	33%
其他, 请说明(Only for selling sim cards)	5	42%

通过问卷调查，汉语服务人员整体汉语能力不强。有 3 人在汉语使用上比较好，占 25%，有 4 人基本上可以满足需要。有 5 人只能应付电话卡的销售的简单汉语，听力上差，语言沟通能力也差。

表 2-3 服务人员听说读写使用情况

您认为需要加强哪方面的汉语技能	%
说（会话沟通能力）	33%
听	15%
写	13%
翻译	13%
读	13%
专业词汇（如IT，金融等方面）	11%
了解中国文化和风俗习惯	4%
Grand Total	100%

在听说读写方面，汉语服务人员认为最需要加强的是会话沟通能力，占 33%，加强听力的占 15%。在读、写和翻译上需要加强的占 13%。

表 2-4 汉语服务人员遇到的问题

使用汉语时，主要遇到哪方面的问题	%
听力能力（中国客户口音，听不懂）	38%
汉语沟通能力差	21%
不会写	15%
汉语词汇少	13%
其他，请说明（现在写不是很好因为毕业了很久 上班正常是沟通）	2%
Grand Total	100%

在汉语服务方面遇到的问题大小，依次上听力、沟通、写、词汇少等

三、汉语服务人员的工作情况

真实移动公司的汉语服务人员主要在三个部门：一是热线电话部门（Call Center），二是真实移动商店（True Shop）营业厅，三是营销部门（Marketing）。根据问卷调查结果，在热线电话部门的 5 名人员主要是为顾客提供必要的终端服务，包括为顾客咨询公司的服务和产品，帮助用户解决使用本公司服务时遇到的问题，以及售后服务方面等。

在汉语人员招聘上，公司没有让招聘者提供汉语水平考试（HSK）证书。人事部门的工作人员表示：公司没有要求服务人员要提供汉语水平考试（HSK）的成绩。但要通过汉语面试，测试求职者的汉语沟通能力，如果交流没有大问题，公司就可以录取。另外，如果求职者可以向公司提供汉语水平考试（HSK）的证书，被招聘后，公司会给这些人员发特殊津贴。

真实移动在泰国商店营业厅分为五个地区，分别在泰国的北部、中部、东部、东北部和南部地区。根据这五个地区的总经理介绍，在这五个营业厅中，中国游客常去北部清迈府的两家，分别是清迈机场柜台和清迈 Maya 商场营业厅。但是两家营业厅还没有提供汉语服务人员。直到 2019 年 9 月 Maya 商场的真实移动商店的营业厅招聘了一位汉语服务人员。目前这位汉语服务人员正在接受公司的培训，了解公司的产品和服务，还没有到营业厅工作。

真实移动在中部的曼谷营业厅只有一位汉语服务人员，地点在曼谷 Central Rama 9 商场营业厅。这位服务人员的工作时间还不到 6 个月。在东部，乌塔堡国际机场营业柜台，有一位汉语服务人员。在东北部和南部的营业厅，没有汉语服务人员。另外，在南部，最受中国游客欢迎的旅游地普吉岛，真实移动也没有汉语服务人员，只提供英语服务。

在中国经济发展的形势下，中国来泰投资、经商和办厂的人数不断增加，特别是中国游客来泰旅游人数众多，提供汉语服务成为泰国电信服务发展业务，开拓中国市场的重要方面。真实移动管理机构已经通知公司的人事部门，要求招聘汉语服务人员，以适应这些形势的发展。

从采访营业厅的 2 位经理了解到，清迈是一个深受中国游客欢迎泰国旅游的首选目的地之一，因此来营业厅的中国客户很多。中国客户来营业厅主要是询问手机服务的产品和服务情况，如购买 Sim 卡、网络套餐和充值电话卡等。真实移动的服务人员和中国客户的沟通比较简单，没有几句话。从采访中可知，来泰旅游的客户来自各国，服务人员主要用英语与客户沟通，较少使用汉语。因为会说汉语的服务人员只能为中国用户服务，但在旅游地区的营业厅，每天要接待不少各国的客户，因此服务人员使用英语沟通比较方便，服务的客户更多。会说英语的服务人员，可以服务更多的外国用户，对营业厅具有重要作用。

在采访中有的主管经理认为，公司不能提供汉语服务也不是很大的问题。如何遇到不会说英语的中国客户，服务人员可以通过手机的翻译软件 App 提供帮助汉语服务，虽然不是很方便，但还是可以达到服务目的。真实移动在机场柜台工作的人员，每天会遇到许多中国顾客，经常会使用汉语。这些服务人员大都主要只会说与 Sim 卡销售和套餐有关的内容，其它方面的汉语就不会说了。

在真实移动手机服务所有营业厅中，泰国曼谷 Central Rama 9 的营业厅是为中国游客服务最多的营业厅。因此这家营业厅提供会说汉语服务人员是非常必要的。来 Central Rama 9 营业厅的中国客户，大部分是在泰长期居住的客户，如中国留学生、不同单位和公司工作人员和商人等，所以服务范围比较广泛。在汉语使用上也不只是一些简单的有关手机套餐方面的用语，而是涉及到更多方面的汉语服务。

由于一些部门使用汉语沟通能力差，当顾客遇到一些问题，如：装修宽带的条件，使用宽带和计费等问题时，通过英语解释并不能解决。Central Rama 9 营业厅的经理说，这时公司就需要能用汉语沟通的服务人员进行详细说明。为此公司已经提供了一位汉语服务人员，帮助中国客户解决问题。目前，公司对中国客户采取的办法是如果中国客户懂英文，就用英文沟通，同时不懂英文的中国客户，公司就提供会说中文的服务人员。

在国际营销部门，之前公司是直接聘用中国籍职员，后来公司通过中国外包推销 Sim 卡的包装和套餐内容等，这些中国外包可以通过中国网站、微博、淘宝网站和微信 App 等，直接向中国客户进行宣传本公司的移动服务和品牌。

四、公司提供汉语服务人员的培训情况

通过对 12 个汉语服务人员的问卷调查，真实移动的汉语培训情况如下：

表 2-5 公司给服务人员培训汉语的情况

公司有没有汉语培训？	
有	没有
3	9
您希望公司在汉语服务上需要加强哪方面的工作？	%
需要公司免费提供教汉语课程	73%
需要增加使用汉语推广公司的品牌	9%
想给公司招聘更多会说中文的客服，因为越来越有多的客户来泰国旅游，因为每天都有客户，客服少，我觉得有点累。	9%
我希望True公司有更多汉语培训方面的工作是平时缺少训练和专业词汇（如IT，金融等方面）	9%

从表 2-5 中可知，在 12 个汉语服务人员中，只有三人参加了的汉语培训。有 73% 的人员认为公司应该免费提供汉语培训。有 9% 的人员认为，公司需要用汉语服务

来促销公司的品牌。通过问卷调查还了解到，目前公司汉语服务人员不足，缺少汉语培训，特别是在 IT 和金融等专业词汇方面的培训不足。汉语服务人在手机电信服务方面的专业知识少，汉语专业词汇少，不能满足中国客户的需要。

通过问卷调查可知，真实移动在汉语培训方面做得不好。有些汉语服务人员并不知道公司有提供汉语培训，造成有的人进行了汉语培训，有的人没有参加。另外，真对中国客户，公司还应该提供更多的汉语广告，宣传和促销公司的手机服务产品，加强对汉语服务人员的专业知识的培训和有关中文的专业词语。

第二节 真实移动的营销和汉语服务调查

通过对真实移动国际营销部门和中国市场经销商电话卡销售部门的采访，了解到了真实移动的经营情况：

一、对中国游客推销电话卡的情况

真实移动通过 3 个渠道对中国游客推销电话卡：一是通过在中国的经销商线下渠道（包括传统旅行社和导游）及线上渠道（包括淘宝网、途牛在内的各种电商平台及 OTA 平台）。二是通过微博平台、微信(Wechat official)和 TrueTH Tourist App 宣传产品。三是通过亚洲航空公司的柜台和在飞机上销售电话卡。



图 2-6 在微博宣传真实移动 Sim 卡



图 2-7 在淘宝推销真实移动 Sim 卡

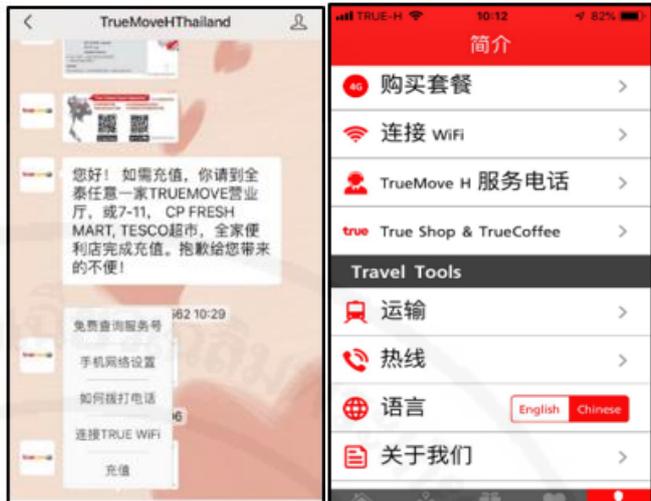


图 2-8 微信和 TrueTH Tourist App

二、采用多种方式营销

为了发展中国市场，向中国客户推销手机卡和套餐，真实移动提供了多种销售渠道。主要销售渠道是：1. 通过中国经销商（Dealer）在中国线下传统渠道。2. 中国经销商将线上销售，如淘宝网站等。为配合市场销售，公司聘用中国外包，直接向中国游客推销电话卡。这在语言上更能为中国客户提供良好的服务。根据负责中国市场出口 Sim 卡的经理的采访，目前真实移动在中国市场方面有 5 家经销商（Dealer）销售电话卡。本公司的工作人员与中国经销商（Dealer）联系沟通都通过国际通用英语，中国经销商（Dealer）都会英语两方交谈没有问题。

通过经销商（Dealer）公司推销真实移动的电话卡是真实移动营销的一个主要方式。在对中国一家经销商（Dealer）公司的采访中可知，这家经销商（Dealer）从 2015 年开始为真实移动在中国销售电话卡。销售渠道包括线下渠道和在线商店。线下渠道包括传统旅行社、导游及机场送机服务渠道。但线上渠道，包括淘宝网在内的众多 OTA 平台在销售中的占比越来越大。

三、公司网站服务和广告宣传

为了加强真实移动对手机产品的促销力度，公司利用汉语网站和广告宣传。根据本论文调查，真实移动的网站目前只提供泰文和英文的服务，还没有中文的服务。但在中国市场有微博平台使用汉语，可是与微博链接的网站是泰语的。此外，在泰国国内有一些真实移动 wifi 登录网址有提供汉语语言，其他的网站提供的语言大部分只有泰语和英语。在广告宣传情况方面，只有在机场的柜台和电话卡包装

使用汉语，另外在泰国国内还没有发现使用汉语推广。移动话费发票和自动短信方面涉及到自动短信推广、套餐内容和资费通知等方面只有泰语和英语。



图 2-9 真实移动 Wifi 登记平台



图 2-10 真实移动 True 在机场的营销厅



图 2-11 真实移动 True SIM 卡汉语服务广告

第三节 中国游客对真实移动电话卡服务满意度调查

一、中国游客购买电话卡的满意度

本论文的满意度调查包括两个方面：一是中国游客购买泰国移动电话卡的情况。调查人数 100 人。二是中国游客购买电话卡的满意情况，调查人数 50 人。调查结果和统计分析如下：

(一) 中国游客的基本情况

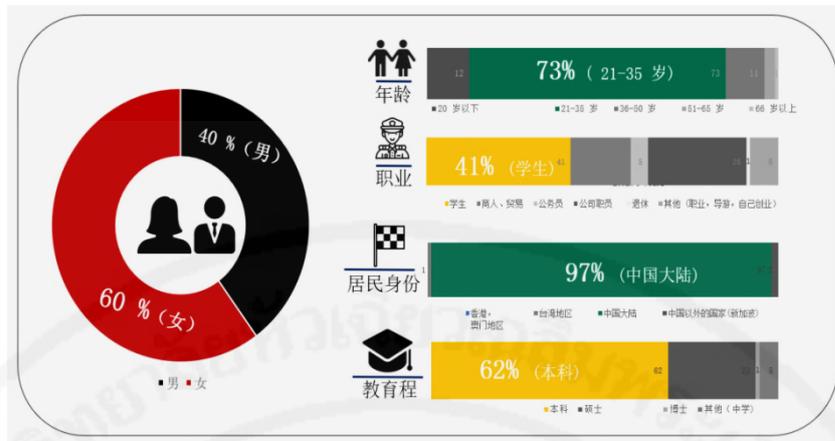


图 2-12 显示了本项调查的结果

1. 性别、年龄和身份；本次问卷调查 100 人。女性 60 人，男性 40 人。年龄在 21-35 岁，占 72%。在身份、职业方面，学生最多，占 41%。其次是经商者和职员、导游和退休人士。
2. 教育程度；本次调查的大部分人员的学历是本科，占 82%。其次硕士、博士，以及初中学历。
3. 受访者来源；本次调查的人员 87% 来自中国大陆。其次是中国台湾、香港地区的人士。也有来自新加坡国家等国的华人。

(二) 游客来泰国情况

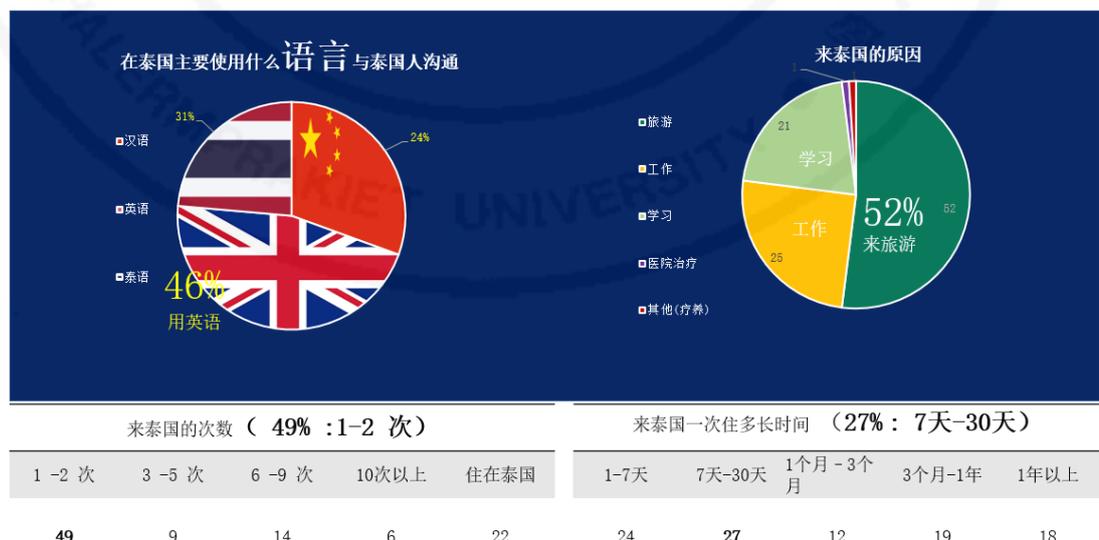


图 2-13 使用汉语沟通的游客入境泰国的情况

1. 来泰目的；根据调查，入境泰国的大多数人员以旅游目的为主，占 52%。其次是为了工作和学习。

2. 来泰次数；来泰国次数上，近一半的人员来泰 1-2 次，占 49%，其次常住泰国的人员，占 22%。

3. 来泰国的时间；游客住在泰国期间多数为 7-30 天，占 27%。其次是逗留 1-7 天。

4. 使用沟通的语言；在使用语言沟通方面，多数以英语为主，占 48%。其次是使用汉语和泰语沟通。根据该调查数据显示，可知有一些泰国人会讲汉语，而有些中国游客也会讲一点泰语。据了解，会讲泰语的这些游客是在泰国长期居住的中国籍工作人员和在泰留学的中国籍学生。

(三) 游客在泰使用移动网络情况

本次调查了中国游客在泰是购买当地的 sim 卡，还是开通中国的手机国际漫游的情况。

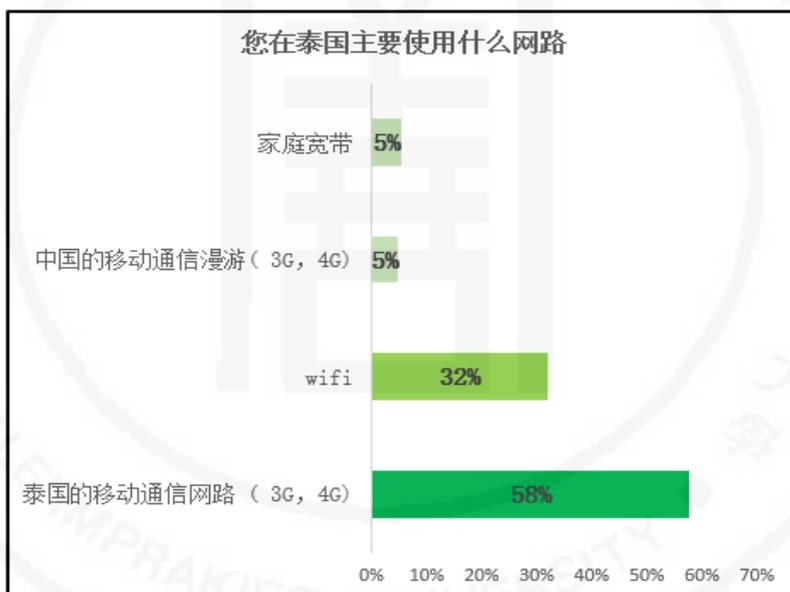


图 2-14 使用汉语沟通的游客在泰使用移动网络的情况

调查发现 58% 的游客使用泰国本地的移动电话卡，其次有 32% 用 Wifi。只有 5% 通过原号码开通国际漫游使用网络。游客选择使用在泰运营商的电话卡方面，使用真实移动电话卡数量最多，占 36%，其次是 DTAC 和 AIS 的电话卡。该调查数据与本论文通过真实移动公司的国际营销总经理访问资料基本相同。他表示对于泰国的电信运营商在中国市场营销，三大私人通信公司当中真实移动的市场份额数量最高。

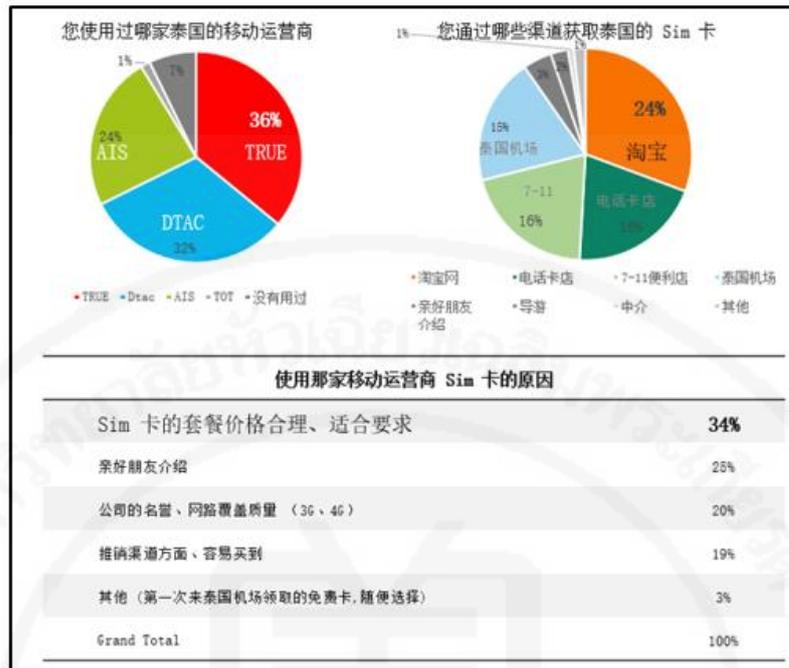


图 2-15 中国客户使用真实移动 SIM 卡情况

在泰国三大手机服务运营商中，AIS 运营商在泰的用户最多。但在中国市场的份额中排名第二。通过对真实移动国际营销总经理采访中获知，AIS 运营商在泰国促销手机服务比较广泛，进入移动市场最早，受到泰国消费者的欢迎。但针对发展中国市场，Dtac 进入中国市场最早，Happy 的品牌知名度最高；AIS 于 2019 年在中国市场发力，在很多电商平台上建立了 AIS 品牌旗舰店，并定期更新官方微信公众号，发布相关信息。真实移动积极促销本公司的手机服务产品，抢占了不少市场，并且与中国移动运营商合作，建立了战略关系，获取了跨国的用户。在中国经销商表示，前两年消费者不太关注品牌，比较注重选择适合自己的套餐或服务，但从 2019 年以来，泰国运营商在中国品牌竞争激烈，越来越多的客户会先选择品牌知名度高，产品口碑好的商品。

在泰国手机市场的竞争中，哪家运营商能提供价格合理、渠道便捷、套餐的流量合适客户的需要，就会受到消费者的欢迎。在游客购买电话卡的渠道方面，消费者最多是通过淘宝，占 24%。其次是通过电话卡店、7-11 便利店和商家在泰国机场的营销店。消费者是否购买 Sim 卡的套餐，主要是看价格是否合理，符合消费者的价位。其次是通过朋友的介绍，因为使用过泰国手机服务的朋友，对哪家运营商的服务比较好已经有了体验。再有就是通过线上网友对在使用当地手机服务的网评，这些也是值得参考的信息。

二、中国游客购买真实移动电话卡的满意情况

1. 认知电话卡的渠道情况

真实移动营销的一个重点是促销公司的电话卡。这项调查的是中国游客从哪些渠道知道真实移动的电话卡。本次调查了 50 名中国游客。表 2-7 反映了中国游客主要从哪些渠道知道真实移动促销的电话卡服务。

表 2-6 中国游客购买 真实移动 电话卡情况

您通过以下哪些渠道认知泰国的 Truemove H 移动通信						
Truemove H 实体店	互联网	朋友介绍	宣传单	电视媒体	其他 (7-11便利店)	
34%	24%	20%	11%	9%	1%	
您通过以下哪些渠道购买泰国 Truemove H 移动电话卡						
7-11便利店	Truemove H 实体店	亲朋好友转卖	机场	网络 (电商平台)	旅行社提供	其他, 请说明(办 Wi-Fi 送的)
31%	24%	3%	21%	18%	1%	1%

从调查表中可知，中国游客主要是从实体店认知真实移动的电话卡，占 34%，其它的渠道依次是网站和亲朋好友的介绍。这项调查显示实体店多是游客了解电话卡的主要渠道。真实移动为了更好地促销电话卡，应该加强实体店的展示和广告宣传。除了实体店外，中国游客认知电话卡的渠道依次是：互联网、朋友介绍、宣传单、电视媒体和 7-11 便利店等。在购买真实移动的 Sim 渠道渠道方面，中国游客大多是通过 7-11 便利店，以下依次是：真实移动的实体店、朋友转卖、机场销售点、网上平台和旅行社等。

2. 对购买电话卡的满意情况

从表 2-7 中的调查结果可知，中国游客对泰国移动电话卡服务总体上是比较满意的，占 54%。认为服务一般的占 32%，表示很满意的占 14%。

表 2-7 使用 Sim 卡服务的总体满意情况

中国游客购买真实移动 SIM 卡的总体满意情况				
很满意	比较满意	一般	不太满意	很不满意
14%	54%	32%	0%	0%

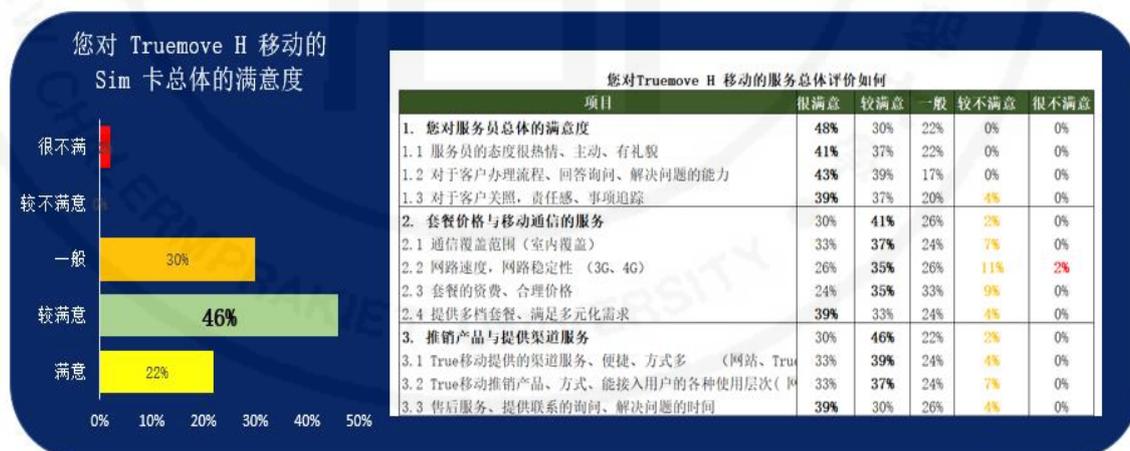
在电话卡服务方面，中国游客最多考虑的是移动套餐的价格，占受访者的 26%，其次是移动套餐的内容与条件，购买时语言的沟通问题，不知道购买的渠道和如何使用等方面。

表 2-8 使用 SIM 卡网络服务担心的问题

如果您要在泰国使用移动 Sim 卡网络服务，最担心哪个方面的问题	
移动套餐的价格资费	26%
移动套餐的内容与条件	24%
担心语言沟通问题	24%
不知道移动运营商的渠道服务 (Call Center、Shop、网站)	15%
使用的方法、不知道如何操作	10%
其他 (慢)	1%

3. 对电信服务的总体满意情况

表 2-9 中国用户对真实移动电话卡总体满意情况



本论文对真实移动服务多个方面进行了一个总体调查，了解中国游客对真实移动电信服务的总体满意情况（见表 2-9）。调查涉及三个方面：

3.1 对服务员的总体满意度；包括服务人员的态度热情、礼貌，对客户解决问题能力，对客户关照、责任感、事项追踪。总体满意度是：很满意。

3.2 对套餐价格与移动通信服务的满意度；包括通信覆盖范围、网络稳定性、套餐资费合理。总体满意度是：比较满意。其中在提供多档套餐方面的满意度是：很满意。

3.3 对推销产品与服务渠道的满意度；包括真实移动的实体店、网站和推销产品方式。总体满意度是：比较满意。其中但在售后付服务、提供联系的询问方面的满意度是：很满意。

三、对真实移动汉语服务的满意情况调查

1. 是否有汉语服务

针对真实移动的汉语服务情况，本次调查了 50 名中国游客。问卷调查结果显示，认为有提供汉语服务的，占 54%。认为没有汉语服务的占 38%。表示不知道，没有说明的占 8%。在真实移动提供了哪些汉语服务的调查中，认为有汉语服务的中国游客表示 在 Sim 卡促销上有汉语服务，占 32%。认为电话卡广告和销售占有汉语服务的各占 22%，电话语音占 20%，网站占 16%，短信占 14%。

表 2-10 中国用户对真实移动提供汉语服务的情况

Truemove H 移动是否提供了汉语服务？					
有	没有	没用过			
54%	38%	8%			
Truemove H 移动提供了哪些汉语服务？					
电话卡使用说明	电话卡广告	销售站有汉语服务人员	电话语音	网站	短信
32%	22%	22%	20%	16%	14%

2. 对汉语服务的总体满意度

表 2-11 中国用户对真实移动汉语服务总体满意度

项目	非常好	比较好	一般	较不好	非常不好	没用过
Truemove H 提供汉语服务方面的总体情况（汉语布告栏、短信、网站等信息传输渠道）	12%	26%	44%	10%	0%	8%
您认为 Truemove H 的职员汉语总体水平如何	8%	26%	48%	8%	2%	8%
听力能力以及基本的沟通理解方面能否满足客户需求	8%	34%	42%	8%	0%	8%
对职员的汉语信息表达方面、翻译准确性方面如何评价	8%	34%	42%	8%	2%	8%
汉语服务人员在移动通信服务方面的知识储备与技术专业词汇如何	14%	28%	46%	4%	0%	8%

您认为 Truemove H 需要在哪些方面提高职员的汉语水平

写	听	翻译	说	读
4%	22%	9%	50%	15%

表 2-12 显示了中国游客对真实移动汉语服务的总体满意度的情况。调查内容包括：

2.1 在汉语布告栏、短信和网站方面：调查结果表明：认为一般的，占 44%，比较好的占 26%，非常好的占 12%。

2.2 有关对真实移动汉语服务的总体满意度：调查结果表明：认为一般的，占 48%。比较好的占 26%，非常好的占 8%，比较不好的占 8%，非常不好的占 2%。没有说明的占 8%。

2.3 在听力和沟通方面：认为一般的占 42%，比较好的占 34%，非常好的和比较不好的都占 8%，没有说明的占 8%。

2.4 在汉语表达和翻译准确方面：认为一般的占 42%，比较好的占 34%，认为非常好，比较不好与没有说明的，各占 8%。认为非常不好的占 2%。

2.5 在汉语专业词汇和电信知识方面：认为一般的占 46%，比较好的占 28%，非常好的占 14%，比较不好的占 4%，没有说明的占 8%。在对真实移动的汉语服务人员应该在哪些方面提高过汉语水平，受访者认为最需要提高的是汉语会话能力，占 50%，其它依次是听力占 22%，阅读能力占 15%，翻译能力占 9%，最后是写作的能力，占 4%。

四、增加汉语服务渠道

本次研究调查了真实移动需要哪方面加强汉语服务和提供汉语服务渠道调查结果显示（见表2-12）：

表 2-12 中国用户需要真实移动 提供汉语服务渠道的方面

您认为Truemove H 需要在哪些方面提高汉语服务（短信、网站）			
汉语服务人员的沟通能力	汉语短信服务	加强True移动公司的中文网站服务	扩大汉语服务信息和渠道
30%	26%	22%	22%
您认为Truemove H 移动应该增加、改善哪些服务？			
信号强度	19%		
网速	17%		
服务人员	14%		
电信覆盖面积	12%		
账单	11%		
降低电信价格	9%		
网站	6%		
推销内容、品牌	5%		
App	4%		
短信	2%		

在被调查的 50 名人员中有 30% 认为最需要提高汉语能力。其它依次是 26% 认为需要提供汉语短信服务，如套餐内容、套餐资费和公司推广的信息等。有 22% 的受访者认为需要在电信覆盖、网络速度、账单和网站方面加强服务。有 22% 的受访者认为最需要扩大汉语服务的渠道。

在对真实移动应该在电信方面需要进行哪些改善上，有 19% 的人认为需要加强手机的信号强度。17% 的人认为需要加强网速，14% 的人认为应该扩大电信的覆盖面积，11% 的人认为应该减少账单费用，9% 的认为应该降低电信价格。在加强网站服务，推销品牌，提供 App 和短信服务方面的占比，分别是 6%，5%，4% 和 2%。



第三章 对调查结果的评估和解决问题的建议

第一节 真实移动的营销策略和汉语服务分析

根据文献收集，问卷调查和访谈掌握的资料和分析数据，我们可以通过 SWOT 分析对真实移动的营销策略和汉语服务进行 SWOT 分析，分析研究真实移动的市场优势、劣势、机会和挑战。

表 3-1 真实移动营销策略和汉语服务的 SWOT 分析

内容	优势分析 (STRENGTH)	劣势分析 (WEAKNESS)	机会分析 (OPPORTUNITY)	挑战分析 (THREAT)
市场营销情况	<ul style="list-style-type: none"> -为客户提供电信全融合套餐 -给客户优惠和特权 -提供优惠的通讯服务费用 	<ul style="list-style-type: none"> -广告宣传方面不够好，使得有些客户不知道公司的产品和服务。 	<ul style="list-style-type: none"> -提供廉价和优质的服务，吸引更多的顾客 -中国游客来泰，扩大了手机 Sim 卡服务和销售。 	<ul style="list-style-type: none"> -泰国移动市场营销竞争激烈， -竞争引入导致产品价格的降低，导致运营利润减少。
销售渠道	<ul style="list-style-type: none"> -销售渠道多如网站、直销、电话营销、TrueShop 营业厅、手机零售店代理商 7-11 便利店等。 	<ul style="list-style-type: none"> -泰国各大手机服务商竞争非常激烈，如果服务不好，没有开发有效的售渠道，就会失去客户。 	<ul style="list-style-type: none"> -通过线上线下的服务，可以扩大销售渠道。 -在各大商场和旅游景点设销售点。 	<ul style="list-style-type: none"> -销售渠道充满竞争要求公司能够提供优质快捷的服务。
移动市场情况	<ul style="list-style-type: none"> -竞争的实力强 -与中国移动通信合作，能够发展跨国业务，开展对中泰两国消费者的营销。 	<ul style="list-style-type: none"> -由于财务实力弱，电信行业成本昂贵，影响了竞争力。 	<ul style="list-style-type: none"> -政府推出 Thailand4.0 战略。 -5G 网络的发展 -开拓中国市场的机会 	<ul style="list-style-type: none"> -泰国网络市场饱和的威胁 -顾客使用和购买行的变化
电信技术革新	<ul style="list-style-type: none"> -真实集团与中国移动达成数据中心战略合作伙伴，分享信息及加强移动数字的质量。 -Truemoney 支付 	<ul style="list-style-type: none"> -技术革新实力弱，主要依靠国外的科技产品。 	<ul style="list-style-type: none"> -4G 的普及和 5G 的发展，5G 市场潜力巨大。 -招聘相关的技术人员。 -购买新的通讯产品。 	<ul style="list-style-type: none"> -各大手机运营商购新科技，增加了手机服务的竞争。
金实力	<ul style="list-style-type: none"> -虽然公司在资金方面实力不强，但可促进公司进行改革，发现问题，提供高服务质量，劣势变成优势。 	<ul style="list-style-type: none"> -资金实力不够强影响来的发展。销售服务不到位，影响市场销售。 	<ul style="list-style-type: none"> -在提供优质、优惠的服务下，吸引更多的客户。 	<ul style="list-style-type: none"> -移动业务高成本。面对各大运营商的竞争。
供汉语服务方面	<ul style="list-style-type: none"> -为了适应中国游客的需要，公司开始提供了一些中文服务，方便中国游客购买公司的服务。 	<ul style="list-style-type: none"> -提供汉语汉语方面不足，服务人员少。 -很少使用汉语媒体宣传，大部分以泰语和英语为主宣传。 	<ul style="list-style-type: none"> -提高公司的汉语服务质量可以吸引中国游客，方便中国游客购买公司的产品。 	<ul style="list-style-type: none"> -为了吸引中国顾客各大手机运行商都在不同程度上提供中文服务。

一、优势分析（STRENGTH）

1. 真实移动市场营销方案的优势

真实移动运营商具体良好的电信产品和服务团队。根据泰国电信市场，真实移动推出了多种电话卡和网络套餐，薄利多销，满足用户的各种使用需求。此外，真实移动还提供优质的客户体验，即客户使用真实移动的电话卡，可以免费使用泰国各地的无线 wifi。此外，真实移动针对中国游客提供一些优惠和特权，如在曼谷购物和打车的特权和优惠。最受中国的旅行者欢迎的是 TrueMoveH & Grab 优惠。对于许多客户来说，在国外旅游时，最担心的一个方面就是不认识路，行程计费是旅行者遇到的最常见的问题。但使用 Grab，坐车之前顾客就知道乘车的资费。

2. 销售渠道策略优势

真实移动许多销售渠道，线上和线下如网站、直销、电话营销、Truehop 营业厅、手机零售店代理商等。由于本公司有正大集团（CP Group）母公司，提供强有力的支持。在泰国国内全部的正大集团旗下的 7-11 便利店，24 小时营业，且都有销售真实移动电话卡而可以为顾客提供交费服务。在中国国内真实移动通过 5 家中国中介在线上 and 线下推销本公司的电话卡，甚至亚洲航空公司的飞机上和泰国各地的国际机场营业柜台都有销售点，使消费者有更多的选择方便购买电话卡使用。

3. 市场竞争力优势

真实移动在移动技术市场竞争不断增强。真实移动是最后进军移动通信市场的服务商，但能够超过 Dtac 成为在泰国排名第二的移动服务商。除此之外，真实集团（True Group）与中国移动通信（China Mobile）合作，发展跨国业务，开展对中泰两国消费者的营销。在泰国私人三大电信运营商当中，真实移动成为占领中国市场份额比例最大的服务商。在移动市场当中是具有竞争力的运营商之一。真实移动加强企业管理系统，使其更加有效地进行营销，进行客户信息数据库建设，掌握消费者行为的变化。

4. 电信技术革新优势

企业在发展过程当中，客户数据对企业非常重要。供应商必需将顾客的日常生活方面、客户的要求、行为等信息数据采集并监测分析，以便推出更好的产品和服务，吸引消费者。真实移动不断创新技术和开发系统，努力通过创新技术的系统模式。例如：用客户关系管理（CRM）系统帮助随时更新客户信息，掌握客户与公司的每次互动，管理客户关系，提升客户价值。真实移动还有采用积分系统 TrueCard（BlackCard & RedCard）和 Truemoney 支付系统，以此提供优惠和服务，并分析客户购物、旅游、娱乐的倾向等，然后建立客户数据库。与此同时，真

实集团 (True Group) 与中国移动 (China mobile) 达成数据中心战略合作伙伴的深化合作关系, 分享信息及加强移动数字的质量, 努力打造高质量发展的新优势, 为长远发展奠定坚实基础。

5. 真实移动和中国移动 (China mobile) 合作的优势

随着真实移动通信运营商与中国移动 (China mobile) 的合作, 加强了真实移动技术, 打开了中国市场。真实移动在手机产品营销和汉语服务方面与中方人员合作, 在中国市场进行推销。中方人员或中国的中介代理商了解中国移动市场, 有助于真实移动公司推出更符合中国游客需求的手机产品和服务。

二、劣势分析 (WEAKNESS)

1. 市场营销方面的劣势

虽然真实移动有很多手机产品和服务, 但公司所进行的营销推广不够好。真实移动虽然推出了产品和服务以及客户优惠, 但营销推广的力度不够, 使得有些客户不知道这些信息, 没有使用如积分优惠。而且客户得到积分后不知道怎么用或者怎么兑换, 没有看到其价值, 使得反赠的积分使用数量不理想。另外, 与排名第一的亿旺通讯 (AIS) 相比, 真实移动在广告宣传方面差距比较大。与 AIS 比, 不如 AIS 有比较丰富的方式。AIS 宣传遍布了全国各地的城市及偏远区域, 这些都是真实移动需要加强的。

2. 资金实力的劣势

真实移动 在泰国私人三大运营商当中是财务实力最弱的服务商, 由于电信行业成本昂贵, 不仅要建立信号基站以及广告推广等方面, 而且还有频段认证费用需要缴纳。此外, 真实移动公司的员工人数比排名第一的亿旺通讯 (AIS) 人数还要多出一倍^[14], 使得其管理费用增多, 以及进入移动市场后不断的投资发展, 这些因素导致真实移动的资金流动性呈现问题, 影响未来的发展。

3. 汉语沟通能力方面的劣势

通过问卷调查和采访中获得的资料可知, 真实移动汉语服务人员总体上属于一般的水平, 在汉语沟通和听力方面还存在着不足, 还不能完全满足市场营销的需要。汉语服务人员不足, 专业词汇少, 不能很好地向中国客户促销和宣传手机产品。目前, 真实移动给用户提供的信息主要还是泰语和英语。对中国客户在电话卡套餐内容的介绍短信上还没有汉语服务。中国顾客收到的除了泰语短信就是英文短

[14] ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง (2562), รายงานประจำปี 2561 บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด, สืบค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2562, 0 จาก <https://market.sec.or.th/public/idisc/th/FinancialReport/R561-0000000807>

信。对很多不懂泰文和英文的中国客户来说，起不到促销的作用。这些问题都影响了真实移动手机产品服务的质量和效率。

三、机会分析（OPPORTUNITY）

1. 移动市场的发展

泰国政府推出 Thailand 4.0 战略经济发展模式，泰国移动市场已经从 3G 向 4G 全面升级。2G 网络正逐步退出市场。2016 年 AIS 首次退出了 4G 服务，真实移动（True Move H）也增加了 4G 网络。2018 年泰国副总理颂吉日前在曼谷举行的“华为亚太创新日”活动上宣布，泰国将致力于发展电信基础设施建设，计划在 2020 年推出 5G 网络。泰国要在两年内实现 5G 技术应用。负责推进 5G 网络应用的国家广播和通信委员会将与私营企业讨论 5G 设施的发展方案。

对于泰国来说，5G 网络是泰国 4.0 计划的一部分，它将使国家经济以特定行业为起点实现创新驱动，从而为垂直行业创造价值。这也是政府实现“数字泰国”的重要的一步棋。目前仅有华为被允许在泰国第一个 5G 测试中心——泰国朱拉隆功大学开展 5G 试验。另外，泰国数字经济与社会部将在“部经济走廊”建立 5G 测试平台。目前，华为已投入 1.6 亿泰铢（约合人民币 3527 万元）在泰国农业大学为拉差校区内建设 5G 测试平台^[15]。真实移动要抓住 4G 向 5G 网络发展的机遇，在手机产品服务上，广告宣传上，市场营销和售后服务上做好准备，在发展巩固 4G 市场的同时，抢占 5G 市场先机，加强手机网络服务的竞争力，吸引未来的 5G 用户。

2. 加强电信服务，扩大电信市场

泰国三家主要的私人移动运营商，即高级信息服务（AIS）、DTAC 和 True Corporation（TRUE），市场份额分别为 46.00%、23.20% 和 30.80%。2008-2013 之间，TRUE 在收入市场份额方面一直遥遥领先，主要是因为它是最后一个进入市场的供应商。然而，2014 年 6 月，中国移动同意购买 18% 的 TRUE 股份。凭借强大的财务支持，TRUE 开始瞄准 33% 的市场份额。该公司在泰国率先推出 3G 和 4G（2012-2015）以及积极的手机补贴（主要是 2016 年）后，成功增加了收入。

[15] 桔子国际海外置业. (2019). 泰国大力发展 5G 技术，投资者将迎来新机遇，搜查日期 2019 年 10 月 18 日，从 http://www.sohu.com/a/340316229_817250

2019 年是 5G 网络时代的开始，中国华为又是 5G 发展的主要公司，在 5G 网络上拥有自主创新的技术。中国移动计划 2019 年年底前开通 5 万个 5G 基站，在超过 50 个城市实现 5G 商用服务。真实移动与中国移动合作对发展泰国 5G 网络电信服务是非常有利，是真实移动开展 5G 网络电信业务良好机遇。

3. 发展泰国市场，开拓中国市场

泰国拥有 6800 万人口，目前有 9800 万移动连接，其中 85.5% 为预付费用户。泰国智能手机普及率为 66.7%，高于印度尼西亚的 38.1% 和马来西亚的 61.4%。2016 年智能手机仅在泰国销售了大约 2240 万个，泰国被视为继印度尼西亚之后东南亚智能手机的第二大市场^[16]。泰国电信市场不断发展，4G 已经推出，四大运营商：真实集团（True Corporation）、高级信息服务（AIS）、全面访问通信（DTAC）和 Jasmine，都在竞争频谱和客户。另一方面，在中国经济持续发展，中国在泰投资经商，来泰旅游人数增加的形势下，面对中国市场的商机，真实移动把吸引中国客户作为发展营销业务的商机。

四、挑战分析（THREAT）

1. 市场营销竞争的威胁

价格竞争激烈，由于泰国有 5 大移动运营商包括国有企业 2 家，私人企业 3 家。尤其是 3 大私人运营商在泰国移动市场竞争激烈。竞争引入导致产品价格的降低，三大运营商甚至打起了价格战，不断推出不同类型的低价互联网套餐，低价竞争策略确实可以获取大量价格敏感型用户，但导致运营商利润减少例如：运营商免费送手机和不限流量的套餐促销等这些营销活动，运营商能够增加大量的用户，但得不到理想的盈利，会影响未来的发展。另外，真实移动面临来自技术演进和市场竞争的严峻挑战。

2. 高成本与政府的管控

电信业务成本高，政府严苛管制，如在频段使用权和频段认证价格高方面。电信运营商经营需要使用大量资本投资，不仅要建立或维护移动设备，而且还要培养科技人才。

3. 泰国网络市场饱和的威胁

泰国移动市场已经接近饱和，在 3G，4G 时代移动用户数量显著扩大，使得市场需求增幅超过球供应增幅（Over Demand）。目前，在泰国很多用户一个人就有

[16] 丁培. (2019). 泰国电信设备概述（上）. 搜查日期 2019 年 10 月 18 日，从 <http://www.istis.sh.cn/list/list.aspx?id=11911>

多个号码，网络连接渗透率也超过 100%，导致即将到来的 5G 时代，呈现市场需求降低的形势。运营商投资心理趋于萎缩，投资谨慎。

4. 顾客使用和购买行为

由于科学技术快速发展，网络信息新技术不断涌现，给消费者行为带来变化。例如：以前消费者是通过电视台、报纸、广播、期刊和杂志等媒体获得信息。如今，主要是通过网络信息获得信息，主要方式就是手机和电脑等。这些信息通过各种信息软件，如 YouTube, LINE TV, Facebook 等社交媒体和 APP 等软件。人们获取资讯的渠道更加多样，也更便捷，使消费者有更多的选择。因此，消费者使用网路的行为对供应商具有很大的影响。如果这家电信运营商不能为顾客提供丰富、快捷和有吸引力的信息和娱乐软件，消费者就会选择其他的运营商。这就要求运营商提供更贴近顾客，符合顾客要求的营销策略，以满足和适应用户消费行为的变化。

第二节 真实移动营销和汉语服务中存在的问题

一、真实移动在营销和售后服务存在的问题

通过采访和问卷调查，用户向公司投诉最多的问题存在售后服务管理方面，如套餐条件比较复杂，提供的售后服务层次化太多，以及服务人员为顾客解释的内容不清楚等。真实移动是一家大型电信运营商，业务量大、内容多。由于真实移动电信运营商主打它的宽带+手机+有线电视的多终端结构套餐，造成提供的服务附有诸多条件，使用户觉得条件和计费的方式或计费系统比较复杂，而公司的服务人员为顾客提供的信息也不明确，因此客户反映的问题比较多。

通过对销售部门和营业厅部门经理，销售人员和服务人员的访问得知，由于营销部门经常推出新套餐，但现场的服务人员或者销售人员不能及时收到信息，或者发来的信息不及时，所以没有做好充分准备向顾客说明，造成问题。真实移动在市场营销上被称为“推销速度迅猛”的运营商。例如：早上对手刚推出了新的套餐，为了阻止用户携号更换运营商，真实移动管理部门为了快速抓住市场机遇，一般不超过一天就可以推出同样而更优惠的套餐来遏制竞争对手。可是由于公司内部管理信息上下沟通不及时，服务人员和服务人员不能为客户提供新的完整的信息和服务，导致客户向公司投诉。从用户视角看，公司对用户缺少认真负责的做法，仓促应对对手的营销策略，缺乏完整的对应措施，单纯考虑市场利益，造成顾客的不

满，用不适当的方法取得额外的利益^[17]，对自己的品牌带来不利的影响。根据调查结果，真实移动营业厅的大多数服务人员是年轻人，有不少是新毕业的。由于真实移动提供的产品和服务很多，有多档套餐，售后服务手续层次多，造成工作经验少的服务人员还不能完全掌握这些产品和服务内容，为客户提供完全和满意的服务^[18]。

二、汉语服务问题

真实移动向中国游客提供了一些优惠活动，如在 Central 里面的商店，在泰国机场免税（Duty fee）商店和 Grab 打车平台，对一些手机产品打折或者赠送礼品。但往往由于工作人员中文水平差，不能用中文与中国游客进行有效的介绍和宣传，经常出现沟通的问题，使公司的优惠活动和宣传达不到良好的效果。真实移动的汉语服务差的问题需要改进。通过问卷调查，汉语服务方面的问题主要反映在以下几个方面：

1. 汉语服务人员不足的问题

通过问卷调查，真实移动在清迈国际机场营业柜台，清迈 Maya 商场营业厅和曼谷 Central Rama 9 营业厅和客服热线服务部门汉语服务人员数量不足，不能满足对众多中国游客的服务。真实移动在泰国有多个通信营业厅，而能胜任汉语服务的人员只有 2 位，一位在曼谷 Central Rama 9 商场营业厅，一位在乌塔堡国际机场营业柜台服务。真实移动在其他国际机场营业柜台的服务人员只能用简单汉语与中国游客沟通，无法正常交流。在客服热线部门工作的人员只有 5 位，汉语水平很低，甚至不会说汉语。

泰国国家旅游局发布的最新数据显示，2018 年来泰国的中国大陆游客达到 1035 万人次，创历史新高^[19]。虽然 2019 年上半年，赴泰中国游客人数为 481 万人，比 2018 年同期减少 4.3%，但 2019 年 1 至 10 月已有 920 余万人次中国游客赴泰国旅游观光。预计到年底入境泰国旅游的中国游客数量可达 1000 万人次。真实移动国际营销部门监测数据分析，有大约 700 万人次既约 70% 的中国用户使用泰国运营商的电话卡，该数据与本论文通过对中国游客问卷调查的结果相同，也就是超过 50% 的游行者选择使用泰国的电话卡，剩下的用户是通过泰国的无线 Wifi 和以中国国内原号码开通国际漫游使用。论文通过问卷调查，三大运营商在中国市场

[17] Truemove H 公司接受客户投诉部门的数据

[18] Truemove H 公司接受客户投诉部门的数据

[19] 新华国际. (2019). 2018 年赴泰中国大陆游客人数创新高. 搜索日期 2019 年 10 月 15 日, 从 <http://dy.163.com/v2/article/detail/E6KQJNPM05300SLL.html>

的份额统计结果，中国顾客选择使用真实移动电话卡最多比例约为 36%，Dtac 和 AIS 分别为 32%，24% 剩下的是 TOT。这意味着本公司有大量的中国用户，而且还有其它使用汉语沟通的国家和地区，如香港和台湾地区、新加坡等。由于真实移动汉语服务人员少，很难使为中国游客提供良好的中文服务。要发展来泰中国游客手机用户的庞大市场，真实移动汉语服务人员不足的问题，会影响公司的业绩和市场竞争能力。

2. 汉语水平差的问题

在被问卷调查的 12 名汉语服务人员中，只有 3 名人员可以胜任汉语服务的工作，有能力独立完成工作。有 4 名人员可以基本上用汉语进行工作。另外的人员只会一点中文，不能与顾客良好沟通。在中文水平方面，参加过汉语水平考试（HSK）的只有 5 名，其中能达到 HSK5 级的有 3 名，另外 2 名只能达到 HSK4。由于真实移动在机场服务的人员不会说中文，只能通过手机软件帮助翻译，耽误了游客的时间。大部分汉语服务人员不能用汉语与中国游客进行流利的交流，甚至不能交流。

3. 网站、短信和广告宣传的问题

目前，真实移动的官方网站只提供泰文和英文的服务，没有中文。这让不懂泰文和英文的中国客户不能上网了解真实移动的手机服务和产品介绍。另外，因为真实移动缺乏中文说明书，在手机套餐和 SIM 卡促销等方面不能满足中国游客的需求。

真实移动提供的汉语售后服务方面和媒体传输信息不完善，没有汉语布告栏、短信、网站等信息传输渠道。通过对热线电话部门（Call Center）问卷调查和采访，发现这个部门的汉语服务能力比真实移动营业厅强。汉语服务人员表示，公司提供的汉语短信脚本信息比较少^[20]，大部分是泰语和英语。真实移动的媒体信息没有提供中文服务，如在自动短信套餐的内容，套餐价格和使用期间以及广告推销方面。

短期在泰国的中国旅游者和中国籍工作人员，以预付电信卡使用为主。因此，提供中文的网路套餐的内容，如何充值电话卡，流量不够怎么加套餐的服务对这些用户非常重要。如果公司能提供汉语服务的话，能够方便中国客户使用真实移动的手机服务，进行汉语咨询，了解一些套餐服务等。

[20] 发短信给客户，公司有规定的短信脚本，服务人员不能随意发送信息出去

在国际营销部门，由于这个部门通过中国外包管理推广本公司的电话卡，汉语服务在中国市场没有问题，但在微博平台提供的信息内容，链接查询的网站仍然还是泰语。

4. 汉语人才招聘、培训和管理方面的问题

真实移动在人才招聘上存在一些问题。通过对人事部门访谈得知，真实移动汉语服务人员不足，担任招聘汉语人才的人事部门表示目前很难找到汉语服务的人才。由于本公司给汉语服务员工的工资不是很高，而且在泰国专业的汉语人才也比较少，汉语服务人员的薪水与不会说外语的服务人员薪水一样或差不多，不足以吸引求职者来做汉语客服工作，而且顾客服务工作需要耐心，使得许多会说汉语的人员不愿意这份工作。这个问题不只是在真实移动公司。

在泰国的汉语人才的工资水平与其他外语的人才相比都比较低。在泰国就业的外语人才当中，主要是英语、日语和汉语。但会说汉语的人才和会说英语、日语的语言人才相比，会说汉语的人才工资水平最低。本论文通过泰国招聘人工的三个网站，即：

www.careerjet.in.th, www.jobsdb.com 和 www.jobthai.com 的查询可知，在 www.jobthai.com 的统计数据表明：外语语言相关服务工作的工资水平，英语人才约每月 20,000-50,000 泰铢，日语人才约 20,000-80,000 泰铢，可是汉语人才约 20,000-30,000 泰铢^[21]。在泰国 3 种外语语言的工资待遇上汉语最低。这就使得一些会汉语的人希望找待遇更好的工作。

在手机服务支付方面，为中国用户提供的资费支付不够便捷。泰国的用户可以通过线上和线下支付服务费用或充值 Sim 卡，如使用电子银行、电子钱包、LinePay, Truemoney Wallet 等方式。但中国用户是通过微信 (Wechat) 渠道购买和支付。目前，真实移动运营商还没有提供微信支付的渠道，使中国用户在支付上不方便。

在汉语培训方面，真实移动也不重视。根据问卷调查，12 名受访人员中，参加过汉语培训的人员只有 3 位。真实移动的汉语服务人员大多表示希望公司加强汉语培训，以提高服务人员的汉语水平，特别是进行有关电信方面的专业培训和汉语专业词汇的学习，特别是希望加强汉口语的沟通能力。

[21] แสงเดือน ตั้งธรรมสถิตย์.(2560).เปิดกลุ่มงานเงินเดือนดีสำหรับคนเก่งภาษา.สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2562,จาก https://www.matichon.co.th/lifestyle/news_723500

第三节 解决问题的建议和改进措施

一、改善营销方式和售后服务

在售后服务的问题上，公司内部管理信息不到位，导致服务人员为顾客提供的信息消息不明确，使问题不能及时解决。公司需要加强各个部门之间的沟通，提高公司经营管理的效率。具体方法是：

1. 调整或消除不必要的工作流程，提高工作效率。支持各个部门之间增加交流和沟通，例如：轮岗（Rotate）使工作人员对部门之间的职责互相了解，增加工作经验。

2. 加强信息管理。由于营业厅的服务人员和直接的销售人员，没有经常查看邮件（e-mail）及公司发来的信息，不能把新的产品信息介绍给用户。建议公司应该加强监督信息渠道的沟通，让现场的工作人员及时查询和接收营销更改的信息。

二、改善促销方式，促进电话卡销售

面对中国市场，公司需要改进线上线下的推销方式来吸引客户。具体措施是：

1. 需要在淘宝平台增加促销活动方案，为淘宝会员提供优惠活动，吸引浏览淘宝店的顾客和增加销售数量。由于销售真实移动电话卡的店铺，没有参加过此类优惠活动，根据中国中介的建议，公司方面该支持他们在淘宝平台推销多样营销的活动，吸引赴泰旅游的旅行者选择使用真实移动电话卡。

2. 由于合作的商家不会说中文，真实移动公司该提供一个便捷的语言沟通渠道，让用户能够与服务人员进行沟通和询问。

三、加强汉语服务

1. 加强不同服务部门的汉语服务

为了加强对中国市场的竞争力，公司方面除了要制定有效的营销策略外，还需要加强汉语服务。公司应该重视汉语服务的问题。在中国客户多的部门应该安排中文好的服务人员。同时加强各部门对服务人员的汉语培训。从整体上提供服务人员的汉语水平。

2. 设立中文服务中心

公司可以考虑设立一个中文服务中心，中国客户有问题可以通过这个中心得到解答。在这个中心安排中文好的服务人员，不仅能通过电话与中国客户沟通，也可以通过微信等信息渠道与中国客户沟通，及时准确地把公司的产品信息告诉客户，

解答中国客户的问题。同时也可以帮助一些部门的汉语服务人员，增加汉语服务的质量和效率。

3. 加强汉语培训，提供汉语能力

公司曾经提供过汉语培训，但是不是针对汉语服务人员，只是感兴趣的员工，而且没有持续培训起到积极的效果。汉语服务人员得靠自己方法提升汉语能力。为了提供汉语服务质量，面对中国市场和大量的客户，真实移动应该重视这个问题，可以通过自己的母公司正大管理学院负责提供汉语水平的培训工作。

4. 加强布告栏、短信、网站等方面的汉语服务

在问卷调查和访谈中了解到，真实移动在产品促销上没有中文短信、中文网站、缺少中文广告和布告，不能及时、方便地向中国客户提供手机产品的各种信息。这种现象既不能满足中国客户的购买需求，也不能有效地向中国客户推销公司的产品。面对这些问题，公司需要增加广告、短信、网站等信息渠道的汉语服务。

结 语

根据泰国真实移动通信公司 (Truemove H) 的营销与汉语服务调查研究, 以及对各个部门人员进行的访问, 对真实移动的经营管理和汉语服务情况进行了分析和评估。指出了真实移动在手机商品营销和汉语服务方面存在的问题, 并提出了改进的建议和措施。

泰国当前存在五家最具实力的电信运营商, 其中包括三家私人运营商 (AIS, Truemove H, DTAC) 和两家国营运营商即泰国电信局 (Communications Authority of Thailand /CAT) 和泰国电讯公 (Telephone Organization of Thailand/TOT)。泰国电信市场竞争较激烈的是三大私人移动运营商。目前泰国三家私人运营商的移动市场份额分别是, 亿旺资讯服务公司 (AIS) 获得了用户规模第一的位置, 真实移动 (Trumove H) 占第二的位置和 DTAC (Total Access Communication Public Company Limited) 占第三。在中国市场发展移动业务的方面, 三大私人运营商都有本公司的电话卡在中国淘宝网站销售, 在中国市场的份额中 Trumove H 移动运营商获得了最多的中国用户, 仅次于 Trumove H 的是 DTAC 和 AIS。此外, 为了使中国游客在泰国具有更便捷的通信服务, 它们的热线电话都有中文服务, 提供给使用汉语沟通的用户咨询产品或服务而帮助客户解决问题。

真实移动通信公司 (Truemove H) 以融合套餐 (Convergence) 理念的策略为主进行营销。销售策略包含 2 个方法, 一是主动营销 (Initiative Marketing), 即有销售人员上门推销或直接与客户打电话销售本公司的产品。二是被动营销 (Passive marketing), 即提供客服热线, 解答客户的来电咨询或客户到公司的实体店 (Trueshop) 时提供服务, 以及提供网站和客户申请服务 (Application), 方便顾客购买公司的产品。真实移动与中国移动运营商联合合作并保持战略关系, 共同扩大跨国业务的发展。本论文通过对中国游客和使用汉语沟通的顾客进行了问卷调查, 了解客户对真实移动服务的满意度, 以及移动网路覆盖范围和质量, 汉语服务渠道, 以及汉语服务人员的汉语水平和质量。调查结果显示顾客对总体的服务是比较满意, 对公司提供的汉语服务是满意度为一般。在调查公司的汉语服务人员方面, 目前真实移动在客服热线 (Call center) 和营业厅 (Trueshop) 提供的汉语服务不足, 汉语服务人员数量少, 不能满意业务和中国客户的需要。另外, 在公司没有提供汉语网站、自动短信, 中国客户不能用中文查询公司的信息, 及时了解公司的产品介绍。真实移动提供的费用账单以泰语和英语为主, 不方便中国客户。即使公司提供的

True THtourist app 有英语和汉语，但根据试用结果还不够好，还需要升级增加使用功能。

通过本论文对真实移动营销策略和汉语服务的调查分析，可知真实移动在营销和汉语服务方面具有一定的优势，但也存在着不少劣势。面对手机服务市场的激烈竞争，真实移动的发展有不少机会，但也面临着一些挑战。真实移动需要解决经营中出现的问题，改进一些经营方式，提高服务质量和效率；在汉语服务方面，真实移动应该增加汉语服务人员，适应中国市场的发展需要，加强服务人员的汉语培训，提高汉语服务水平，特别是汉语沟通能力，为客户提供良好的服务。



致谢

论文的写作终于划上句号。回望学习的过程，心中充满了温暖和感恩。感谢华侨崇圣大学给我成长的机会，丰富了我的知识，使我能够把学到的东西运用到生活和工作中，提高自己的综合素质。如果没有老师、同学和同事的帮助，这篇论文是无法完成的。

首先，向我的导师赵平博士表示最诚挚的感谢，这篇论文的写作离不开老师的细心指导。在论文的写作过程中，感谢老师提供了很多方面的支持与帮助，从论文选题到框架确定，再到修改定稿，导师都认真审阅，为论文的修改和改进提出修改意见。我感受到老师对本文的完成付出的辛劳。在本文完成之际，谨向赵平老师表示最衷心的感谢！

其次我要感谢的是在商务汉语学院的各位老师、大学的每个工作人员和同学们。对我的支持，帮助我解决的问题，让我能顺利完成这篇论文的写作。同时，我也要感谢本论文所引用的各位学者的专著，如果没有这些学者的研究成果的启发，我将无法完成本篇论文。

另外，我要感谢中国朋友，包括在中国国内或住在泰国的中国朋友们。他们都是我的汉语老师。我在论文的写作过程中遇到了很多使用汉语的障碍。他们都花了不少时间帮助我审阅论文，帮我提升汉语写作水平。在做问卷调查的时候，他们给了我很大的帮助，而且为完成调查问卷提出了不少建议。在这里请接受我对他们诚挚的谢意。

我还要感谢的是真实移动公司的各位领导和同事们，他们为论文写作提供了公司内部资料和帮助。他们花时间帮助我找资料，并且给我提供一些联系方式和采访的人士，以便完成问卷调查，使本论文获得详实的资料和数据，有助于论文的写作。

最后，我必须感谢我的父母和兄弟姐妹。在两年的学习期间，他们对我热情支持和理解。好多次我没有时间照顾他们。或者去看望他们，没有时间参加家里的聚会。但为了我的成长，他们都没有责备我，我要衷心地感谢他们！

2019年11月20日

参考文献

- [1] 范思凯. (2017). 中国移动宽带品质对客户满意度的影响研究--以 T 公司为例[D]. 天津大学.
- [2] 高恒. (2018). 电信运营商通信技术标准选择战略研究[D]. 经济管理学院. 北京邮电大学.
- [3] 郭萌. (2017). 移动通信公司农村通信市场营销策略研究—以泰安市为例[D]. 经济管理学院. 山东农业大学.
- [4] 万里. (2018) 曼谷唐人街大华酒店汉语服务研究[D]. 泰国华侨崇圣大学.
- [5] 童欣. (2018). 中国移动营销渠道管理研究[D]. 湖北工业大学.
- [6] 武小妹. (2017). 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[D]. 泰国华侨崇圣大学
- [7] 张思思. (2018). 泰国主要银行 ATM 中文服务研究[D]. 泰国华侨崇圣大学.
- [8] กสทช. (2562).สถิติข้อมูลอุตสาหกรรมโทรคมนาคมไทย 2561.สืบค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2562, จาก [ออนไลน์] <https://www.nbtc.go.th/News/Information/37647.aspx>
- [9] พูลสุข นิลกิจศรานนท์.(2561).แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2561-63 ธุรกิจบริการระบบ โทรศัพท์เคลื่อนที่. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2562, [PDF เอกสารออนไลน์]จาก www.krungsri.com
- [10] ขฤณ. (2560) .ดีแทคจัดชิมพิเศษรับนักท่องเที่ยวชาวจีน.สืบค้นเมื่อ 8 เมษายน 2562, [ออนไลน์] จาก <https://community.dtac.co.th/>
- [11] ธนาคารอมสิน.(2560) .ธุรกิจสื่อสาร(Communication business).สืบค้นเมื่อ 28 มกราคม 2562,[PDF เอกสารออนไลน์] จาก <https://www.gsb.or.th>
- [12] สำนักวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม(วท.).(ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์).รายงานดัชนีชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทยประจำปี 2560-2561.สืบค้นเมื่อ พฤษภาคม 2562.[PDF เอกสารออนไลน์] จาก <https://www.nbtc.go.th>
- [13] สำนักวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม รายงานกิจการโทรคมนาคม.(ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์). รายงานสภาพตลาด โทรคมนาคม ประจำปี 2561 . สืบค้นเมื่อ พฤษภาคม 2562.[PDF เอกสารออนไลน์] จาก <https://www.nbtc.go.th>
- [14] ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง.(ไม่ปรากฏปี พิมพ์). True BlackCard Personal Assistant.สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2562, [ออนไลน์] จาก http://www.trueyou.net/mockup_privilege/condition-callcenter.htm
- [15] ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง.(ไม่ปรากฏปี พิมพ์). True Click Life.สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2562, [ออนไลน์] จาก <https://www.trueclicklife.com/2018/aboutus.php>

- [16] ศราพงศ์ นันทิวรงค์.(1 เมษายน 2562).DTAC คาดเริ่มทดสอบ 5G ต้น Q3/62 วางขยายโครงข่ายปีนี้ 1.3- 1.5หมื่นลบ.สืบค้นเมื่อ 8 เมษายน 2562 ,[บทความออนไลน์] จาก <http://www.efinancethai.com/LastestNews/LatestNewsMain.aspx?ref=A&id=L2g4ckxFYUZ2MVE9&security=DTAC>
- [17] อิศรา เน้นแสงธรรม.(17 กุมภาพันธ์ 2552).จุดจบบริการHUTCHในไทย ปีนี้ผู้ใช้HUTCH ไปรวมตัวใน CAT CDMA.สืบค้นเมื่อ 4 พฤษภาคม 2562, [บทความออนไลน์]จาก <http://จาก itcoolgang.com/จุดจบบริการhutchในไทย-ปีนี้/>
- [18] Dr. Kanaphon Chanhom. (2016). 网络诽谤行为与泰国移动通信 (Defamation and Internet Service Providers In Thailand[J]). 朱拉隆功大学, ResearchGate, 2016, 1
- [19] Nawaphong Phaichaekhammun. (2009). 客户对 True 咖啡厅的行为与公司的推广 (Consumer Behavior and Marketing Mix affecting Decision Making of Coffee at True Coffee Shop in Bangkok[D]). 泰国农业大学.
- [20] Sanon Chimmanee และ Suttisak Jantavongso. (2016) 泰国三大移动运营商在曼谷提供 3G 网路的性能比较 (THE PERFORMANCE COMPARISON OF THIRD GENERATION (3G) TECHNOLOGIES FOR INTERNET SERVICES IN BANGKOK[D]). *Journal of ICT*, 2016.
- [21] Sornrawat Sitasut. (2012) 通过 true 咖啡厅推广 true 的商业品牌[D]. 传播艺术大学院, 泰国商会大学.
- [22] Sudarak Thongtrirattanagul. (2014). 泰国电信服务质量客户忠诚度和行为意图的研究[D]. 上海外国语大学.
- [23] Sukul Tangnirunsaran. (2006). 客户对 True Corporation Public Company Limited. 接受的信息、反馈行为和满意度 (Media Exposure, Service Usage Behavior and Satisfaction of Customers of True Corporation Public Company Limited[D]). 新闻与大众传播学院, 泰国学者法政大学.
- [24] Thanyawarat Limprasert. (2009). True coporation 的服务咨询热线的服务员和外包服务咨询热线的服务员的工作生活两不误 (Opinions of true corporation public company limited's staff for division of internet broad band contact center and channel partner call center to quality of work life project[D]). 泰国学者法政大学.
- [24] Thitirath Kinaret.(ไม่ปรากฏปี พิมพ์). TrueMove H WeChat Go SIM ซิมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยเฉพาะ.สืบค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2562, [บทความออนไลน์] จาก <http://www.iphonemod.net/truemove-h-wechat-go-sim.html>

- [25] Varin Khera. (2018). 泰国移动通信的网络安全与关注智能手机上的使用网路行为 (A Study of Cybersecurity for Telecommunication Services Concerning Smartphone Users in Thailand[D]). 信息科学与技术学院, 莫道克大学 (Murdoch University).
- [26] weibo. (2014-2019). TrueMoveH 来自 https://www.weibo.com/truemoveH?nick=truemoveH&noscript=1&is_al
[1=1](#)



附录一

访谈内容与受访者资料

[1] Mr.Pathcaranat Phromritthidecha. 2019年9月8日:南部区域的销售经理。

访谈内容:

1. 南部营业厅 (True Shop) 有没有汉语服务人员?

答: 目前还没有汉语服务人员已经通知人事部门要求汉语服务人员了, 但人事部门还有招聘成功。

2. 在南部营业厅 (True Shop) 接待中国用户多不多?

答: 有些地方中国客户多, 但目前都通过国际英语与中国顾客沟通。

[2] Mr.Yingsak Nantarojanaporn. 2019年9月4日:访谈 Truemove H 公司内部的副董事 (Associate director) 负责国际营销。

访谈内容

1. 请问公司在中国市场销售的渠道情况如何?

答: 目前, Truemove H 是以中国经销商为主进行销售, 销售 SIM 卡类型只有预付费卡 (Prepaid)

2. 请问如何使用汉语推广公司的 SIM 卡的?

答: 此前 Truemove H 聘用中国籍员工, 但目前都通过中国外包翻译 Sim 卡的包装和套餐内容, 以及在微博和微信公众号上使用汉语宣传。

3. 请问 Truemove H 在中国市场如何?

答: 泰国三大私人运营商当中, Truemove H 在中国市场的份额占比最高 (市场份额数量不能公开), 但在泰国市场上, 仍然还是 AIS 移动通信最大, 因为 AIS 进入移动市场最早, 获取了很多客户的信任, 但在中国市场, 三大运营商 (AIS, DTAC, Truemove H) 同步发展, Truemove H 抓住了机会, 获取不少的中国用户量。

[3] Ms.Chinda Manowan, Ms. Natthicha Singhara. 2019年9月20日:清迈销售的经理, 清迈销售工作人员

访谈内容:

问: 请介绍目前移动市场的营销情况?

答: 目前 Truemove H 在移动市场竞争的主要问题是广告宣传方面做得不好, 使得有些客户不知道公司的产品和服务。另外还有公司里面流转

的信息不完善。由于营销部门经常推出新套餐，但现场的服务人员和销售人员不能及时收到信息，或者发来的信息不及时，所以没有做好充分准备向顾客说明，容易被客户投诉。

[4] Ms. Jantima Kampanya. 2019 年 9 月 15 日：人事部门的工作人员。

1. 目前 Truemove H 有没有招聘汉语服务人员？

答：目前有不少地区的营业厅（Truemove H）都要求有汉语服务人员，但是会说汉语的人来求职的比较少，问题在两个方面 1. 工作内容是服务，会说汉语的人不太愿意做 2. 因为薪资不是很高，会说汉语的人选择做其他工作。

2. 公司招聘汉语服务人员的条件如何？

答：公司没有要求服务人员要提供汉语水平考试（HSK）的成绩。但要通过汉语面试，测试求职者的汉语沟通能力，如果交流没有大问题，公司就可以录取。另外，如果求职者可以向公司提供汉语水平考试（HSK）的证书，被招聘后，公司会给这些人员发特殊津贴。

[5] Ms. Kanjana Phurisat. 2019 年 8 月 17 日：清迈机场的经理。

访谈内容：

问：请说明一下你们营业厅的汉语服务情况？

答：这个营业厅的柜台都是英语的服务人员，公司还没有真正提供汉语服务人员，由于中国客户增多，工作人员每天接待中国客户，所以这些工作人员会说一些简单的汉语。如卖 Sim 卡时介绍套餐的基本内容，其它的汉语就不会说，也听不懂了。

[6] Ms. Phimphaka Kanthasorn. 2019 年 9 月 16 日：Maya 商场的经理。

访谈内容：

问：你们这个营业厅的汉语服务如何？

答：目前这个营业厅刚录取了一位汉语服务人员，但目前这位汉语服务人员正在接受公司的培训，了解公司的产品和服务，还没有到营业厅工作。本论文询问汉语服务人员对于营业厅是否重要，她表示清迈是一个深受中国游客欢迎的泰国旅游目的地之一，因此来营业厅的中国客户很多。中国客户来营业厅主要是询问手机服务的产品和服务情况，如购买 Sim 卡、网络套餐和充值电话卡等。真实移动的服务人员和与中国客户的沟通比较简单，没有几句话。服务人员主要用英语与客户沟通，较少使用汉语。因为会说汉语的服务人员只能为中国用户服务，但在旅游地区的营业厅，每天要接待不少各国的客户，因此服务人员

使用英语沟通比较方便，服务的客户更多。会说英语的服务人员，可以服务更多的外国用户，对营业厅具有重要作用。

[7] Ms. Song aring. 2019 年 9 月 10 日: Truemove H 的经销商。

访谈内容:

1. 请问中国顾客对泰国移动通信认知如何?

答: 刚开始中国顾客对泰国移动 Happy 名称 (DTAC 移动预付费 Sim 卡的名称) 比较熟悉, 但是目前大部分的用户都了解到 “Sawadee” Truemove H 预付费的名称和 “Lucky” AIS 预付费的名称。

2. Truemove H 怎样在中国市场进行宣传?

答: Truemove H 以经销商为主进行推售宣传。

3. 中国用户对 Truemove H 品牌形象如何?

答: 目前顾客不太看重移动品牌, 只要移动服务商能够提供好的套餐, 如价格和使用的条件合理, 有信号覆盖和网络稳定性, 就满意了。

3. Truemove H 对中国用户提供的优惠和销售如何?

答: 客户对 Truemove H 推出的优惠最满意的是在泰国用 Grab 乘车的优惠, 因为游客在国外旅游, 出行是最担心的, 所以中国游客对这个优惠最欢迎。另外的优惠是在 Central 和 King power 购物的优惠。客户经常遇到沟通问题, 这些商店大部分使用英语, 所以有不少客户用不到这些优惠。

4. 有没有用户通过经销商投诉 Truemove H 的服务?

答: 目前还没有客户投诉, 只有一些客户询问移动计费和使用的方法。

5. 经销商是如何营销的?

答: 套餐没有大问题, 可以让客户自己选择套餐和使用的时间, 如可以选择用 1 天、3 天 或 10 天等。

5. Truemove H 公司对中国经营商的支持如何?

答: 全力支持, 目前还没遇到什么问题。

[8] Ms. Suchada Khumhan. Central Rama 9. 2019 年 8 月 23 日: 营业厅的经理。

访谈内容:

问: 营业厅的营销和汉语服务如何?

答: 目前 Central Rama 9 营业厅有一位汉语服务人员, 之前没有汉语服务人员的时候, 在营业厅的工作人员如果与中国客户沟通不了, 就通过公司的客服热线电话的汉语服务人员帮助翻译。目前公司提供了一位汉语服务人员, 对营业厅也足够了, 其他的中国用户如果会英语的话

可以使用英语沟通。本论文询问汉语服务人员对于营业厅是否重要，她表示对这个地区很重要因为来 Central Rama 9 营业厅的中国客户，大部分是在泰长期居住的客户，如中国留学生、不同单位和公司的工作人员和商人等，所以服务范围比较广泛。在汉语使用上也不只是一些简单的有关手机套餐方面的用语，而是涉及到更多方面的汉语服务。

[9] Ms. Sumalee Sukkattiphai. 2019 年 9 月 4 日: Truemove H 公司内部销售渠道的经理。

访谈内容:

1. 请问在中国市场销售渠道有哪些?

答: 目前 Truemove H 以经销商为主进行销售，在网站方面如淘宝网站都有中国的经销商推销和销售。Truemove H 还未直接向中国客户销售，只在微博和微信官方宣传公司的产品。

2. 请问目前 Truemove H 在中国有几家经销商，使用什么语言?

答: 有 5 家。使用英语沟通。经销商不会说汉语，只能通过国际英语和国经销商联系。

附录二

问卷调差的内容

问卷调查的渠道	回答方式	问卷调查的数量	收回答案的数量
微信群 (500 人)	QR Code 和 网站	发 2 次	15
微信群 (109 人)	QR Code 和 网站	发 1 次	8
微信个人	QR Code 和 网站	30 个人	12
现场调查	纸张	64 张纸	64
总共			100

泰国 True 电讯公司汉语服务人员调查表

一、个人本信息

1. 您的性别 男 女
2. 您的年龄 21-25 岁 26-35 岁 36-45 岁 46-55 岁 56 岁以上
3. 您的教育程度 大专 本科 硕士
 博士 其它, 请说明 _____
4. 您在大学学习的专业
 中文 英文 日文 秘书 会计
 金融 电信 电脑 商业管理 经济 电子商务
 其它: 请具体说明 _____

二、您的工作年限

- 2 年以下 2-5 年 6-9 年 10 年以上

三、您学习中文的时间

- 3 年以下 3-5 年 6-9 年 10 年以上

四、您是怎样学习汉语的? (可以多选)

- 家人、亲戚会说中文, 学习了汉语。
 在泰国大学主修汉语专业, 大学名称 _____
 在国外大学主修汉语专业, 请注明国家 _____

- 通过一些语言学校学习汉语
- 通过家教学习汉语
- 自学
- 其他（请说明）_____

五、您是否参加过 HSK（汉语水平考试）

- 参加过
- 没有参加过

六、如果参加过考试，HSK 考试成绩是

- HSK 1
- HSK 2
- HSK 3
- HSK 4
- HSK 5
- HSK 6

七、您认为需要加强哪方面的汉语技能

- 听
- 说
- 读
- 写
- 翻译

八、您认为您的汉语能力是否能满足工作需要

- 完全可以满足
- 基本上可以满足
- 不能满足
- 其他，请说明_____

九、您在使用汉语时，主要遇到哪方面的问题（可以多选）

- 听力差
- 说得差
- 汉语词汇少
- 不会写
- 平时缺少训练
- 中国客户口音，听不懂
- 中国客户讲得太快
- 汉语沟通能力差
- 其他（请说明）_____

十、您希望在哪方面提高自己的汉语水平（可以多选）

- 听
- 说
- 读
- 写
- 会话沟通能力
- 专业词汇（如 IT，金融等方面）
- 了解中国文化和风俗习惯
- 其他，请说明 _____

十一、公司有没有汉语培训？ 有 没有

十二、您希望公司在汉语服务上需要加强哪方面的工作？

感谢您的配合

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวนรินดา ลีรัตน์เลิศ (李小英)
วัน เดือน ปีเกิด	14 เมษายน 2526
ที่อยู่ปัจจุบัน	19/460 ซอยนวนมินทร์ 32 ถนน นวมินทร์ แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10230
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2545 - 2547 คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มนุษยศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2548 - 2549 ผู้จัดการร้าน แดรี่ควีน (Dairy Queen) บริษัท ไมเนอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. 2552 - ปัจจุบัน	พนักงานออฟฟิศ (Project Development) บริษัททรู คอร์ปอเรชั่น (True Corporation)