



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

ศึกษาการใช้ภาษาจีนในธุรกิจพระเครื่องต่อลูกค้าชาวจีน : กรณีศึกษา

ศูนย์พระเครื่องห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน

A STUDY OF CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION IN

AMULET CIRCLE : A CASE STUDY OF AMULET CENTER

AT PANTIP PLAZA NGAMWONGWAN

泰国商业佛牌及其汉语应用研究——以攀蒂岩翁旺
商场佛牌交易中心为例

พรหมมินทร์ จังกาเสถียร

(曾顺来)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

วิทยาลัยจีนศึกษา มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ศึกษาการใช้ภาษาจีนในธุรกิจพระเครื่องต่อลูกค้าชาวจีน : กรณีศึกษา

ศูนย์พระเครื่องห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน

A STUDY OF CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION IN
AMULET CIRCLE : A CASE STUDY OF AMULET CENTER
AT PANTIP PLAZA NGAMWONGWAN

泰国商业佛牌及其汉语应用研究——以攀蒂岩翁旺商场佛
牌交易中心为例

พรหมมินทร์ จังกาเสถียร (曾顺来)

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

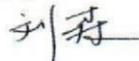
สอบวันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2565



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไล ลิ้มถาวรนนต์
ประธานกรรมการสอบ



Prof. Dr. Li Yanfeng
กรรมการสอบ



Prof. Dr. Liu Sen
กรรมการสอบ



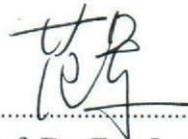
Assoc. Prof. Dr. Fan Jun
กรรมการสอบ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นริศ วศินานนท์
กรรมการสอบ



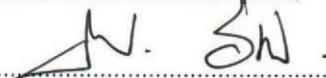
Dr. Zhao Ping
กรรมการสอบ



Assoc. Prof. Dr. Fan Jun
อาจารย์ที่ปรึกษา



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นริศ วศินานนท์
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชเนศ อิมสำราญ
คณบดีวิทยาลัยจีนศึกษา

ศึกษาการใช้ภาษาจีนในธุรกิจพระเครื่องต่อลูกค้าชาวจีน

กรณีศึกษาศูนย์พระเครื่อง ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน

นาย พรหมมินทร์ จังกาเสถียร: 636021

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ Fan Jun Ph.D.

บทคัดย่อ

พระเครื่องไทยมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน จากพระพิมพ์ที่ถูกสร้างขึ้นและนำไปบรรจุในพระเจดีย์ เพื่อถวายเป็นพุทธบูชา พัฒนาสู่การเข้าสู่ตลาดสินค้าในฐานะ พระเครื่อง นอกจากนี้จะทำหน้าที่เป็นที่ระลึกถึงคุณพระพุทธรูป หรือคุณครูบาอาจารย์ที่เคารพนับถือแล้ว ยังมีพุทธคุณคุ้มครองป้องกันภัย ให้กับผู้ที่พกบูชา เมื่อกาลเวลาผ่านไป พระเครื่องยังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น จึงทำให้เกิดการแลกเปลี่ยน ซื้อขาย พระเครื่องเกิดขึ้น เหมือนสินค้าอื่นๆ ที่สามารถซื้อขาย ลดราคา ขึ้นราคาได้ กระแสนิยมไทยในประเทศจีนเพิ่มสูงขึ้น เมื่อเวลาผ่านไปความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพระเครื่องไทย เริ่มมีเพิ่มมากขึ้น ผู้คนเปลี่ยนจากความชอบเป็นธุรกิจ เพราะเหตุนี้จึงทำให้เกิดปรากฏการณ์กระแสนิยมพระเครื่องของไทย ในชาวจีน ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในไทยเติบโต อย่างก้าวกระโดด ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์งามวงศ์วานถือเป็นศูนย์การค้าพระเครื่องที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีการค้าพระเครื่องในทุกๆรูปแบบ มีร้านค้ามากกว่า 300 ร้านค้า ผู้ซื้อขายมีทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวจีน ที่เข้ามาทำการบูชาพระเครื่องในสถานที่แห่งนี้ จนเกิดการใช้ภาษาจีนอย่างแพร่หลายในบรรดาร้านรวงต่างๆ ความเข้าใจและชุดความรู้เกี่ยวกับพระเครื่องถูกแปลเป็นภาษาจีนโดยผู้ค้าที่นี้ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์ความรู้ของชาวจีนที่มีต่อพระเครื่องไทย การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นทำการวิจัยผ่านผู้ค้าพระเครื่องในห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน และชาวจีนที่มีความนิยมต่อพระเครื่องไทย ผ่านการผ่านการวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพ ผ่านการสำรวจ สัมภาษณ์ เก็บข้อมูล รวมถึงศึกษางานวิจัยต่างๆที่มีความเกี่ยวข้อง ในด้านการวิจัยเชิงปริมาณ มีการออกแบบแบบสอบถาม โดยการตั้งแบ่งกลุ่มและกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นชาวจีนที่นิยมพระเครื่อง และชาวไทยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับวงการพระเครื่อง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ศึกษาสาเหตุและพัฒนาการของปรากฏการณ์ทกระแสนิยมของชาวจีนที่เกิดขึ้น รวมทั้งสรุปผลความรู้และความพึงพอใจของชาวจีนที่มีต่อพระเครื่องและการใช้บริการทางภาษาจีนของผู้ค้าพระเครื่องในห้างสรรพสินค้าแห่งนี้

คำสำคัญ: กระแสนิยม; พระเครื่อง ;ลูกค้าชาวจีน ; ธุรกิจพระเครื่อง ; การบริการภาษาจีน

A STUDY OF CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION IN AMULET CIRCLE --A CASE STUDY OF
AMULET CENTER
AT PANTIP PLAZA NGAMWONGWAN.

Phrommin Jangkasatian: 636021

Master Degree of Liberal Arts (Chinese Business Communication)

Thesis Advisor : Dr. Fan Jun

Abstract

Thailand amulet has a remarkable history, from making a wrong small piece of amulet or a row of amulet in a stupa called "phrapim" to commemorate the Buddha to now and it has entered the commercial "phrakhrueang", the real amulet is probably taking place. At present time in the market, amulets belong to a product that can be exchanged and tradable. the amulet of pure religious belief has become a commercial amulet. In recent years, China has been influenced by horror movies from Thailand, some movies are from mainland as well as China and Hong Kong about Thai beliefs, and many Chinese, Hong Kong and Taiwanese stars wear amulets in TV and movies, and then Chinese people gradually began to know amulets. The earliest popular amulet among Chinese is the amulet with beautiful form, beautiful color and some of them have very fragrant taste. Everyone sees it and thinks it is a fashionable. At the day by day, Chinese people also gradually came to know what "Thailand Amulet" is. The research focuses on study of how Thai's Amulet objects have an influenced to Chinese people throughout the qualitative research, interviewing research, quantitative data collection and relevant quantitative research in conducting to redesign a questionnaire which aiming to take on group segmentation by targeting group of Chinese people whom like and passionate about Thai amulet and Thai people whom involved in Amulet society and to find the objective of studying the cause and cultivate reason behind the impactful phenomenon of Thai's amulet impacts to Chinese.

Keywords: popularity; Thai amulet; Chinese people; religious; commercial amulet

泰国商业佛牌及其汉语应用研究

——以攀蒂岩翁旺商场佛牌交易中心为例

曾顺来：636021

文学硕士学位（商业汉语）

指导教师：范军博士 副教授

摘要

本论文把对象分为商家方面和中国顾客方面两方面。为了达到本论文的目的。论文调查分析攀蒂岩翁旺商场里的商业佛牌商的提供汉语的水平情况和存在的问题，论文调查分析攀蒂岩翁旺商场的商业佛牌商的佛牌认知和消费者行为，最后分析中国商业佛牌顾客对泰国佛牌认知、需求和特点。本文收集关于佛牌和佛牌市场方面的资料，了解中国流行佛牌现象的产生和发展，通过问卷调查了解中国人对佛牌理解的知识和购买行为。另一方面，论文应用访谈法和问卷调查了解攀蒂岩翁旺商场佛牌交易中心的商家提供汉语服务的情况和存在的问题以及提出改进问题的方式。本章论文具有创新性在何况本论文不仅调查分析中国客户对泰国商业佛牌牌商的汉语服务的满意度，而进行研究商业佛牌牌商的文化背景与汉语服务水平，更多的是研究到中国商业佛牌客户对佛牌的消费心理和宗教知识的需求。加上提供针对佛牌名称翻译方式。通过上面几项研究之后，再决定论文的结果。最后论文研究的结果发现，佛牌商家提供的汉语服务存在商家的汉语应用不够高和商家对中国文化理解不充分的问题。以及中泰两国佛牌市场存在很大的区别等特点，另外商家的汉语提供不是影响到中国恭请佛牌行为的全部因素。

关键词： 泰国佛牌市场；佛牌文化的影响；佛牌商家的汉语应用；
中国佛牌买家；

目 录

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
摘 要	III
目 录	IV
图表目录	V
表目录	VI
绪论	1
一、选题的背景和意义	1
二、与选题有关的国内外研究综述	2
三、研究的目的、方法、内容与创新性	5
四、所要解决的主要问题	6
第一章 泰国佛牌文化概述	7
第一节 泰国佛牌多重内涵	7
第二节 泰国佛牌历史与发展	8
第三节 攀蒂岩翁旺商场佛牌中心的历史和发展	10
第四节 泰国佛牌分类和功效	12
第二章 中国商业佛牌市场的发展情况	40
第一节 中国人流行泰国佛牌的现象发展	40
第二节 中国商业佛牌市场的特点	44
第三节 中国人流行佛牌对泰国佛牌商业的影响	47
第四节 中国商业佛牌市场对佛牌的知识与需求	48
第三章 对攀蒂岩翁旺商场泰国佛牌中心的问卷调查	55
第一节 对攀蒂岩翁旺商场佛牌卖家的问卷调查	55
第二节 对购买佛牌的中国买家的问卷调查	58
第四章 佛牌商家汉语应用中存在的问题及改进建议	62
第一节 佛牌商家的汉语应用中存在的问题	62
第二节 提高佛牌商家汉语应用的改进措施和建议	64
结 语	66
参考文献	67
附录	68
致谢	80
论文发表同意书	81

图表目录

图 1-1 塔里佛牌	9
图 1-2 1987 年佛牌市场和 2020 年的佛牌市场	11
图 1-3 佛牌分类方式	12
图 1-4 崇迪佛	13
图 1-5 帕洛	14
图 1-6 南帕亚佛	15
图 1-7 帕蓬素潘	16
图 1-8 颂扣佛牌	17
图 1-9 九大圣僧	19
图 1-10 龙婆本	22
图 1-11 龙婆坤	23
图 1-12 龙婆坤佛牌杂志	24
图 1-13 龙婆培	25
图 1-14 成龙佩戴龙婆培的崇迪	26
图 1-15 龙婆托车摆	29
图 1-16 彩色蝴蝶牌	31
图 1-17 坤平抱三村子女人	32
图 1-18 龙婆基的爱神图	32
图 1-19 燕通	34
图 1-20 阿赞明第一期九尾狐牌	35
图 1-21 龙婆炎加持古曼童	36
图 1-22 古巴阿里亚查招财女神	37
图 1-23 龙婆坤财神佛	38
图 2-1 百度查“泰国佛牌”	41
图 2-2 泰国牌吧的百度贴吧	41
图 2-3-A 线-拉康寺-黎明寺-药师庙-阿赞维拉帖-阿赞翁	45
图 2-4 B 线-图 2-4 B 线-龙婆本庙-龙婆炎庙-雨水师傅庙-拉胡天神庙	46
图 2-4 B 线-龙婆坤庙-古巴吉士纳庙-古巴并庙	46
图 4-1 越古今吉祥文化创始人聊天记录	63

表格目录

表 1-1 正牌和阴牌的区别	28
表 2-1 中国顾客接触泰国佛牌的时间	49
表 2-2 中国顾客道认识佛牌的渠道	49
表 2-3 攀蒂岩翁旺商场的中国顾客对佛牌的认知	50
表 2-4 中国顾客在攀蒂岩翁旺商场喜欢请的佛牌	50
表 2-5 中国顾客选择攀替商场里选择佛牌的原因	51
表 2-6 中国顾客购买佛买的最主要目的	52
表 2-7 (1) 中国顾客选择购买佛牌会考虑到哪些因素	52
表 2-7 (2) 中国顾客选择购买佛牌会考虑到哪些因素	53
表 2-8 中国顾客请佛牌的原因	54
表 3-1 商家是否会说中文	55
表 3-2 商家是否会学过中文	55
表 3-3 商家汉语水平	56
表 3-4 中国顾客一天的数量	56
表 3-5 商家有否提供中国顾客服务	56
表 3-6 商家是否应用中文在店上	57
表 3-7 商家的汉语应用	57
表 3-8 商家应用中文在哪些地方	57
表 3-9 (1) 攀蒂岩翁旺商场中国佛牌顾客基本资料	58
表 3-9 (2) 攀蒂岩翁旺商场中国佛牌顾客基本资料	59
表 3-10 攀蒂岩翁旺商场提供汉语服务的佛牌店	59
表 3-11 中国顾客对汉语服务的要求	60
表 3-12 攀蒂岩翁旺商场中国佛牌顾客对佛牌商家汉语应用满意度	61
表 4-1 佛牌名称音译翻译	64
表 4-2 佛牌名称的意义翻译	64
表 4-3 马斯洛需求层次理论于佛牌功效对比	65

绪论

一、 选题的背景及研究意义：

中国 5000 年的历史，从“敬天法祖”、“祖先崇拜”、“诸子百家”直到受到外国的宗教和文化的传播如佛教、基督教、伊斯兰教，中国人的信仰和宗教不仅没有断过，而且还一直不断的发展把自己的信仰和外来的信仰融合一起变成中国风格的信仰。1966 年的文化大革命之后，中国社会各个方面都被造成了灾难性破坏，导致现在中国大部分是无宗教信仰者，特别是年轻人，后来经过在 1978 年 12 月 18 日的中国经济改革开放之后，中国的社会发生了翻天变化。中国在法律上虽然还是社会主义国家，但是事实上在经济方面可以说中国已经是市场经济国家了。中国的改变使所有人的生活完全改变，现在的社会已经焕然一新。大家熟悉的社会、生活节奏已经不像以前了。人们为了有更好的生活都要竞争，大家越来越有压力，需要依赖他们认为能帮助他们的东西。而他们认为外来的宗教也可能是其中一个能帮助他们的因素。而人们对宗教的态度也愈来愈宽容。一直以来中泰关系很密切。中国人对泰国的好印象很深刻，不仅是泰国人的微笑、泰国的丰富自然美景、美味的泰国菜还有传统的泰国佛教。中国人认为泰国的佛教特别单纯，有悠久的佛教历史和文化，所以中国把泰国称为“黄袍之国”。泰国佛牌有悠久的历史，从为了纪念佛祖制作成小块佛牌或者一排佛牌放在佛塔里叫做“phrapim”到现在进入了商业化的“phrakhrueng”，真正的佛牌大概在第四世王(KING RAMA4)时代后，才有了 phrakhrueng，因为在那时候之前没有做小块佛牌发给别人的习惯，只有做了之后放在佛塔里作为一种尊敬佛祖的仪式。现在佛牌除了为了纪念佛祖或者高僧的恩德，还拥有保护佩戴者的作用。因此佛牌越来越受人们的欢迎，现在市场上，佛牌属于一种可以交换、买卖的一种产品。有市场上的需求，像其他产品一样有涨价，有降价。这一时刻，纯宗教信仰的佛牌变成了商业佛牌。近年以来中国受到了一波泰国的恐怖电影、中国大陆和香港关于泰国信仰的一些电影的影响，加上很多中港台明星在电视、电影里戴着佛牌，因此中国人慢慢开始知道佛牌了。而且最早受中国人欢迎都是形式很漂亮、颜色很美好、部分味道很香的佛牌。大家看到都会认为是一种时尚的装饰品，一点都不像圣物，所以会受很多年轻人的喜欢。后来越来越多的中国人也慢慢地知道什么是“泰国佛牌”，大部分的中国人带着抱佛脚的心理和祈愿的希望请了一枚自己不太了解的佛牌，希望佛牌能实现他们的各种心理需求不仅是保护安全方面还包括归属需求、尊重需求甚至自我实现的愿望。越来越多中国人认识佛牌，中国佛牌热爱者看到有利可图的

机会。虽然在中国泰国佛牌市场还比较小，但是佛牌市场的价值并不低。使得圈外人也开始注意到佛牌的生意，往泰国跑庙请佛牌做起商业佛牌的生意。在中国泰国佛牌属于高价的产品，主要是因为当时做佛牌的人较少，没有太大的竞争性和比较性。最开始佛牌全是高价销售，后来是因为很多人也开始卖佛牌，所以价格也会慢慢地降下来。为了竞争和保持自己的高利润，中国牌商会争取很多办法来支持他所定的高价佛牌，如给佛牌分等级、给佛牌编故事、拿佛牌去参加比赛、利用神奇故事、新闻和一些夸张的反馈。一般牌商会考虑在两个方面的原因来给佛牌定价，一是佛牌的成本，二是佛牌的欢迎程度。现在在中国，泰国商业佛牌市场就像 2013 年 CCTV 新闻的《探索泰国佛牌》里说的“在中国市场佛牌的价钱是上百、上千人民币，有的是天价”。在泰国，中国人对佛牌流行的现象发展使得泰国商业佛牌的生意不仅于寺庙，还有各种佛牌交易中心从大厦到小摊的佛牌店生意都变得很好。中国人到了泰国请佛牌大部分是大量的拿回国去销售。很多佛牌店为了满足中国的客户的需求，会专门挂中文在自己店面，加上学习一点中文。更多的店是专门卖给中国人为主。按照开台银行研究 2015 年泰国佛牌市场出口中国包括马来西亚、新加坡总额 20 亿泰铢。攀蒂岩翁旺商场（PANTIP PLAZA NGAMWONGWAN）属于曼谷和郊区最大的商业佛牌交易中心，在攀蒂岩翁旺商场（PANTIP PLAZA NGAMWONGWAN）有佛牌店营业不少于 300 户，而泰国佛牌协会办公室也在这里。大部分泰国和外国人都会在此买卖佛牌，除了泰国人之外，中国人是最多的外国人到这里买卖佛牌，所以在会有很多店为了达到中国顾客的要求，开始应用汉语作为交流的另一种语言。按照我几次观察发现商场里的一部分佛牌店已经应用汉语标志牌如店名、销售的佛牌、联系方式、包括写“汉语服务”在店牌上。所以研究者把攀蒂岩翁旺商场（PANTIP PLAZA NGAMWONGWAN）佛牌交易中心汉语应用作为商业汉语研究的项目。

二、与论文选题有关的国内外研究综述

通过资料查询，有关泰国商业佛牌，泰国商业佛牌交易中心方面的研究归纳以下三个方面：

（一）有关于中-泰佛教以宗教语言方面研究：

1. 楼宇烈（1986）《古代礼制风俗漫谈》提出大乘佛教和小乘佛教的含义为“乘”是梵文 yan 的意译，指运载工具，比喻佛法济渡众生，象舟，车能载人由此达彼一样。“小乘”原为大乘佛教出现后，对以前原始佛教和部派佛教的

贬称，而“大乘”则为该派对自己的褒誉。所传为小乘系统佛教，但至今他们自称为“上座部佛教”，不接受“小乘”的称号。现行一般佛教史著作中沿用“小乘佛教”、“大乘佛教”等称谓，则并不寓有褒贬之意。

2. 季羨林（2007）《季羨林谈翻译》提出关于汉语翻译受外来语言的冲击说“在历史上，汉语受到了两次外来语言的冲击。第一次是始于汉末的佛经翻译。佛经原文是西域一些民族的语言，梵文、巴利文，以及梵文俗语，都是印欧语系的语言。这次冲击对中国思想以及文学的影响既深且远，而对汉语本身则影响不甚显著。”

综合以上对相关论文的研究情况，论文的内容论文内容是大乘佛教和小乘佛教有区别，虽然是同宗教。但是有些方面的信仰和讲究不同，影响对大乘佛教和小乘佛教的信徒概念不同。

（二）有关于泰式佛牌与中式护身符研究

1. 叶明鉴（1993）《中国护身符》提出“骷髅、十字架、佛像、属相、星座这些与宗教风俗有关的内容都是护身符的常选主题。一条长长的真银或假银的护身符下端摇曳着一具雕刻精细的死人骨架式是骇人的面孔，男孩的潇洒倜傥仿佛也随着这项坠几尽情挥洒出来。女孩则更强调护身符所被赋予的深情，那多是朋友的祝福。将这真情常伴身边，不是另有一番滋味在心头吗？”现代人也许比上代人更迷信，也许更无神。那些“虔诚者”希望护身符保佑他们的平安。

2. Pongsapit, A. (1998)《宗教文化与民族：泰国社会研究》（硕士论文）Chulalongkorn University 提出关于佛牌的含义“佛牌是人类制造出来代表佛祖的一种物品，他们是因此佛祖教信仰做成了佛牌。无论如何佛牌的制造变成一种不仅单纯对佛教信仰的行为，而还出现隐私思想和可探讨答案的东西”。

3. Asso. Professor Chalong Soontravanich (2008) 在伊斯兰世界和东南亚穆斯林学术研讨会中的《佛牌在变成佛牌产业前的佛牌革新直到作为泰国最高层的宗教圣物》Chulalongkorn University 文件中提出关于佛牌的发展，他写的是“在第四世王时代，小块的佛祖像升至到一种被称为“佛牌”宗教圣物，是因为经济和社会的快速改变和增加复杂，使佛教不仅作为人类生存的最高理想，而佛教的思想被改变从究竟涅槃成究竟需求“。

4. 杨旦加（2017）《藏传佛教护身符文化研究》青海民族大学（硕士论文）护身符其主要功能也似乎是佑护人的灵魂，有护身符的作用。就这一时期护身符

中所蕴含的宗教、民俗等文化含义也处于原始人类的境界比较单一,只是简单的善、恶二元体系,对神灵也是处于一种泛神的多元而非人格化的崇拜中。

5. 杨松年(2018)在《泰国佛牌神牌与信仰文化》新加坡国立大学提出关于泰式神牌说“泰国的信仰文化,不论是上乘佛教的,民间佛教的,道教的,佛道参杂的,民间创造的,展开了一个个缤纷的景象。这些仙佛,因为民众的需要而被接受,而被供奉,被丰富起来。泰国政局经过风风雨雨,泰国的华人文化、华人社会,也经过不少的挫折、磨难,然而这些佛寺、道庙、佛学社、念佛社、善堂、善坛,依然盘踞在民间社会,为慈善事业、为保佑民众。”

6. 姜宇红(2020)《浅析护身符首饰》金泽美术工艺大学 在中国古代护身符首饰中,被定义为护身符的首饰存在以下几点特征:形象的选取有辟邪的寓意;材质代表着吉祥;所雕刻、绘画的图案有着美好的祝福。而护身符首饰被人随身佩戴,其护身的意义大于装饰的意义,并且具有共通性,没有很强的因人而异的概念。其更细致的分类是在于与护身符的用途的不同。

综合以上对相关论文的研究情况,论文的内容论文内容是中国和泰国从古代具有护身符的信仰。在细节和讲究方面虽然不同,但是可以表现当现在的泰国佛牌进入到中国却有信仰的共同点。

(三) 有关于泰佛牌市场方面研究

1. Aphinant Chantanee (2006)《泰国的佛牌经济研究》Mahachulalongkornrajavidyalaya University(博士论文)中的研究发现“人们喜欢寻找和收集有增值机会的佛牌多余收集功效好的佛牌,在佛牌交易上的价格除了根据佛牌的欢迎度或者暂时的经济状况,最后还是随着双方的决定。在市场上,报100,1000,50000,1000000都不能清楚,最后双方成交价是多少。所以我们很难对一块佛牌的报价作为佛牌真价的标准”。

2. Phrommin Jangkasatian (2013)《中国人对泰国佛牌流行的现象(2007-2012年)调查研究》Srinakharinwirot University(本科论文)中提到外国人对泰国佛牌的欢迎“许多泰国佛牌像其他古董一样出口到全球各地,泰国佛牌生意不仅在泰国市场受欢迎,而还受到国外的欢迎,如马来西亚、新加坡、台湾、香港、中国甚至美国。外国人对泰国佛牌的喜欢,使很多旅行社把佛牌市场(佛牌交易中心)作为一个旅游景点的项目,包括现在在国外有不少佛牌店经营如在新加坡佛牌店不少于三百家佛牌店。因此网络时代,可以利用各种社交网络做出佛牌交易的工具,使便于佛牌买者。佛牌出口的综合还没有统计,也不清楚出口数量”。

3. Dr. Udom Chantima (2018) 《泰国社会商品佛牌的价值研究》(硕士学位论文) Mahachulalongkorn rajavidyalaya University 中提出“佛牌变成市场上价值高的产品, 制造佛牌的材料价值和佛牌价值差距很远。以前佛牌的价值在于信仰无法算出数字的价钱, 而现在佛牌的价值在于不停上升的市场需求。因此我们可以说佛牌已经变成一种商品称为商业佛牌”。

4. 杨淳, 何荣良 (2017) 《泰国佛牌在中国市场的销售问题以及对策研究》(硕士学位论文) 正大管理学院中国研究生院中提出“佛牌消费市场是一个极为广泛、复杂、多样的市场。佛牌消费者不仅年龄、性别、职业、收入、居住区域、宗教信仰、受教育程度不同, 而且个性、生活方式、爱好和习惯不同。这些不同又带来了对佛牌的品种、规格、质量、款式、服务、科技含量和价格等方面的要求不同”。

综合以上对相关论文的研究情况, 论文的内容论文内容是现代佛牌的含义不仅是宗教信仰的代表, 而作为有保护佩戴者的功效, 对收藏人有收藏价值更多的是交换时有利润可图。

三、本选题的研究目、方法、内容和创新性

1. 研究的目的

- 1) 了解攀蒂岩翁旺商场里的商业佛牌卖家的汉语水平。
- 2) 了解攀蒂岩翁旺商场的商业佛牌买家的佛牌知识和购买的目的。
- 3) 了解攀蒂岩翁旺商场里的商业佛牌卖家与中国买家提供汉语服务的状况和问题。

2. 研究方法

- 1) 文献研究法: 收集论文研究所需要的文献和相关的资料。
- 2) 访谈法: 对预计 5-10 位, 对攀蒂岩翁旺商场的佛牌商家访谈。
- 3) 问卷调查法: 问卷调查中国游客的满意度情况。本研究样本预计 100 份问卷, 在攀蒂岩翁旺商场里的佛牌商家和中国顾客发问卷的内容有受访者基本信息采有性别、年龄和职业等。影响汉语服务满意度情况的内容。
- 4) 观察法: 通过观察攀蒂岩翁旺商场里的佛牌商家和中国顾客直接获得的资料, 观察商家与中国顾客沟通时的言情况。观察在店名上、广告牌、等等说明语言文字的情况。

3. 研究的主要内容

- 1) 研究攀蒂岩翁旺商场里的泰国商业佛牌商家对中国顾客提供汉语服务的水平。
- 2) 研究攀蒂岩翁旺商场里的泰国商业佛牌商家对汉语佛牌专用名词的理解。
- 3) 研究泰国佛牌中国顾客对泰国佛牌的知识 and 消费行为。
- 4) 研究泰国佛牌中国顾客对泰国佛牌商家提供汉语服务的满意度。

4. 论文的研究创新性

- 1) 研究商业佛牌商家的对中国顾客的文化背景与提供汉语服务的质量。
- 2) 研究中国商业佛牌顾客对佛牌的知识 and 需求。
- 3) 分析商业佛牌商家的汉语水平与中国商业佛牌顾客的满意度。

四、所要解决的主要问题

- 1) 以泰国文化和习惯应用汉语提供给中国佛牌买家产生语言和文化偏误。
- 2) 中国商业佛牌买家以中国文化和习惯去了解佛牌，会把佛牌的层面和意义产生误解。
- 3) 泰国商业佛牌卖家不了解中国商业佛牌买家行为使与中国商业佛牌买家采取错的措施。

第一章 泰国佛牌文化概述

第一节 泰国佛牌多重内涵

佛牌或护身符被称为“南传佛教圣物”，起源于几千年前的泰国、柬埔寨、老挝等，之后开始流传于东南亚各地，成为了现在上座部佛教又称南传佛教信仰者的护身符。他们认为戴佛牌能拥有神明以及师傅的祝福与庇佑。它的存在也为南传佛教的传播做出了很重要的贡献。在中国，也有很多人佩戴佛牌，大部分为了祈求财运成功和姻缘^[1]。佛牌是泰国独有的一种佛教护身符，和中国西藏的擦擦佛同属于一类^[2]。其制作材料多种多样，有佛经、贝叶经、花粉、药草、寺庙香灰、金属、矿石、宝石等。一般认为是有名佛像的小型轻便版本，用为供奉在寺庙内，以增强寺庙的法力，算是一种佛的纪念物，是一种信仰与传统的保留。作为一种护身符，它佩戴在身上，以保护人的安全或者增强信念。大多数的佛牌，都被制作成小型的饰品，供奉在佛塔内。目的是假使在将来，佛塔或者佛教文化遭到迫害，也能够通过佛牌，传承佛教的文化，以提醒世人先祖的佛教文化的灿烂与光辉。泰国人民相信佛是会保佑那些为他人牺牲的人们的。最著名的佛牌：在历史上，缅甸与泰国战争连连，每当一个省或地区遭到洗劫，佛塔被破坏时，都会从佛塔的废墟中发现大批的佛牌。这些佛牌极具价值，往往有数百年的历史。这类及其宝贵的佛牌大多来自大城王朝时期（阿尤塔雅时代）素可泰王朝时期和华富里王朝时期。大多为历史遗迹。佛牌的意义是将佛像缩制成一个挂件或配件，方便大家的携带，携带佛牌者希望以此来庇佑自身。随着时间的变迁，佛牌不再仅仅只是一种佛祖纪念、更不仅是送人礼物，逐渐演变成一种助运的工具。佩戴者希望利用佛牌改善姻缘，正偏财，身体健康等。人们相信佛牌的力量，是由经文力量而来，由经咒力量而来，由高僧的念力而来。

[1]，资料来源：泰华网：（2019）泰国佛牌为中国及台湾信徒所需护身符. <https://thaicn.net/wap>（2021-06-02）

[2]，资料来源：佛牌（2022）. <https://baike.baidu.com/item/佛牌>（2022-01-02）

第二节 泰国佛牌历史与发展

泰国佛牌有悠久的历史，从为了纪念佛祖而制作成小块佛牌或者一排佛牌放在佛塔里，叫做“phrapim”到现在进入了商业化的“phrakhrueng”，真正的佛牌大概在曼谷王朝拉玛四世王(KING RAMA4)时代后才有了 phrakhrueng，因为在那之前，信徒中没有小块佛牌流通的前例，只有做了之后放在佛塔里作为一种敬奉佛祖的仪式。现在，佛牌除了为了纪念佛祖或者高僧，还被信徒们认为，佛牌具有保护佩戴者的功能。因此佛牌越来越受人们的欢迎，现在市场上，佛牌属于一种可以交换、买卖的商品。有市场上的需求，像其他产品一样有价格升降浮动。至此，纯宗教信仰的佛牌变成了商业佛牌。泰国古时候跟中国一样，分为很多的朝代和历史时期。最早的时代为“塔纳瓦迪”时代和“斯威猜”时代，后来进入“堕罗钵底”时代、清盛时代、素可泰王朝、阿瑜陀耶王朝、吞武里王朝，还有目前的曼谷王朝。每个时代都具有独特的文化，而无论是哪个时代，当地民众都信仰佛教，全民信佛是民众们根深蒂固的思想。泰国历史最悠久的佛牌是在华富里时代诞生的，华富里是泰国非常强大的一个时代，为了纪念当时的辉煌时刻，君主下令由鲁士及僧人用泥土制作了名为“帕洛”的佛牌，也是历史记载最早、最珍贵的佛牌。并把所有的佛牌都存放于佛塔内，不仅为了免于破坏或偷盗，也是为了更好的传承与发扬佛教。后来，泰国很多地区也相继制作了佛牌藏于佛塔之中，追溯起来，佛牌的历史已经有一千多年了。随着时代的改变，佛牌制作的意义也慢慢开始转变。比如说，泰国古时候经常发生战争，君主为了给奔赴战场保家卫国的士兵们增加勇气与信心，君王就会要求寺庙制作加持一批佛牌作为护身符给士兵们佩戴，让他们能够平安归来。也或者说，当一批奔赴战场的士兵胜利归来后，为了纪念胜利，也会制作佛牌作为吉祥物给士兵或百姓们佩戴，希望他们一直胜利。曼谷艺术大学历史系 Nattapon 教授在历史书中曾提到：真正把佛牌制作为有功效的吉祥物，是在距今200-600年前的“阿瑜陀耶”时期，这个时期开始有高僧用自己修行的法术去制作佛牌与法器。随着阿瑜陀耶王朝的结束，曼谷王朝的来临，泰国领土达到了真正的统一。在这个时候，佛教又有了新的发展。首先是信仰佛教的善信越来越多，君主提倡全民信仰佛教，为的是给平民百姓有更多的信仰与正念¹。拉玛四世登基后命令各地将古老的佛像收集于寺庙，并且全部送往曼谷

[1],资料来源: Nattapon Ureuangsak. (2012)《通过佛牌看历史: 信仰思想和商业佛教》

珍藏，由此开启了泰国的古董佛像收藏的风潮。而后，除了流传的各种佛陀法相外，也开始有了非佛像题材的佛牌，许多天神法相和其他类型的佛牌开始出现，越来越多的大师会通过自己所学的法术制作各种题材、功效的佛牌，为的是给更多平民百姓带来更好的生活；同时也通过制作发行佛牌来募资，而款项除去寺庙日常开销以外，通常用于建设寺庙和回馈社会。时至今日，大德高僧不断的涌现使其功效口碑代代相传，佛牌热度被推向高潮。随着时代的发展，佛牌的法相设计和制作工艺达到了新的高度。同时诞生了佛牌交易市场、佛牌协会、佛牌鉴定和佛牌比赛等体系，越来越多的佛牌资料被系统化的整理，也出现了各类佛牌外壳、收纳盒、图鉴等衍生产品。进一步丰富完善了如今的泰国佛牌文化。



图 1-1 塔里佛牌

第三节攀蒂岩翁旺商场佛牌中心的历史和发展

每天从清晨到五点左右。新旧佛牌买家将来到皇家天佛牌市场。现在位于从 Tha Chang 到 Maharat Pier 的小巷深处。在佛牌行业 30 多年的 Jua Muangnon 先生说，“大概 1987 年，这片地区的市场还是一个卖新鲜蔬菜的市场。佛牌不多，来找佛牌的人业不多。但市场逐渐兴起并繁荣，直到 1997 年泡沫破灭前达到顶峰，2007 年之后中国游客到来后市场才恢复起来。事实上，这并不是唯一一个正式佛牌交易地区。还有很多大型市场，包括 Pantip Ngamwongwan 百货公司、Phaya Mai 佛牌市场、帕博克劳大桥以及经常在路上铺地毯销售产品的小商贩这些都很好地体现了泰国商业佛教市场的热闹。

二、泰国佛牌交易中心的历史和发展

佛牌圈属于一群对佛牌感兴趣、收藏、做生意的人。慢慢从不多的人积累，直到今天可说佛牌圈是泰国较大的圈。佛牌圈从在咖啡店交流佛牌知识和交换佛牌如传达自己经过刀枪不入的经验。佛牌圈子的初具雏形是在 1947 年左右，从一群社会地位好的人开始。这是需要寻找和收集的开始。当想要拥有的人的力量会造就一群争先恐后地占据圣物的人人气的扩大已经开始。这被认为会引起兴趣寻找佛牌以及各种圣物切实以曼谷为中心。至于按地方分组的一般利益集团或者他们自己的团体开始聚集在一起并扩大更感兴趣的乐队包括旅行与对中心感兴趣的人聚会，起点在皇家天的罗望子树下。后来，为了不成为其他路人的障碍，喜欢收集佛牌的人聚集在 1957 年左右，在刑事法庭下，一群有钱人会在刑事法庭下辖区的一家咖啡店坐下来交流，被佛牌收藏家称为“Bar Maha Phan”。当许多人聚集在刑事法庭的地下室，直到人群变得不适合担任政府办公室时，应该团结起来并扩大聚集在玛哈泰寺。2503-1991 年左右，Tha Prachan 国政大学前并且在这段时间在系统上积累从原来的交流这也开始佛牌分为主佛牌和副佛牌，以及佛牌分成套组卖如五大古佛。1969 年底，玛哈泰寺想改善寺庙周围的区域，供游客在教堂内崇拜龙卧佛结果，“佛牌街”被搬到了 Wat Ratchanadda 附近的地区。但没有足够的空间来支持收集器的数量于是，一批收藏家被分开，一部分人来到了 Tha Prachan 生鲜市场。最初是 Tha Prachan 只是一个被遗弃的集市，没有做任何好处，一群收集佛牌的人，因此来进行改进并且是佛牌收藏家的聚集地，直到它成为今天出现的 Phra Tha Prachan 佛牌市场。玛哈泰寺佛牌市场、拉差纳达寺佛牌市场、和 Tha Prachan 佛牌市场属于早期证实的佛牌交易中心。现在虽然有些市场已经没有了，但是有些还在营业。但是佛牌圈里人越来越多，佛牌需求也越来越多。这几部市场已经不足够佛牌

买家的需求。所以新开的佛牌交易中心营业在各个商城。1978 年，Pantip Plaza Pratunam 百货公司它是泰国第一个拥有佛牌中心的贸易中心。后来搬到现在攀蒂岩翁旺商场建立了泰国佛牌最大佛牌中心。

二、攀蒂岩翁旺商场佛牌中心的历史和发展

Pantip plaza 是卖 IT 电脑设备的，但是攀蒂岩翁旺商场或者 pantip2 的三楼有号称全泰国最大的佛牌市场，现在已经扩大到二楼的半部分。里面除了固定店家大约一百多家以上，每逢假日还会有来摆摊的散户卖家，所以最适合礼拜六日前往，至少可以看到三、四百家佛牌商，得花上半天以上时间，才能仔细地把每一家(摊)的东西看过一遍，此地方也有卖与一切和佛牌相关的商品，比方说现场包防水壳、金壳，佛牌书，佛牌链等可取；逛累了还有餐厅、泰式按摩可以休息。既然是牌商卖的东西，真伪与价钱就得看牌友自己的功力了，特别是高价老牌，诚心劝告牌友，没有十成十的把握，不要率然出手买高价牌，泰国人做假牌的功力，连佛牌评审都会上当，不可不慎。泰国人爱玩佛牌，原来中港台、新加坡甚至马来西亚的华人都爱玩佛牌！老实说有关佛牌的学问，真的易学难精，一般我都会建议大家去佛寺请（买）因价钱有限不会超贵且大都经大师开光，之不过就未必有一些所谓百年或罕有佛牌可以比你请到，要搵这类珍贵佛牌可以到攀蒂岩翁旺商场。



图 1-2 1987 年佛牌市场和 2020 年的佛牌市场

第四节 泰国佛牌分类和功效

一、泰国佛牌分类

因此泰国佛牌历史久而泰国是多元社会，所以泰国的佛牌具有很多种类。泰国佛牌可用多种方式来分类，如自作师傅、自作材质、宗教信仰。本文根据信仰等级的标准和正阴牌的说法，为泰国佛牌做以下分类。

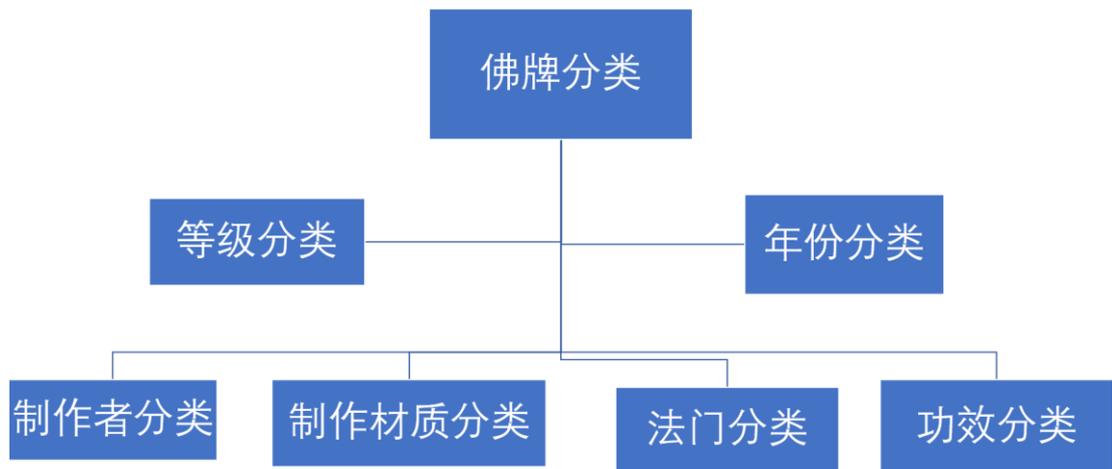


图 1- 3 佛牌分类方式

（一）佛牌等级分类

1) 高等级佛牌

高等级佛牌或叫做佛等级具有佛祖和菩萨类的佛牌例如：星期佛、崇迪佛、成功佛、女王佛、观音菩萨、颜面佛、善加财、行走佛等。高等级佛牌在供奉时通常会放在所有佛牌的最上层。这种信仰因此泰国人已经把佛牌宗教放在最高的信仰等级。而在泰国，佛等级的最受欢迎的佛牌叫做“五大古佛”。这五尊顶尖佛牌是集合泰国从古至今的五个朝代时期所制作出来的卓越成品。以下逐一说明。

1.1 崇迪佛

崇迪佛牌属于五大古佛之一,是其中一种具代表性的佛牌,形像是经典的无相的佛祖相^[1]。崇迪佛是大多数信仰者第一个所了解的佛牌之一,大家在选择恭请各位大师亲制的佛牌时,相信对崇迪(somdej)佛牌的了解都特别的关注过。著名的制作师傅寺庙有屈曼冠碰,屈甩更,屈杰猜唷,龙婆啤等。属于泰国正牌,多出自寺庙,由寺庙大师制作。亦有很多过庙大法会中都有开光。无论在泰国或者中国,崇迪佛牌无疑是第一个纳入信仰者视线的佛牌之一,在大家选择各位大师亲手制作的佛牌时,相信都曾重点关注过崇迪(somdej)佛牌。阿赞多属于制作崇迪佛牌最出名的师傅。阿赞多在创作崇迪佛牌之后,佩戴崇迪佛牌的信仰者们神迹、奇事多之不尽,有些信仰者在驾车行驶过程中发生意外交通事故,汽车报废了,但是驾车人员毫发无伤或者只是轻微的受伤。也有的信仰者从高楼失足坠下,但是身体居然毫发未损。各种诸如此类的神迹数之不尽。崇迪作为泰国最为人认识的佛牌之一,当然也有不少其他开光此法相为人所知的大师,例如:龙婆班,龙婆啤,龙婆咪等。



图 1- 4 崇迪佛

[1], 资料来源: พลอยชุมพล (2022/04/10) <https://www.thairath.co.th/tags/สมเด็จพระวัดระฆังแท้> (2021-09-21)

1.2 帕洛佛 (Phra Rod) [1]



图 1-5 帕洛

五古佛之一的帕洛佛 (Phra Rod), Rod 在泰语中是“过关”的意思,顾名思义,帕洛佛的意义是凡事能过关斩将、顺利完成,尤其在避险方面有着非常显著的效果。因此,帕洛在泰国有着“避险佛”、“脱身佛”、“化险为夷佛”等美称。帕洛佛出自塔拉瓦利朝代的泰国,而且是五大古佛中,年代最古老的佛牌,比大家熟知的崇迪佛、女王佛有悠久的来历。帕洛佛牌造型普遍为子弹半圆型伏魔印慈悲佛。佛陀右手自然放于大腿上,手掌抚膝,左手向上盘于腹部,蕴指托天掌地。帕洛佛牌督造于佛历 12 世纪至 16 世纪,至今已有 1300 年历史,是由从前的鲁士那洛制造后,将这批佛牌埋藏在舍利塔内。而后经过千年的岁月滋润,终于在百余年前由僧侣所发现。经过一番古物法会,此批佛牌才逐渐被挖掘出来,再分发给有缘的信徒佩戴。帕洛佛可以帮助佩戴者挡掉一切不好的事物,避一切生活事业上的危险和阻碍,包括挡灾、防险、防小人、避官非、突破困境,任何难关都能顺利渡过,提升运势,助正偏财运,助官运、事业运等。佩戴帕洛古佛最特别的是它可以帮助佩戴者避开一切灾难、远离一切苦难。以躲避血光之灾等。避险功效闻名泰国,适合工作性质具有危险性的人,如军警人员及从事建筑工作的人士等佩戴。此外,它还可以帮助佩戴者开运、助运、

[1], 资料来源: พระรอดเมืองลำพูน: https://www.khaosod.co.th/newspaper-column/amulets/news_4584265
(2020-12-25)

助官运、工作升迁，同时具有招财、人缘和开启智慧善缘的力量，是一款功效非常全面的佛牌。

1.3 南帕亚



图 1-6 南帕亚佛

南帕亚或女王佛属于历史最悠久的五古大佛^[1]，比崇迪佛的历史要早。南泰语的意思是“女”的意思，帕亚的意思是“王”或者“皇”的意思，所以南帕亚直接翻译成女王佛。因此中国人的说法是比较适合女性佩戴的佛牌，因其法相端庄、美丽深受人们。首次发现于佛历 2444 年，据说是当时的女王为了保护自己的士兵上战场杀敌能够平安归来而督造的圣物。南帕亚的法相是三角形，佛相结触地印，双耳垂肩，早期部分的南帕亚面部没有法相，慢慢就变有法相。女王佛是以佛祖为法相的，一些刚接触的朋友可能以为女王佛的法相是女王，其实，女王佛的法相是佛祖的造型。这也是正牌佛牌的特征，正牌佛牌都是以神佛为法相。传统的女王佛在法相上是没有五官的，象征着佛无我无相无面的至高境界，同时也可以理解为我们心中的佛。一般为三角形，双手分别结禅定印和触地印，双耳宽大垂肩，造型非常简单，没有清晰的袈裟服饰，背面也没有多余的设计。后来在近代，逐渐出现了有五官的女王佛，佛牌身上也开始有袈裟的服饰表达，背面也会有经文设计出现。

[1], 资料来源: ดวงดีบ : (2016) สุตยอตพระเครื่องเบญจภาคีพระนางพญา กรุวัดนางพญา จ.พิษณุโลก พิมพ์เทวดา

南帕亚的功效是提高个人魅力，也有人将南帕亚称之为“女款崇迪”。演艺方面的从业者佩戴此类圣物，比较容易让人赞同你的观点和你的行为，说出的话会比较让人爱听，得到更多人的关注，演出戏来得得心应手，观众会越来越多。职业女强人佩戴可提升领导魅力，让人更加支持、信服你的为人与工作态度。现如今，高僧督造加持南帕亚时都会邀请泰国女性皇室成员（王后或公主）来主持法会。

1. 4. 帕蓬素潘（Phra Phong Suphan）



图 1- 7 帕蓬素潘

帕蓬素潘（Phra Phong Suphan）或永無絕景佛是五古佛之一，已经大约 800 多年的历史，出土于泰国中部的素攀武里府^[1]。创造于乌通（Uthong）王朝时期。埋藏在瓦马哈塔寺的塔里，是以前的鲁士辟拉莱所制。于半世纪前，有瓦马哈塔寺的僧侣委员会举行公祭开塔仪式，恭请佛牌出塔，以供善信自由捐庙恭请。剩余的就原封不动，封塔保存至今。目前帕蓬素潘佛牌约有三种模板，四种颜色，分别是黑、红、褐、绿，以抵抗物理伤害为著名。

[1], 资料来源: พลายนพ (2019). ประวัติที่มาของพระผงคลุฑพรหม
<https://www.thairath.co.th/lifestyle/amulet/1980873> (2022-02-05)

帕蓬素攀除的功效可以顺利把运气往上提升，而不至跌入谷底，因此，泰国人亦称之为战斗佛，在古时士兵要出战时也会配戴此佛牌，而配戴士兵也没有战死沙场的。相传早在 700 年前曾有高僧制作并埋在瓦吗哈塔寺，最早的帕蓬素攀，也是在此寺庙中发现此佛，当时挖出后也发现历史记载，配带效果会让人没有绝路，更让人绝处逢生，这是当时佛塔开挖后的记载文献，因此，非常特殊的一尊佛，因此在泰国称之为可以招来富贵荣华的五古佛。相信，此佛牌在各方面都会助配戴者一臂之力，此牌每块品相、色泽、背面指模都不尽相同，有如每块都有其独特之处，每一块都不相同，这也是手模老牌的迷人之处。

1.5. 颂扣(Phra Soom Kor)



图 1-8 颂扣佛牌

颂扣(Phra Soom Kor)又称“富贵佛”，出产于泰国北北方的老城市叫甘烹碧府(Kamphaeng Phet)，据传是素可泰王朝第十五世王本人亲自督造的^[1]。颂扣佛是五大古佛之一，也是其中最为招财的佛宝，最早的一批颂扣于甘烹碧府的老

[1], 资料来源: สมาคมพระเครื่องไทย: (2018): อมตพระกรู เมืองกำแพงเพชร: พระกำแพงซุ้มกอ ; <https://www.samakomphra.com/page/home/views> (2022-01-09)

佛塔中发现，随之出土的还有一则铭文，译文为拥有此批佛牌将不贫穷，有颂扣远离贫穷！据考证，颂扣佛是素可泰王朝五世皇登基前为了施以祝福，并期望此城繁荣昌盛富贵和平，而邀请当时最高阶的三位高祖鲁士加持，分别是鲁士塔发, 鲁士塔沃以及鲁士丕瑞拉。

千年古术招财避险，当年出塔之时，并有那个时代最顶尖的高僧共同来念经请出塔外，就包括崇迪之王阿赞多，颂德蜀，崇迪 lun，龙婆 kaew，龙婆 yam 等。后来，这些师傅一起研究古佛的材料成份以及法术部分，大家受益匪浅，并记录下来，做成被后世传承的永不贫穷的法门。

阿赞多将法术带回曼谷，并潜心研修，成功制作了举世的佛宝，同时还有高桥寺的龙婆严运用了此高超的法术，制作出了全泰五大之一的粉制必打，还有很多高祖级别的师傅也都一直沿用这门古法术，并沿袭下来！除此之外，同时所做的除这五大古佛以外，还有其他的佛牌，其中，就有一粒很特别的有小颂扣之称的颂佑佛！也被称作甘烹碧颂佑佛。离曼谷 350 公里的甘烹碧府，本意为像钻石一样坚固的城墙，这里有被围城 U 型的高高城墙，用厚砖块砌成，然后涂上整齐的树胶，高墙内有 20 多座寺庙，但由于早年监管不力，很多宝物都被盗走！其中出土比较少的就是颂佑佛，在古代颂佑也被归于颂扣一类，也是五大之一。古人云，颂佑佛会增加财富，越来越兴旺，人气越戴越爆棚。

除了五大古佛之外，本阶级还有很多比较受欢迎的佛牌如西瓦里佛、善加财佛等。

2) 高僧等级

高僧（师傅自身牌）等级：通常大师会灌注自己毕生的法力在自身牌里，属于全功效的牌，在泰国并不是所有大师都有资格制作自身牌的大师自身牌供奉放在佛祖下面一层，从上数下来第二层的位置，大师不管有没有圆寂，只有有修为的高僧才能出大师自身像，现在也是蛮多阿赞出自身牌的，大家都可以佩戴自己崇拜的大师自身像。

泰国当地居民恭请了师傅自身牌以后灵验事迹不断，由此许多人认为，师傅自身相佛牌比崇迪等大众牌更为灵验。事实上，泰国佛牌收藏家给予的答复是：佛牌的力量来自于加持师傅，而信众若是能恭请师傅自身相佛牌，相当于让师傅在自己身边佑护自己。并且师傅在加持自身牌时，为了让自身牌为信众带来更好的功效，师傅必然鞠躬尽瘁，更加用心。另外则是师傅法门加持的自身牌，在功效上更为显著。就好比龙婆坤大师，法门是招财，加持的自身相佛牌的招财功效相较于其他的佛牌来说更为显著。

在泰国佛牌里有很多大师的自身牌可善信恭请，而最受尊重的有叫做“九大圣僧”。



图 1-9 九大圣僧

2.1 九大圣僧

九大圣僧具有在泰国最受尊重的 9 位高僧，而因此他们传承了泰国上千年的法脉，无数流传至今的圣物，都与其有着莫大渊源^[1]。

1) 龙普托，仓海寺。

沧海寺 400 年前的泰国一代阿罗汉尊者“龙普托”，据传闻这位高僧可以脚踏海水使其变为淡水。在泰国，龙普托的传奇事迹家喻户晓，至今仍经常传出有人在梦中梦到这位圣僧，受其点化，逢凶化吉。

2) 阿赞曼，帕素塔瓦寺。

阿赞曼被称为现代阿罗汉，大师是森林派大宗师，一位备受推崇的禅坐大师出名的是他仙逝后肉身不腐几百年，被多家外国媒体用各种仪器进行试验最后得出结论，大师肉身没有采用任何防腐手法，是在深入禅定中坐化。之所以采用这么奇怪的姿势，是因为适逢天灾，该僧人立志牺牲自己的生命来救度众生，并为世人留下不朽肉身，以激励后人坚信佛法不虚。

[1], 资料来源：泰藝佛行：(2020)：了解佛牌不可不知的泰国九大圣僧

3) 阿赞多，拉康寺。

阿赞多大师 (Achan Toh) 出生於曼谷王朝拉玛一世时期，佛历 2331 年 4 月 17 日 本身实为泰国皇族血统。崇迪佛牌的创造者，崇迪佛牌是泰国五大古佛之一，除创造崇迪佛牌的神奇故事之外，大师还有一个广为人知的故事，就是收伏鬼妻娜娜。佛历 2415 年 6 月 22 日，星期六夜间 12 点，大师以盘坐的方式圆寂。

4) 龙普多，巴鲁清批寺。

龙普多督造加持的必打佛牌是近代佛牌灵验之最，因此师傅也被称为“近代掩面佛王”。他是在世时曾是泰皇的老师。龙普多出生于佛历 2430 年，自小就在屈巴卢清比寺 (Wat PraDoChimplee) 成为小和尚，跟随这个寺庙的主持拍啊铁今近金、阿赞碰以及龙波蜀学习僧侣戒律。他 20 岁时即佛历 2450 年 7 月 16 日 (西历 1907 年)，在当时三间大庙的主持见证下成为正式僧侣。龙普托于佛历 2524 年圆寂，享年 93 岁 (西历 1887 年-1981 年)

5) 龙婆银，班甘寺。

龙婆银被称为“财佛”，一生只督造加持过一个限量 5000 多尊的“龙婆银师傅法相的小立尊”，相传拥有一尊便会非凡富贵，财源不绝。龙婆良 (龙婆银) 高僧生于佛历 2353 年的 9 月 16 日，20 岁时出家为僧。在泰国名字带良的师傅有很多位，级别和名气最大的既是龙婆良，良 (Ngern) 在泰语中是含义是钱或银，大师名字来源是因为大师母亲生下龙婆良后，家里做什么都顺利，生活变的越来越富裕。龙婆良开光加持的佛牌圣物非常少，自身佛牌、大头财佛、财龟，每一尊都是非常灵验的佛牌。龙婆银于佛历 2462 年的 1 月 13 日圆寂。

6) 龙婆登，农坡寺。

龙婆登高僧一生嫉恶如仇，所督造加持的灭魔刀是全泰第一的。师傅的圣物中含有大量的正能量，可对抗一切邪恶力量并抵挡黑降头术。龙婆登大师生于佛历 2403 年，是泰国老一辈的传奇圣僧，Wat Nongpo 佛寺的前任主持。师傅的灭魔刀是全泰第一，法力极强。灭魔刀的佩戴者一旦被人施了邪术或降头，在降头还未到其身边时就会被反弹。因此，师傅的灭魔刀也有“胜利之刀”和“上帝之刀”的称号。龙婆登的 (狮子) 也是全泰第一的，师傅常以手雕的形式亲制，并采用珍贵的象牙作为材料，每尊星里面高僧还会引入特殊的神兽灵在里面，人们都相信龙婆登的星具有一种强大的神秘力量，可以增加佩戴者的官运、地位、权势、威望，让人旗开得胜、百战百胜。

7) 龙婆班，邦农科寺。

龙婆班大师，被广大善信尊为财富第一的高僧、神兽崇迪法相的创始者，也是众多在世高僧、名师的师祖，龙婆班主修的法门是超级强力的招财法门，佩戴龙婆班的神兽崇迪佛牌搭配他独门的招财心咒可提升佩戴者各方面的运势，这点上经过了近百年的验证，泰国佛教善信对龙婆班和他的神兽崇迪及招财经咒可说是家喻户晓的。

8) 龙婆术，白榄寺。

龙婆术高僧督造加持的前三期白榄非常灵验，在泰国已是千金难求的圣物，龙婆术大师于佛历 2427 年生于泰国西部地区的苏喷布利府。是一位禅定宗师，又是法身禅定法门的创始人，其下弟子遍布世界各地，更是白榄佛的创造者，当时为了扩建佛寺及禅舍，龙婆术亲自督造加持了自己的经典圣物“第一期白榄佛牌”，这期佛牌成为了当时善信对寺庙捐款后的结缘之礼，在后来变成全泰顶级的招财挡险圣物之一，其一生督造过一共三期的白榄佛牌，非常之灵验。龙婆术大师于佛历 2502 年在佛寺完寂，享年 75 岁，其身体金身不化，现安放在寺中让人供奉，足见其修为之高深。

9) 龙婆蜀，帕空玛坎陶寺。

泰国传奇法力高僧，其法力及神通深不可测据记载可将大象随意缩小，也可将麻绳变成鳄鱼。龙婆蜀大师，师傅督制、加持的“崇迪、光辉崇迪、招财龟、佛祖、七龙佛”等佛牌，在泰国都非常著名，也获得多个第一的称号。龙婆蜀掌握四种元素的加持方法，分别是“风，水，火，土”四种元素，也是泰国唯一掌握“属性 108 种法门”的高僧，泰国很多僧人，穷尽一生也就是掌握了风、水、火、土，四种属性的其中一种，而龙婆蜀却能全部掌握，这也让当时以及后世的僧人，为之震惊。以龙婆蜀这样的法术修为，制作出的佛牌，能获得多个第一的称号也就不奇怪了。

2.2) 近代出名高僧

泰国佛教在不同的历史时期都有让人们能够铭记于心的高僧大德，他们为泰国佛教的付出贡献是非常大的。有三位德高望重的高僧在 2500 佛历后被称为近代三大高僧，他们分别是瓦班莱的龙婆坤、匹坤通的龙婆培、瓦班白的龙婆本。三位大师现都已圆寂，但是他们一生的事迹都是受后人所称颂的。这三位高僧所在地区属于不同的府。每位高僧也有自己擅长的法门体系，以及各自最为招牌的佛牌和圣物。

1) 龙婆本

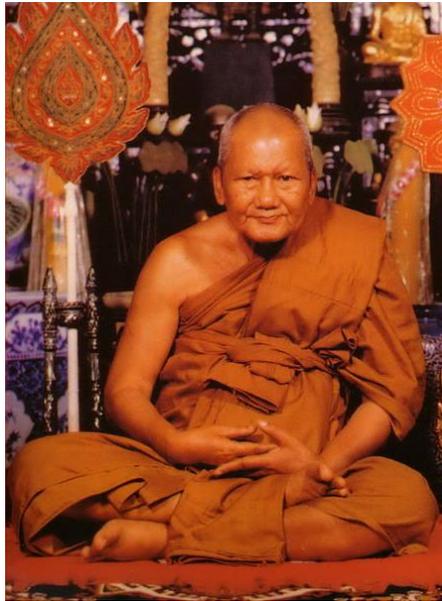


图 1-10 龙婆本

龙婆本在泰国有伏虎罗汉之称. 大师生于佛历 2466 年, 佛统府, 家中有 8 兄弟姐妹, 以务农为生, 排行最小, 自幼便开始了成为僧侣的旅程^[1]. 龙婆本起初于屈通角佛寺出家, 跟随龙波靛大师学习法门, 之后在佛历 2491 年回到家乡屈班拍, 跟随龙普谦大师继续学习, 向龙普谦学习古老医术、符咒、刺符以及各种佛法, 大概 9 年多. 佛历 2500 年, 因泰国西部的屈那汤寺没有住持, 大师便在该庙担任住持 5 年多. 直至佛历 2505 年离开屈那汤, 回到家乡那旷不通, 并成为屈汤他孔佛寺住持, 安定下来大师便开始了佛牌的督造加持以及开始为善信刺符. 及后在佛历 2516 年, 龙婆谦大师圆寂, 寺内未有住持多时, 村民们希望可以为该庙找一位新的主持, 便向龙婆本请求. 因为龙婆本也是龙婆谦大师的徒弟, 便前往屈班拍担任住持. 回到屈班拍, 大师继续为善信刺符, 及制造佛牌圣物给善信恭请.

龙婆本大师为善信的刺符和制作佛牌, 都喜欢以老虎作为法相. 据龙婆坤回忆九年的苦行期间, 常在山中遇到老虎, 每次遇到, 大师都会坐着向老虎念经, 而老虎也会乖乖的听经, 大师为老虎念经完毕后, 老虎便好像也听懂了一样, 去. 然后大师的佛牌及刺符, 都会多用老虎的法相制造, 有些圣物甚至会浸入真的虎皮, 虎牙. 大师称老虎可辟邪、增权力、招财运。

[1], 资料来源: ประวัติหลวงพ่อบุณ (2021) <http://www.dhammadjak.net/board/viewtopic.php?t=10671>
(2021-12-22)

2) 龙婆坤

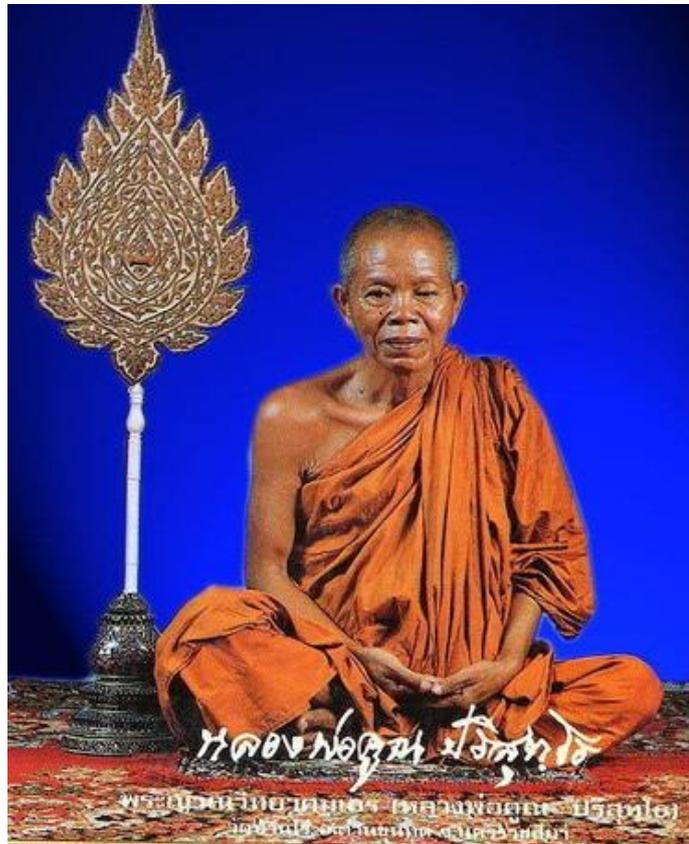


图 1-11 龙婆坤

龙婆坤生于佛历 2466 年 10 月 4 日，圆寂于佛历 2558 年 5 月 16 日，在泰国佛教历史中，是泰国最有名的扑头和尚，他与龙婆培、龙婆本，被称为“泰国近代三大圣僧”；而龙婆坤大师的“招财法门”和“挡险法门”，在泰国圣僧中也是有目共睹，非常出名。所以，龙婆坤大师也被善信们称为“活财神”^[1]。

师傅幼年学习佛学，20 岁出家，大师自小在家乡班丽（泰语）的一间佛寺上学，僧人除教常规学校里的知识外，还会教他学习巴利文。大师 20 岁时，便出家为僧，一直至今。出家后，他曾到寮国、金边等地修习佛法，修习完毕后，便返回家乡屈班丽佛寺。修行高深的大师，拥有强大法力。已有不少泰国人相信龙婆坤仙逝后，会成仙成佛，并广为传诵。姑勿论传闻的可信性有多高，但是每天有不少泰国人，从四面八方来到高僧所在的屈班丽佛寺，等上一天时间，只希望能够让高僧扑一下头，得以改运。如果有幸能够得他吐一下口水，

[1] ไม่ทราบชื่อ (2019) "หลวงปู่คุณ" เกจิตั้งแห่งที่ราบสูง กับเรื่องราววัตถุมงคล และของขลัง
<https://www.sanook.com/horoscope/153413/> (2021-12-11)

那就更加不得了了。龙婆坤本人不希望大家迷信光带佛牌就能发财，但是每个师傅的动作都让信徒好运，所以后来大家都希望有师傅的自身牌戴。后来师傅的自身牌出了几千款的佛牌，而最出名的前十叫做“龙婆坤十大自身”。

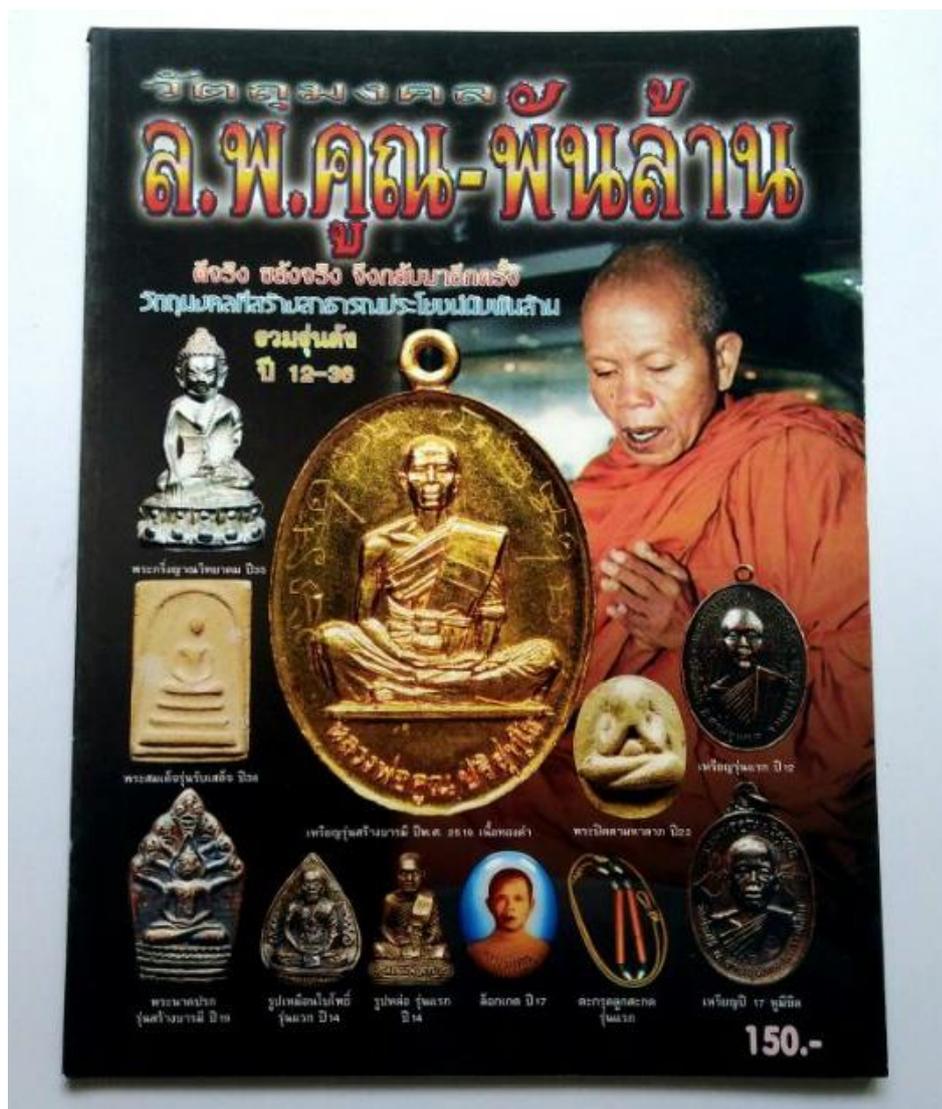


图 1-12 龙婆坤佛牌杂志

3) 龙婆培



图 1-13 龙婆培

龙婆培 (Luang Phor Pae , Wat Pikulthong) 生于佛历 2448 在形布里府。8 岁时母亲去世，舅舅将他收养^[1]。11 岁到了该上学的年纪，舅舅便将他送到寺庙学校读书，就读三个月后将应该学习的都学会之后，高僧认为他非常聪明就送他向阿赞蹦蹦老师学习经文，表现卓越。他舅舅的朋友，要将他送至曼谷寺庙读书，这样可以跟舅舅朋友的孩子作伴，于是就到曼谷读书，对古老的巴利经文产生浓厚的兴趣。佛历 2466 年，龙婆培 19 岁就通过泰国寺庙的升级考试，拿到了学位更通过佛学院的高等考试，成为了善良的高僧。各项成绩都非凡的他，让瓦玛哈踏寺非常的有面子。在 2469 年，才年纪轻轻的 21 岁，又考过更高的佛学院考试拿到了相等于佛学硕士等级的学位，让许多寺庙相当欣赏争相邀请龙婆培去驻寺修行，然而他都给予婉拒只想留在原来的瓦恰那耸康寺继续修行。在 24 到 25 岁期间，龙婆培在曼谷念书，努力地往定心禅坐的方向修持，开始到各寺庙学习也曾至卧佛寺及苏泰寺，学习不同的圣法及佛学经文当他听到邦拉沾省，有位法力高强的老师于是拜那位龙婆习为师，从那时，也开始学习督造佛牌。龙婆培督造加持过很多圣物，以崇迪佛牌最为出名，灵验度极高，其中著名的“喷”系列崇迪自佛历 2510 年开始督制，又在佛历 2511 及佛历

[1], 资料来源: สยามรัฐ (2009) ประวัติหลวงพ่อบุญ https://siamrath.co.th/n/60748 (2021-09-12)

2512 分别督制了第二期及第三期，后分别以一喷、二喷、三喷来称呼。这前三喷的崇迪在市场上极受追捧，灵验度极高，短短的时间内便被善信恭请一空。

大师最出名的佛牌是一位出名的明星叫“成龙”戴着，那一枚 2517 年的崇迪佛牌。1986 年的时候，成龙拍摄《龙兄虎弟》时受伤，脑出血，左耳头骨凹陷，碎骨内移，大难不死。当时他带着的正是龙婆培在佛历 2517 年督制加持的这款崇迪佛牌。从此，成龙更加相信泰国佛教圣物的力量。

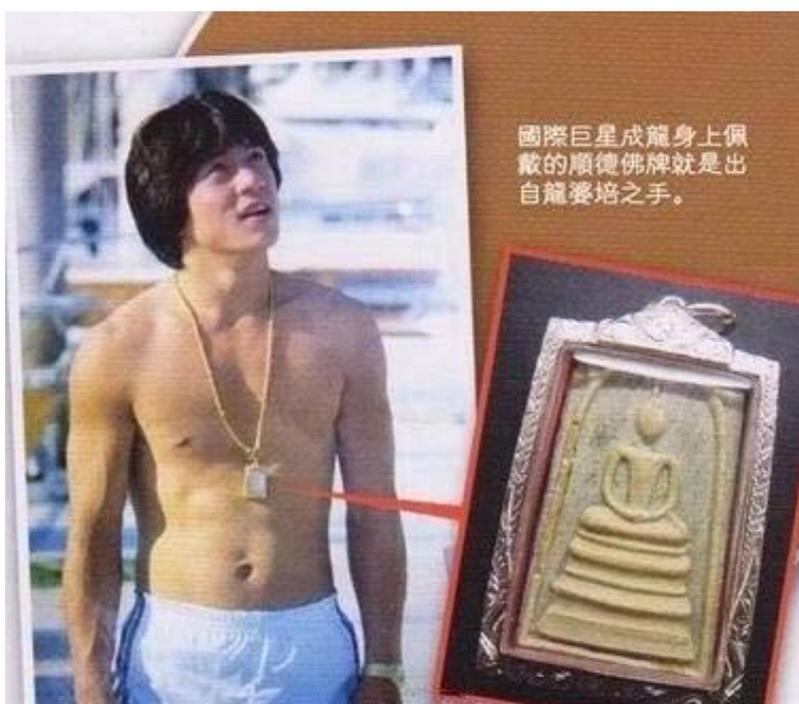


图 1-14 成龙佩戴龙婆培的崇迪

这三位高僧的相关资料和佛牌信息相信现在市场被认同，可以说这三位高僧是集法力、品德、社会贡献于一身的名师，综合的系数让大众给予极高的评价，他们的佛牌也是佛牌收藏市场内永久的主流。总之，三位高僧的佛牌其实不论种类都有极好的收藏和佩戴价值，只是选择的时候要注意年份和时期，虽然种类方面有追捧度的高低，但是师傅们的修为是绝对得到认可的，加持上不会有所怠慢。相比现在新制作华而不实的牌子，这些老一辈圣僧的圣物，不论市值，实际佩戴价值而言，都要强于现在年轻僧侣的圣物。

3) 天神佛牌

泰国佛教属于多元文化，从受到印度文化和中国文化之后，把一些印度教和中国道家的天神作为自己的神。但是也不能把所有的天神高于佛祖和佛教的高僧。如印度教的象神、四面神。中国道家的八仙、钟馗等。

3.1 四面神

3.2 象神

3.3 鬼王

4) 大神佛牌

除了受外国影响的天神之外，泰国原本还是有自己相信的各种神仙。有些从传说里、有些是历史中厉害的人变成当地供奉的神。如传说里的坤平将军变成了爱神，二哥丰历史里的赌场东变成了赌神。

4.1 二哥丰

4.2 坤平将军

4.3 郑王

5) 灵兽与其他

中国、泰国和其他东方国家的信仰一样有吉祥的动物。中国有头上龙，泰国有水里的龙。但是有些泰国和中国说法不一致如中国长寿乌龟，而且泰国招财乌龟。中国避险的壁虎，但泰国却是桃花壁虎。

(二) 正阴牌分类

1) 正牌

正牌上是佛祖菩萨，由高僧以纯净灵性的原料制成，还要诵以经文加持，功效是通过配戴相信佛法，多行善事得到福报。正牌的功效助力在于好运、财运、保平安和护身等。正牌的法相一般为神佛法相，如崇迪佛牌，药师佛牌，四面佛佛牌，高僧佛像佛牌。

正佛牌圣物会持续地提高佩戴者各方面的运势，对于未来注定要发生的一些不好的事情，会让它以一个较好的结局提前发生，所以有些佩戴的时候觉得运气没有转变，实际上很多违缘佛牌都已经帮佩戴佛牌着清除。

2) 阴牌

阴牌和正牌相反是法相怪异，由法师用人骨尸油坟土制成，持咒驱使鬼灵进驻牌内，使通过邪术控制达到祈愿目的。阴牌的设计很多都是比较淫邪的，偏黑暗系的，还会加入特殊材料，比如尸油。阴牌之所以存在，是因为一些枉死的人自身孽缘深重，无法轮回，变成孤魂野鬼之前，被师傅经请入牌中，来

帮助恭请者达成一些心愿。阴牌的法相一般为灵、妖仙和神兽法相，如燕通、锁芯、路过、拍烫。

阴牌功效确实变化快，但是阴牌需要供养，方法不对就会发生麻烦。在说法里阴牌还有特点是追求极端的加持师傅会让你未来的一些好运势提前发生，因此，在你未来运势用光之后，你的以后运气就会变差。为了更容易了解笔者把正阴牌的区别成以下的表。

表 1-1 正牌和阴牌的区别

	正牌	阴牌
法相	传统/美观	古怪/邪恶
法门	佛教法门	本地阴法和邪术
加持者	高僧	黑衣阿赞
材料	植物/整料	阴料/尸体
供养	不要	需要供养
功效	平常	特快
因果	无	有

二、泰国佛牌功效

(一) 挡灾、避险

有一句话“刀枪不入”是泰国佛牌原始的功效。而在中国不太受欢迎，有的刀枪不入、挡灾、避险的佛牌要增加其他功效才被人恭请。在《名家紫钦天制作》里的能容讲到挡灾、避险最出名的“拍马下格炸也”或“掩面佛”他是聪明的和尚美丽迷人，与佛祖相似。每次去施舍，村民都会特地给这卷很多东西。特别是女生，后来他成为村民的八卦。使他特别伤心，所以使用了咒语，将自己变成了一个又胖又丑的形状。并用他的六只手捂住自己的眼睛、耳朵、鼻子和嘴巴，让他无法感知到任何影响冥想的事情。最后他成为阿罗汉，直到人们所熟知的“颜面佛”。在这段故事里，中国人认为颜面佛的功效是找人缘、并没有说是挡灾的。

中国人对“刀枪不入”印象的事情大部分从法事和刺符开始，并不是恭请佛牌佛。但是也有些佛牌介绍的功效把当宅、避险作为副功效。据笔者所知具有如下：必打有两手及多手法相，手越多，挡险功能越强，除了有的挡险功能还招正偏财，龙婆托的功效挡险保平安健康，挡邪术鬼灵或者白榄佛的功效招财辟邪，保平安等。

1) 颜面佛

掩面佛又称必打佛，它具有法相挡住一切不好的东西，使之不能影响人的身心，同时佩戴者还会借助掩面佛的功力，有助招偏财运，使佩戴者正财、偏财滚来！小人霉远去。传说有一佛祖有一位弟子名叫“拍马哈格咋也纳”，他非常聪敏、样貌与佛祖有点相似，他长相俊朗，人缘很好，所以很多善信都很喜欢他，更常有善信误认他为佛祖，这些对他的修行都做很大的障碍，部份师兄弟间出现闲言闲语，有些女善信因为他的英俊外表而加以款待，又被外间说他与女子有染犯下佛门重戒，“拍马哈格咋也纳”有见及此，为避免这些不利的传言再出现，便利用神通法力将容貌变得丑陋、矮小、肥胖，这也是现今泰国称为“散哥斋”又称为“善加财”佛像的法相。

2) 龙婆托自身牌



图 1-15 龙婆托车摆

龙普托自身，又被称为车神，泰国人的安全气囊等等，泰国人相信，佩戴或者供奉龙普托的自身法相，可以让自己免受交通事故影响，避免横死。也确实，据非官方统计，泰国目前未在任何一起严重车祸中发现过龙普托的佛牌。龙婆托（龙普托）佛牌的灵验事迹巨多，据泰国消防局 20 年来统计，所有致命车祸里面没有找到龙婆托（龙普托）佛牌的碎片，深受广大人群喜爱^[1]。泰国人相信只要诚心配戴龙婆托（龙普托）佛牌，则可助正当行业兴旺发达，并能防范危险，达成愿望，增强运势，协助度过低潮迎来成功。所以龙婆托（龙普

[1], 崇迪佛牌网 (2019) 龙婆托 (龙普托) 自身有什么功效有哪些? ? 泰国佛牌高僧龙婆托佛牌功效好吗? <https://www.qinyang.tv/longputuo/174.html>

托)不只是单单有挡险功效。龙婆托(龙普托)佛牌是泰国最受欢迎的佛牌,没有之一,从普通老百姓到高官大老板,都热爱佩戴龙婆托(龙普托)佛牌。

(二) 人缘、爱情

中国有一句俗话“人见人爱、花见花开”,不仅中国人、泰国人,所有的人都希望有人爱、有人喜欢、有人支持。泰国佛牌也是有招人缘的功效。而招人缘的佛牌不管在泰国还是在中国都特别受欢迎。不管是老牌、新牌。不管样子好看还是不好看,人们都会从人缘功效选择恭请这尊佛牌。

除了人缘,爱情也十分重要。有人说人缘好、爱情也会好。所以中国人也希望佛牌能帮他们找到很好的爱情。人缘爱情的佛牌在市场上居多,而可以说每一枚佛牌都带着招人缘的功效。在这里笔者会拿出几种人缘佛牌来介绍如下:

1) 蝴蝶牌

蝴蝶牌是泰国佛牌的一种,蝴蝶牌的创始人是泰国北部高僧古巴杰士纳大师,其中古巴杰士纳大师制造最为出名。佛牌中的蝴蝶形象栩栩如生,于短短数年间,传到东南亚各地,由以人缘及带来好运十分强劲著称。

据说,曾有一日古巴杰士纳大师在蝴蝶牌修行时见有蝴蝶飞过,突然有了灵感,巧妙的运用两只灵雀(人缘鸟)的形象重新制造蝴蝶佛牌(人缘鸟佛牌),源于古巴杰士纳大师在主持及管理玛哈湾寺的建造期间,用泥土制成一批人缘鸟佛牌),而古巴杰士纳大师所造蝴蝶牌中的一男一女两个法相,大师释为天神湿婆和其妻子迦利女神,但早年推出时,都不被接受,原因是人们从来没见过用蝴蝶法相来制佛牌,但日子久了,很多人佩戴都感到十分好运,尤其在人缘爱情运上往往有显著改变。

古巴杰士纳大师擅长用大自然的植物如花粉,檀香木(mong dam)磨成粉混合在一起做成佛牌及一些招人缘及增强财运的圣物。这是因为古巴杰士纳相信花有精灵的存在及有很强的招人缘功效。而檀香木则有天生就有避降和解降的功效。所以古巴就利用了这一些材料来做成泰国蝴蝶牌,借助精灵的力量及师傅本身念经加持的法力来帮助佩戴者。由于这些植物天然就有香味,所以功效和人缘油一样。可以为佩戴者招人缘。蝴蝶牌的材料一般有108种花粉、庙宇泥土、特制的宝石及多种人缘圣物,故佛牌会发出阵花香,且香味十分持久。招财气、招人缘六合、增加异性缘。

蝴蝶神传说在泰国称为蝶神为เทพกษัตริย์ (Thep-Jarm-Leng),为一位女神,据泰国史料记载,蝶神化身样貌为一直张开翅膀的蝴蝶,蝶身为女神,而其双翅下方则给有两张女性的面孔,而此蝴蝶神传说是来自柬埔寨,并与日后

流传到了柬埔寨以及泰国边境，而后由两地的深山修行者联手请神，加以修行印证，最后才由旧暹罗白衣传入边境。“蝴蝶神”初时在泰国民间并不流行，原因是能够完全掌握督造过程及精于请魂经咒者为数少之有少，曾于佛历 2482 年，东北部有一位白衣亚赞“阿占惹勒”，联合泰国其他共八十九位大师，一同督造了约两百尊的蝴蝶神后，过了不久白衣亚赞阿占惹勒因病去逝，而他所收藏的蝶神经咒、后亦无人得知落入哪一位弟子手中，故这几十年来并没有再督造蝶神圣物直至古巴杰士纳大师重新制作。



图 1-16 彩色蝴蝶牌

2) 坤平将军



图 1-17 坤平抱三村子女人

坤平将军和坤平佛不一致。它们具带不同的功效，在此坤平是古曼童父亲的坤平。坤平是在佛历 850 年至 860 年之间，出生在一个小村的军人家庭。从小聪明非凡，英姿飒爽，深受女孩子欢迎。后来参军为国效力，武艺精湛，胆识过人，英勇善战，有缘得到一位高僧法术，曾为国立功，很快成为一位大将军。因高大威猛，长相俊俏，受到不少女性爱慕，他在情场上就像在沙场一样战无不胜。“坤”是有名望及有地位的人；“平”的意译为计划、智慧、布局、决定等。因此，坤平神像能为其佩戴者在跟人谈判、合作计划或生意时带来意想不到的好结局，加上坤聘有神通广大的灵力帮助他的神像佩戴者，所以其似戴者都能招财进禄，化险为夷，人缘六合，财源不绝。

3) 爱神佛牌



图 1-18 龙婆基的爱神佛

爱神作为泰国非常出名的爱情之神，其法相和别的天神法相有点不一样，一般的天神法相都是坐着的，而爱神是站着的，同时爱神有三个面，每个面代表的寓意也不一样，所以爱神也称为“三相神”。爱神起源于印度，是印度教三大主神湿婆、毗湿奴和大梵天(四面神)三位一体的化身，三个面孔各有不同意思，第一面代表帮助人们感情开花结果，第二面能给人们稳定的财富和事业，第三面能给人们名气和荣誉。同时爱神具有强大无形的力量，即风、火、光的能量。爱神针对异性缘人缘方面口碑非常好，姻缘正桃花，能让不明朗的感情关系瞬间明朗，由内而外的魅力提升，战胜对方，无论是爱情还是事业，都能取得主导权。可令爱侣之间契合互生旺财，消除对方外心杂念，消除如家人朋友所带来的障碍，事业上的磕绊爱神可助顺利化解，完成一切正愿望灵验非常。

4) 燕通

印库或“和合”或“爱情神”缅甸古代神灵派之记载“燕通神只要诚心供奉或佩带再加上每天密念燕通爱情神咒，就能令异性产生极大吸引力，使异性对自己产生迷恋倾慕之情。”燕通主要是用于正道桃花的，各位小三、小四，破坏别人家庭的就别指望靠这个夺位成功了，会有报应的。燕通的功效及忌讳是佩戴燕通佛牌能使另一半对自己忠诚，促进双方感情和睦(挽回感情、增进夫妻关系)，维护稳定双方感情，减少情侣外遇变心问题。而如是单身的朋友佩戴则增强自身爱情运势、旺桃花(燕通只招正桃花)容易得到异性垂青。大部分的燕通佛牌属于正牌，应佩戴于上半身，但因其“和合”的属性而不宜与其他正牌佩戴或放置在一起。



图 1-19 燕通

5) 九尾狐仙牌



图 1- 20 阿赞明第一期九尾狐牌

九尾狐传奇的故事从中国东北开始，中国泰国流行佛牌之后，才有了九尾狐佛牌。所以被一些中国人成为“商业佛牌”在泰国九尾狐仙的故事将“九尾狐仙和狐妖是两种不同的灵体，在古缅甸秘法术，九尾狐仙属仙灵，跟一般地方的狐妖不同道，属大仙法，法力高深，地位尊崇，能助男女招权贵和正偏桃花，诚心祈求助你丰衣足食，成愿力强”。之后九尾狐受很多中港台男女明星的喜欢，在电视节目、电影上都能看到他们戴着九尾狐佛牌。九尾狐仙都具有强大的迷魂力，很适合想要迷惑另一伴的人或是想要有强大异性缘之人供养。因长期吸收日月精华和天地灵气后，高于一般的鬼仙灵。最出名的九尾狐仙子是阿赞名（已圆寂）制作的。阿赞明被美誉为铸造了“狐仙传奇”，“九尾狐仙”享誉东南亚，尤其是港台的一线明星更是追捧阿赞明的“九尾狐仙”。虽然大师已经圆寂。但是阿赞明的九尾狐到现在为止有 30 期。

（三）招财功效

招财的佛牌属于最受欢迎的佛牌，也算是泰国佛牌最常见功效的一种。通过笔者收藏的资料认为泰国招偏财最厉害的佛牌具有如下：

1) 掩面佛牌

必达佛或意义掩面佛牌的功效招正偏财，避官司，是非，能够辟邪转运，挡灾保平安，使佩戴者好运连连，强力助事业、招人缘，防止遭到小人迫害，能够挡灾避险，同时远离不好的运气，使佩戴者财源滚滚，霉运、小人都离去。

2) 崇迪佛

崇迪佛具有辟邪护身、消灾挡难，同时也可具有增进佩戴者生意兴隆，招财进宝，家庭和谐，财源广进等神奇功效。泰国善信们相信佩戴崇迪佛牌，能够提升自己的个人修为及运势，而崇迪佛是泰国佛牌五大古牌之一，深受广大善信和收藏家的喜爱，也是成龙、甄子丹、郭富城、洪金宝等许多明星热衷；佩戴的佛牌。辟邪，挡险，保平安，助人缘事业缘，招财运，尤其是招女性缘。

3) 古曼童（金童子）



图 1-21 龙婆炎加持古曼童

古曼童（金童子）是泰国的一种婴灵信仰，目前已流传至泰国以外的亚洲地区。古曼童在泰语本来的意思解作「金童」，初载于《坤昌坤平》一书。古曼童的传统制作方法是將早夭的嬰兒或胎兒尸体烘烤成干，再搭配多种材料制

成。制成后还要经过高僧的法术仪式加持，并将婴灵的亡魂注入，使他们得以重生^[1]。

古曼童又分正古曼童与阴古曼童。正古曼童是用请的，而阴古曼童是强制性的。古曼童的功效是为主人招财运，挡灾险，招人缘，助事业，成愿，护主，看守财物，看家护院。现在最出名的古曼童是龙婆炎的古曼童。最出名的古曼童是龙婆爹和龙婆炎的古曼童，只不过当中国流行佛牌的时候，龙婆爹已经圆寂了，所以在市场上，较多都请龙婆炎的古曼童。龙婆炎是“古曼童之父”属于龙婆爹的大徒弟，龙婆爹和龙婆炎大师在这方面是最出色的高僧。龙婆炎在佛经研究，玄学法术方面很有成就，是泰国佛教界的宗师，同时以制作古曼童而闻名。他曾经师从于（龙婆爹）是本世纪首位制造古曼童的大师，对于佛学佛理和玄学法术均有很高深的研究。在佛牌收藏者中，龙婆炎的古曼童是继龙婆爹后最有名的，不管是佩戴的还是供奉的，因为继承了尊师制作古曼童的方法，龙婆炎的古曼童同样是非常灵验的。制作者需要用念力及经咒呼唤古曼童灵魂进入佛牌中，这需要有多年的经验和修炼。龙婆爹和龙婆炎在这方面是最出色的高僧。

4) 招财女神



图 1-22 古巴阿里亚查招财女神

[1], 资料来源: 东森新闻(2018)半夜传出念经声...10 具婴尸突蒸发! 疑被做成「古曼童」

招财女神本是一个农村家庭的女儿。叫南卦（nang kuak）全家人靠着小本生意为生，生存也只是能够温饱。但南卦却生性善良。并且特别乐于助人。看到贫苦的人，或者邻居需要帮助，她都前去帮忙。直到有一次在外府的城市中，恰巧遇到了佛陀在宣扬佛法，于是南卦前去聆听，非常入迷，自此之后南卦悟道有成。在一身善良的南卦身上，拥有了无穷的好运和财富。在家经营生意开始好转。店铺人流量也越来越多。生活和事业都越来越好。最后成为有钱人家的千金小姐。她拥有心地善良和乐于助人的这热心，被人们奉为神灵，泰国开店铺的人们都相信，只要供奉【招财女神】，生意就会好起来并且客流拥挤。一些生意冷清的店主也证实，自从供奉了招财女神。店里的生意就有了起色。有大量的客人进来购物。每天店主都会祈求招财女神庇佑生意兴隆。招财进宝。坚持供奉生意可以扶摇直上，在事业上有更大的突破。和之前冷清的店铺相比就是天壤之别。当然真正和大家所认为的一点不同的就是。招财女神，不止招财，她会带给你好运，人缘。和家庭和睦。在一些农民家里供奉了招财女神，一样可以收获满满大丰收，可见招财女神在泰国人心中有着不俗的地位。

5) 善加财神



图 1-23 龙婆坤财神佛

从泰国大城皇朝时期以来，善加财佛的法像，在每间佛寺皆会供奉及督造。据说善加财佛在世时，长相端正，皮肤呈现如黄金般的色泽，而且貌似佛陀，因而使得很多天人，和一般凡人皆会因为看到他，而将祂视为与佛无别，对待他如同佛陀一样，而且甚至有些天女会贪恋其样貌，而久留不走。泰国人之所以会供奉善加财佛，是因为他们希望自己和家人都可以如善迦财佛一样，身体健康、财源广进；而且也希望自己如善加财佛一般，是具有魅力且身形端正庄严的人。并且也是希望自己如善迦财佛一样，能够得到广博的智能，辩才无碍。

6) 虎头佛牌

在泰国和中国一样老虎代表权力。所以有些师傅会用老虎做成佛牌，特别是龙婆本庙。所有认同师傅的老虎法门和圣物是泰国最好的。老虎头的功效是提升佩戴者的权利，权威，为佩戴者辟邪挡险挡灾，助官运，招财运，提升个人运气。

第二章 中国商业佛牌市场的发展情况

第一节 中国人流行泰国佛牌的现象述评

一、中国人对泰国佛牌流行的现象发展

中国人对泰国佛牌流行的发展始于邻国采用类似的趋势。通过各种渠道，尤其是在互联网上流行的佛牌开始出现。从个人的喜爱，尤其是一群年轻的中国女生认为泰国佛牌当做漂亮的饰品，加上有保护戴牌着的作用。最早进入中国的泰国佛牌由中国资本家，他们看到在自己国家投资的机会从起佛牌交易的生意。大部分都是已经在泰国受欢迎的高贵佛牌如 崇迪佛、颜面佛。因为他们认为这些高贵牌能做他们更多的钱、亏钱的比率低。但是到中国之后，反而不受中国热门的欢迎。因此价格过高，而且国内对泰国佛牌的知识还不多和不广泛。反过来受中国人的喜欢是在泰国不太出名的一枚漂亮的牌叫做蝴蝶牌。蝴蝶牌进入到中国之后，对年轻少女来说是一种又好看有特别的佛牌。不仅样子好看，还带了香味。特别是包壳串链子之后变成更漂亮更吸引佛牌圈外的人来恭请。过一段时间之后，泰国佛牌和各种圣物慢慢有中国自编的网上写各种佛牌的介绍和故事。如这种佛牌叫什么、什么师傅加持、什么寺庙出行、什么年份、什么功效等。佛牌的讨论话题，受很多人的关注，他们觉得佛牌是一种特别、新鲜的东西。他们会在网上或者贴吧里问关于佛牌的问题。使中国内的佛牌知识越来越丰富。

在百度上只要你打“泰国佛牌”就会出现很多关于泰国佛牌的网站，不仅网店、文章、新闻还有各种贴吧讨论到泰国佛牌的资料。



图 2-1 百度查“泰国佛牌”

如百度贴吧上“泰国牌吧”里面的崇迪佛牌是什么牌？写崇迪的价格如下：“崇迪佛牌，法相造型取佛陀坐禅悟道的法相，大家熟知的崇迪有三层法座，五层法座，七层法座和九层法座之分，三层法座则寓意佛法僧三宝，也可以是天地人；五层法座寓指佛教五戒，即戒杀盗淫妄酒；七层法座寓指七级浮屠；九层法座寓指富贵与吉祥。此外，还有一种崇迪坐动物神兽的法相，于 100 多年前由高僧龙婆班所创制，也就是现在人争相收藏的神兽崇迪佛牌，当代很多高僧也多有督造此类佛牌，比如督造四面神甚为有名的龙婆禅南大师也曾督造过关过神兽崇迪，均以龙婆班的神兽崇迪为原型”。



图 2-2 泰国牌吧的百度贴吧

这话题发过之后，也会有关注的人评论加入“我有请过崇迪价位不高，效果很好”。之后有另外会员评论说“真正的崇迪在 20 万人民币以下都是假的”。过一段时间也出现另外会员说崇迪只要从庙里加持也是算好的。这样现象让大家能够看到中国人对泰国佛牌流行在不断地发展。泰国佛牌流行的现象从传播、打广告为了做生意为主，慢慢变成了有传播正确的资料和讨论。所以之后在中国佛牌圈里的知识不比泰国佛牌圈里知识的少。但是有一种比较值得关注的是中国开始了解泰国佛牌知识，泰国佛牌已经完全进入市场上的交易了（有些人叫“商业佛牌”）。所以大部分中国人认为泰国一直以来是和其他商品一样可以交换、也可以做活动。完全没有了解泰国佛牌的原皮。

2、中国对泰国佛牌流行现象的原因

外在因素

（一）受到国外流行的影响。

众所周知会说中文的中国人，不管普通话或任何当地华人尽管有移民到遥远的国家旅行。但他们中的大多数仍然通过各种新闻从模板中学习和学习文化。但是此现象是反过来的，中国大陆从华侨国家受影响。新加坡、马来西亚对泰国佛牌的了解比中国大陆人的早，2002 年，新加坡已经有 300 多家佛牌店营业。而新加坡的佛牌商家也会被泰国人认可。一位被称呼“标准佛牌商” 丹玉光。他开始做一种泰国牌商没有做过的规律。它的规律是只有从他请牌，要是能证明是假牌，100%退款。这种规律使泰国佛牌更容易销售，每地方也都开始用这规律销售佛牌。更多的外国人也放心地请佛牌。但是因此中国大陆的政府对媒体的控制，使台湾和香港流行佛牌的更广泛。这也导致了泰国佛牌市场的繁荣。因为香港人到泰国携带很多佛牌去销售，直到没有及时生产。香港的泰国佛牌企业主营业佛牌店满 10 年的何先生说：“中国市场越来越大。因为许多香港演员人喜欢挂佛牌 使中国大陆的上海，广州、澳门，包括深圳，各事业，如军人、警察、公务员、商人等。但最特别的还是演员，挂的风格和泰国人一样租来挂，有些人同时挂 3-5 枚佛牌。” 此后，中国人对泰国佛牌流行的现象比早来新加坡、马来西亚的更积极。

内部因素

（一）国内社交社会的传播

泰国佛牌的流行首先主要原因是香港明星中国名人喜欢挂佛牌如成龙、张博智等。包括在各种网络媒体上发表使泰国信仰的这一方面在中国广为人知，第一件事是邓丽筠死于泰国清迈一边有一条新闻流说邓丽君到 erawan 酒店和四

面佛许愿，但是当愿望实现之后，并没有还原。因此在很小的时候就导致死亡。另一件事情是 F4 影星新闻其中之一，VIC 从台湾来到泰国带回了古曼童。而这条新闻播出去之后，也有很多名人崇拜佛牌、圣物。结果，中国人变得越来越流行，佛牌对中国人来说越来越受欢迎。中国请佛牌的人越来越多，从自己佩戴有效，慢慢地介绍身边的朋友、家人，有些发朋友圈晒晒图。所以佛牌被大家认识和恭请。佛牌的价值也被炒越来越高。直到可以说，目前在各大城市几乎没有人知道泰国的佛牌。

（二）泰国佛牌是一种新外来的东西。

中国虽然信奉大乘佛教，但其信仰与泰国相差无几，还有一些关于具有神奇力量可以增强命运的各个方的事物信仰，如天然石头、神奇动物等。但是通过神圣仪式加持佛牌的这种东西，对中国人来说，是非常令人惊奇的。当护身符进入中国时，中国人好奇地崇拜。需要尝试泰国佛牌的功效。

（三）中国社会和经济翻天覆地的变化。

中国大部分是无宗教信仰特别是年轻人包括中年人，后来经过在 1978 年 12 月 18 日中国经济改革开放之后，中国的社会就已经不像当时的中国了。中国在法律上虽然还是社会主义，但是事实上在经济方面可以说中国已经是资本主义国家了。中国的改变使所有人的生活完全改变，现在的社会已经焕然一新。大家熟悉的社会、生活节奏已经不像以前了。因此不断变化的社会和经济条件再加上人口众多导致竞争激烈并影响压力，并以各种方式寻求庇护和依赖。人们为了更好的生活都要竞争，大家越来越有压力，需要依赖他们认为能帮助他们的东西，而他们认为外来的宗教也可能是其中一个能帮助他们的东西。这些年中国的经济快速地上升，中国社会和经济格差。社会出现了很多富一代和富二代，反之亦然穷人也越来越多。另一边有钱人把佛牌当作可以收藏、投资的东西。另一边不少穷人也把佛牌当作能帮他翻身的东西。加上中国佛教对中国人不那么可信了。在新闻上经常看到和尚骗钱的事情。陈先生说“她从小到大信中的大乘佛教，小时候家人经常带去寺庙拜佛。长大之后也照样去做，但是每次都会碰到和尚抢劫的事情，是他现在非常不想去庙里做善事。几年前来过泰国，有机会去泰国寺庙，第一印象香花都随意捐钱。他每次在泰国寺庙坐山寺都很幸福、开心。”中国人对泰国佛教信仰的印象特别好，所以使关于泰国佛牌有关的東西也被中国人关注和支持，特别是拜佛之后要恭请佛牌。

第二节 中国商业佛牌市场的特点

一、 中国人对泰国佛牌流行现象的特征

中国人开始认识佛牌的时候，泰国佛牌市场已经进入“商业佛教”时代了。因此泰国本土的佛牌市场已经有专业的佛牌协会不定期举办佛牌品相的比赛，开展宣传活动，包括相关的电视电影都有投资，普及相关知识。而私人之间也都具备一定的佛牌知识基础，相继结伴成立第三方的佛牌相关产业的机构，从事着网上佛牌市场产业链经济活动，例如：佛牌鉴别机构，佛牌装饰包装机构，佛牌修复机构等，而对于中国来说，这一切都还在起步阶段^[1]。

中国人对泰国佛牌流行现象的特征有特点是在泰国旅行的流行趋势。通过专注于前往有名的寺庙为了去拜佛和恭请他们认识的明星带过的佛牌。他们认为来到泰国一定要请一枚好佛牌回去。另一边没有到泰国的中国人们也会选择代购、网购方式请佛牌。但是价格也会比在泰国恭请贵几倍。从2010年以来，中国人对泰国佛牌流行现象越来越多。在泰国寺庙到处都是中国游客在庙里的佛牌销售处请佛牌，通过访问大多数都说给自己恭请一枚也随便给家人恭请几枚。这种情况，有些在行的人估计这种流行还会越来越广泛，所以开始在泰国恭请大批佛牌回到中国在网上销售。广东的贤先生说“越来越多的中国人会跟着风请佛牌，以后不需要到泰国也可以请到真正的泰国佛牌，而佛牌不再是奇怪可怕的东西了”。

随着泰国佛牌在中国的发展和流行，恭请佛牌的中国人越来越多，做佛牌生意的人也是越来越多。因此佛牌的神奇故事和吹捧，中国的泰国佛牌市场发展的极快。做佛牌生意的人为了赚钱也编了很多夸张的故事让有佛牌需求的人购买佛牌。再次笔者根据市场的反馈将中国善信初步归纳为三种类型：虔诚信徒、收藏爱好、盲目跟风。因此有三种类型不同的中国善信，所以出现了在中国和在泰国的佛牌市场不同的几下特点。

1. 佛牌真假在于一张照片或一张卡

因此大部分中国人从网上和社交网络请佛牌需要一个证明。所以中国牌商们发明了一个让师傅举牌拍照的方式来证明中国人请的佛牌是真正从庙里或师傅请到的。除了举牌拍照是一种证明佛牌真假的方式，还有办鉴定卡可以让中国顾客安心地请佛牌。

2. 佛牌好坏在于反馈

[1]，杨淳，何荣良（2017）《泰国佛牌在中国市场的现状，问题及对策》.曼谷.正大管理学院

笔者和很多中国牌商讨论过，在和顾客做交易中“有反馈吗？”这种问题，发生的最多。因为中国顾客认为别人带的好，自己带过以后也会很他们一样好。

3. 佛牌价格高不高在于年份

“佛牌越老越贵”大部分的中国顾客都这么认为，虽然其实有的老牌不贵，有些新牌很贵。但是他们知道。当泰国卖家把年份老的佛牌卖的很便宜，他们会以为这枚佛牌是假的。后来经营佛牌的中国人包一相便宜老牌佛牌作为高贵的佛牌卖。使在泰国市场的价格跟着高。

4. 亲自跑庙为主

因此越来越多人把国内佛牌市场弄乱所以中国人认为自己跑庙，去找师傅亲自请佛牌一定能拿到真正的佛牌。但是很多人也避免不了旅游图案诈骗的情况如《专骗同胞！假和尚租寺庙高价卖假佛牌》的新闻，旅行社采取了组寺庙或造假庙的方式来推销佛牌，一般到他们约定或者他们自己造的寺庙之前，导游会讲到关于寺庙和佛牌的功效有多么灵验还可以保证在他们安排地点请的佛牌真品，自己请的话可能请到假的佛牌，而且会对自己包括家人有伤害，但是很明确的是他们销售给游客的佛牌都是从佛牌批发市场低价拿货来销售。但是有些经济不限的就会请地陪和司机自己到寺庙里。近五年中国人流行去寺庙的程序可以分三条路线

A 线-拉康寺-黎明寺-药师庙-阿赞维拉帖-阿赞翁

B 线-龙婆本庙-龙婆炎庙-龙婆雨水庙-拉胡庙

C 线-龙婆坤庙-古巴吉士纳庙-古巴并庙



图 20-3 线-拉康寺-黎明寺-药师庙-阿赞维拉帖-阿赞翁



图 2-4 B 线-龙婆本庙-龙婆炎庙-雨水师傅庙-拉胡天神庙



图 2-5 C 线-龙婆坤庙-古巴吉士纳庙-古巴并庙

以上的中国佛牌市场特点和泰国佛牌社会协会长对泰国佛牌市场理解相反，他说“虽然泰国佛牌市场已经进入了商业时代，但是每个请佛牌的人还是不忘佛牌的根儿，那是佛祖的教义。我对中国人流行佛牌也很好奇，虽然使泰国佛牌市场恢复生长。但是也出现很多对信佛的人不乐观的现象如冒出奇怪的佛牌或流行忙阴牌的现象。

第三节 中国人流行佛牌对泰国佛牌商业的影响

一、中国人对泰国佛牌流行对泰国的影响

中国人对泰国佛牌流行现象对泰国的旅游业蓬勃发展。从各寺庙或景点与泰国佛牌、圣物、护身符有关，都会挤满中国游客。有些来提货到中国卖的中国牌商。原发佛牌和出行出名佛牌的寺庙满满中国游客，有些旅游团也把这几家寺庙做成旅游景点项目。拉康寺副方丈说

“从以前开始新加坡、马来西亚慢慢开始对佛牌感兴趣。20 年前（2000 年）的崇迪佛牌越来越多马来西亚、新加坡恭请。有不少人直接到拉康寺崇拜佛、参观寺庙随便请一枚崇迪佛牌回去。从恭请一两枚开始，慢慢就变成 10 枚 20 枚，当时我以为他们都拿去送人，后来发现他们都开始做佛牌生意，在泰国恭请佛牌到中国销售。本庙越来越被中国大陆人认知，后来有旅游团和私人导游专门到庙里恭请佛牌。”至于其他的寺庙和其他师傅家处同样受欢迎。有些距离偏远，没有在程序里，但是有很多人通过中国学生寻找担任寺庙为了请佛牌、做法事和刺符。很多佛牌营业着也都认为此现象对泰国有好处，是泰国没有注意到的软实力。因此中国人对佛牌流行发生，2019 年泰国佛牌市场价值大于一亿泰铢^[1]。Jua meungnon 泰国牌商说 “中国人是佛牌行业的大客户，疫情之前，一天可以达到 5 万泰铢以上的资金收入，因为中国人的消费观念，他们愿意花费高昂的价格来请泰国人不敢请的高价值佛牌。”

二、佛牌生意对泰国佛牌流行现象

越来越多中国人认识佛牌很多中国佛牌热爱着看到这机会把自己的爱好变成生意，最早都从新加坡、马来西亚学习佛牌和进货，过了一段时间中国佛牌热爱着人才到了泰国跑各种寺庙请各种佛牌带回中国开始从身边的人销售、利用社交媒体销售、在网上开网店，有的开了实体店。虽然在中国泰国佛牌市场还比较小，但是佛牌市场价值并不低。使外圈人也开始注意到佛牌的生意也开始往泰国跑庙请佛牌。在泰国，泰国佛牌的生意不仅寺庙还有各种佛牌店生意都变得很好。中国人到了泰国请佛牌大部分是大量的拿回国去销售。很多佛牌店为了满足中国的客户的需求会专门挂中文在自己店面加上学习一点中文。更多的店是专门卖给中国人为主。按照开台银行研究 2015 年泰国佛牌市场出口中国包括马来西亚、新加坡总额 20 亿泰铢。在中国泰国佛牌属于高价的产品，

[1], Sutthipath Kanittakul.(2021) .พระเครื่องจะเป็นสินค้าส่งออกได้ไหม ? ชวนท่องตลาดพุทธพาณิชย์ศรีทวารวดี
พินฉาน.<https://thematter.co/social/photo-album-buddha-amulet-market/159676> (2021/12-29)

主要是因为当时做佛牌的人较少，没有太大的竞争性和比较性。最开始佛牌全是高价销售，后来因为很多人也开始卖佛牌，所以价格也会慢慢地往下掉。为了竞争和保持自己的高利润中国牌商会争取很多办法来支持他所定高价的佛牌，如给佛牌分等级、给佛牌编故事、带佛牌去进行比赛或利用神奇新闻。一般牌商会考虑在两个方面的原因来给佛牌定价，一是佛牌的成本，二是佛牌的欢迎程度。现在中国佛牌市场就像新闻里说的“在中国市场佛牌的价钱是上百、上千人民币，有的是上天价”

第四节 中国商业佛牌市场对佛牌的知识与需求

一、攀蒂岩翁旺商场的中国顾客对佛牌的认知

中国佛牌市场当中的普遍观点就是佛牌是一种信仰的延伸品。这也能够表明，佛牌的固有属性当中，信仰方面的附加价值占得比重是比较大的。那么佛牌商在营销时候对于这一方面的属性利用对于销售是有帮助的。投其所好，佛牌商在挑选佛牌的时候，抓住了大众的这一认知的话，势必对于佛牌销售的提升会事半功倍。

中国人对泰国佛牌流行的现象的时间已经有十年了，再不是跟风的事情，虽然有些人已经不喜欢泰国佛牌了，但是也有不少中国人还戴着泰国佛牌、拜着泰国佛像。各种网络、贴吧、杂志、包括书都能找到泰国佛牌正确资料。通过本人在行已经有十年发现中国人对泰国佛牌的认知不少于泰国人的知识，只不过正确的资料只有丰富在佛牌圈内的人，不是大家都能判断佛牌资料真假。每天都有新人从身边或亲戚接触佛牌，有些从网络知道了佛牌的广告和功效。加上杨淳在《泰国佛牌在中国市场的现状，问题及对策》的论文结论说“中国佛牌市场当中的普遍观点就是佛牌是一种信仰的延伸品。这也能够表明，佛牌的固有属性当中，信仰方面的附加价值占得比重是比较大的。那么佛牌商在营销时候对于这一方面的属性利用对于销售是有帮助的。投其所好，佛牌商在挑选佛牌的时候，抓住了大众的这一认知的话，势必对于佛牌销售的提升会事半功倍”^[1]。“他对中国人对佛牌的认知和本论文在攀蒂岩翁旺商场佛牌中心做的问卷调查相近。本论文问卷调查通过 100 位在攀蒂岩翁旺商场佛牌中心买过佛牌发现 49%的中国顾客已经接触佛牌有 5-10 年，接触佛牌 1-5 年有 35%，接触

[1]，杨淳，何荣良（2017）《泰国佛牌在中国市场的现状，问题及对策》.曼谷.正大管理学院

佛牌不到 1 年有 10%，接触佛牌 10 年以上有 6%。而且他们认识佛牌的渠道最多是家人、朋友有 34%，第二多是网络社交有 31%，泰国旅游有 20%”。

表 2-1 中国顾客接触泰国佛牌的时间

表 2-1 中国顾客接触泰国佛牌的时间		
	数量 (n=100)	%
您接触泰国佛牌多长时间？		
不到 1 年	10	10
1-5 年	35	35
5-10 年	49	49
10 年以上	6	6

表 2-2 中国顾客道认识佛牌的渠道

表 2.2 中国顾客认识佛牌的渠道		
	数量(n=100)	%
您最初从哪里认识泰国佛牌？		
泰国旅游	20	20
家人、朋友	34	34
网络社交	31	31
电视节目、电影	15	15
其他	0	0

通过问卷调查，发现中国顾客接触泰国佛牌的时间百分之 4 是 5-10 年，百分之 35 接触佛牌 1-5 年，百分之 10 接触佛牌不到 1 年，最后接触佛牌有 10 年以上只有百分之 6 如表 2-1。

攀蒂岩翁旺商场的中国顾客对佛牌的认知认为比泰国人了解少一点以百分之 52，与泰国人水平相当了解百分之 30，比泰国人要了解作和比泰国人了解少很多一样是百分之 31 如表 2-2。

表 2-3 攀蒂岩翁旺商场的中国顾客对泰国佛牌的认知

表 2-3 攀蒂岩翁旺商场的中国顾客对泰国佛牌的认知		
มุมมองจากผู้ค้าพระเครื่องต่อความรู้ความเข้าใจต่อพระเครื่องไทย	数量 (n=50)	%
มีความเข้าใจมากกว่าคนไทย 比泰国人要了解	5	10
มีความเข้าใจเท่ากับคนไทย 与泰国人水平相当	15	30
มีความเข้าใจน้อยกว่าคนไทยเล็กน้อย 比泰国人了解 少一点	26	52
มีความเข้าใจน้อยกว่าคนไทยอย่างมาก 比泰国人了解 少很多	5	10
ไม่มีความเข้าใจเลย 完全不了解	0	0

同过 50 位商家填的问卷调查发现中国人最喜欢请现代化佛牌为百分之 52，接下来是喜欢请圣物百分之 26，第三是佛祖牌百分之 16，第四是自身牌百分之 4，最后是古代牌百分之 2，如表 2-3。

表 2-4 中国顾客在攀蒂岩翁旺商场喜欢请的佛牌

表 2-4 中国顾客在攀蒂岩翁旺商场喜欢请的佛牌		
ประเภทพระเครื่องที่ลูกค้าชาวจีนนิยมบูชา	数量 (n=50)	%
พระเครื่องสมัยใหม่ 现代化佛牌	26	52
เหรียญพระพุทธรูป 佛祖牌	8	16
เหรียญพระเกจิอาจารย์ 自身牌	2	4
พระเครื่องสมัยเก่า 古代佛	1	2
เครื่องราง ของขลัง 圣物	13	26

二、 攀蒂岩翁旺商场的中国顾客对佛牌的需求

消费者购买的特点超级重要及复杂，它有助于企业根据消费者购买特征来制定营销策略，规划企业经营活动，为市场提供消费者满意的产品或服务，更好地开展市场营销活动。中国人对佛牌知识佛牌作为有自己价值的东西，但是佛牌的价值有两点重要元素具有功效价值和收藏价值。佛牌专家之一 Pong Supan 先生对佛牌价值说“佛牌价值很难决定在于哪些因素，价格也是之一。通过自己经验有很多知识对于怎么做出佛牌价值，之不过最后交易成都在于双方的认同像其他商品一样。但是可以说请佛牌之前都会考虑在这几点的因素 1) 佛牌是真品 2) 佛牌品像完美 3) 能查到佛牌的来历 4) 符合买家的需求。”但是如果那尊佛牌对那人非常重要也很难说出这佛牌贵还是便宜。

其实如何判断泰国佛牌的价值也是可以根据其出身做出一些初步判断，以泰国佛牌的出身判断其价值：从价值最高是大师亲自督造、加持并随身携带的佛牌到价值最低的寺庙复制督造加持而成的本庙复刻版的佛牌。

表 2-5 中国顾客选择攀替商场里选择佛牌的原因

表 2-5 中国顾客选择攀替商场里选择佛牌的原因	
中国顾客选择攀替商场里选择佛牌的原因	%
您为什么选择攀蒂岩翁旺商场里的店家购买佛牌？ (可多选)	
有人介绍	9
佛牌商店较多	52
信度高	60
有的店家会说汉语	35
有名气	30
其他.....	0

同过 50 位商家填的问卷调查发现中国顾客选择攀替商场里选择佛牌的原因，第一信度高百分之 60，佛牌商店较多百分之 52，接下来是有店商的人员会说中文百分之 35，有名字百分之 16。

表 2-6 中国顾客购买佛牌的最主要目的

表 2-6 中国顾客购买佛牌的最主要目的		
	数量(n=100)	%
你购买佛牌的最主要目的：		
为了自己喜爱佛教文化艺术品收藏	5	5
为了能达到佛牌保护的功效	20	20
为了能达到佛牌招财的功效	53	53
为了投资收藏	15	15
为了显示本人社会地位	0	0
为了自己的行业	2	2
为了追求当时最受欢迎的佛牌	5	5

表 2-6 代表中国顾客行为的因素具有动机感受，态度，学习，相关群体，社会阶层，家庭状况，社会变化状况。通过此表的结果发现中国顾客对佛牌购买行为因素是希望能达到佛牌的功效和力量 90%，相信戴着佛牌会有佛或神保护 85%，希望能达到佛牌的招财功效作用 81%。符合动机客行为的内在因素之一。

表 2-7 (1) 中国顾客选择购买佛牌会考虑到哪些因素

表 2-7 中国顾客选择购买佛牌会考虑到哪些因素					
项目	1	2	3	4	5
您对佛牌感兴趣是因为佩戴佛牌者的反馈、神奇故事	10%	9%	49%	22%	10%
您对佛牌感兴趣是因为想把佛牌当艺术品学习	70%	16%	7%	5%	2%
您对佛牌感兴趣是因为佛牌是一种能涨价的物品	20%	10%	8%	36%	16%
您跟着电视节目、书、期刊、网络社交的介绍买佛牌	6%	4%	19%	42%	29%
您跟着明星、网红买同一款的佛牌	3%	7%	62%	19%	9%
您跟着以前请过佛牌的人介绍，请佛牌	6%	10%	3%	11%	70%
您相信那尊佛牌的功效和力量	0%	0%	4%	6%	90%

表 2-7 (2) 中国顾客选择购买佛牌会考虑到哪些因素

表 2-7 (2) 中国顾客选择购买佛牌会考虑到哪些因素					
项目	1	2	3	4	5
您相信佛牌可以当宅、去鬼	0%	5%	0%	67%	28%
您相信戴着佛牌会有佛或神保护你	0%	0%	3%	12%	85%
您相信佛牌是一种纪念佛祖说法的物品	10%	2%	15%	30%	43%
您希望能达到佛牌的保护功效作用	0%	1%	5%	19%	75%
您希望能达到佛牌的招财功效作用	0%	0%	7%	12%	81%
您相信佛牌是心理上的一种依靠，是自己心里踏实	0%	0%	14%	35%	51%
您对佛教的艺术文化的喜爱	25%	15%	31%	16%	13%
您把佛牌作为投资的物品	60%	11%	6%	3%	30%
您戴佛牌为了显示自己的信仰和宗教	80%	15%	5%	0%	0%
您戴佛牌为了代表你对那位加持者的尊重	77%	17%	0%	0%	6%
您戴佛牌为了显示您本人社会地位	90%	16%	4%	0%	0%
您戴佛牌，因为自己个人的喜欢	15%	10%	9%	11%	55%

从表 2-7 可以看到在攀蒂岩翁旺商场的佛牌中心，中国顾客选择购买佛牌会考虑到哪些因素排前三是相信那尊佛牌的功效和力量为 90%，相信戴着佛牌会有佛或神保护的功效为 85%，第三希望能达到佛牌的招财功效作用为 81%。从此论文可以证明佛牌消费者的影响因素像其他商品一致。佛牌消费者请佛牌的因素主要为了达到佛牌的各种功效。符合影响消费者行为的因素的心理需要的因素之一^[1]。“人的需要是由低级向高级发展的。只有满足了低层次的需要，才能产生高一层次的需要”。这句话能完全代表此调查的结果消费者相信戴着佛牌会有佛或神保护的功效排在前三，是因为消费者需要满足底层的需求，在此底层的需要就是生命安全。

[1] , [美] 戴维 L. 马瑟斯博 著, 陈荣 许销冰 译 2018 《消费者行为学》

表 2-8 中国顾客请佛牌的原因

表 2-8 中国顾客请佛牌的原因		
	数量(n=100)	%
สถานที่จำหน่าย 销售地点	15	15
ความน่าเชื่อถือของผู้ขาย 卖家的信任	20	20
ราคาของพระ 佛牌的价格	45	45
พระที่เป็นที่รู้จักทั่วไป 比较受欢迎的佛牌	18	18
สภาพความสมบูรณ์ของพระ 佛牌的品像	32	32
การออกแบบและความสวยงามของพระ 佛牌的设计和美观	42	42
ชื่อเสียงของวัดหรือสำนักที่ออก 寺庙的名气	55	55
เกจิหรือคณาจารย์ผู้ปลุกเสก 加持佛牌的师傅	65	65
กระแสนิยม ณ เวลานั้น 暂时流行的佛牌	25	25
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ 广告	30	30

从表 2-5 到表 2-8 的问卷调查结果可以决定商家的汉语提供不是影响到中国恭请佛牌行为的全部因素中国人选择请佛牌除了商家提供汉语的质量之外，还有其他因素影响他们选择佛牌如 大师、寺庙、佛牌的美观、价格等。符合杨淳在《泰国佛牌在中国市场的现状，问题及对策》的论文结论说

“从顾客构成来看，佛牌消费市场是一个极为广泛、复杂、多样的市场。佛牌消费者不仅年龄、性别、职业、收入、居住区域、宗教信仰、受教育程度不同，而且个性、生活方式、爱好和习惯不同。这些不同又带来了佛牌的品种、规格、质量、款式、服务、科技含量和价格等方面的要求不同。从交易的规模和方式来看，佛牌消费市场是一个交易数量小、交易次数少的市场。佛牌首饰是耐用消费品，消费金额少则几百元，多则上万元，不可能像日常消费品那样经常性购买，对同一个消费者来说，相同品种、相同类型的佛牌重复性购买的可能性不大。但消费者一旦认同了商家的信誉，可以选择不同品种、不同类型的佛牌方面对商家产生依赖性购买，并且可以在消费者周围产生扩散效应。佛牌属于贵重商品，消费者来源广泛，不便赊欠，一般是以现金交易方式为主。恭请佛牌的泰国人是随着个人的喜欢，有的喜欢请老牌，有的请新牌。他们请佛牌的因素也是有的因为自己对佛教艺术喜爱，有的要求佛牌的各种功效，中国人请佛牌也如此”。

第三章 对攀蒂岩翁旺商场佛牌中心的问卷调查

第一节 对攀蒂岩翁旺商牌场佛卖家的问卷调查

一、攀蒂岩翁旺商场佛牌商家基本资料

通过笔者在攀蒂岩翁旺商场发 120 份问卷调查发现有 50 位或 41%会说汉语，70 位或 59%不会说汉语。他们 50 位里面有 15 位或 30%有学过中文，35 位或 70%没有学过中文。而他们认为自己的汉语水平有 80%认为自己汉语水平是初级水平，16%认为自己汉语水平是中级水平，只有 4%自己汉语水平是高级水平。而会说汉语的牌商他们会遇到用中文的顾客是大概 25%-50%是 44%，大概 10%-25%是 30%，大概 50%-75%是 26%。

表 3-1 商家是否会说中文

表 3-1 商家是否会说中文		
ร้านค้าพูดภาษาจีนได้หรือไม่	数量 (n=120)	%
พูดภาษาจีนได้ 会说中文	50	41
พูดภาษาจีนไม่ได้ 不会说中文	70	59

表 3-2 商家是否会学过中文

商家是否学过中文		
ร้านค้าเคยเรียนภาษาจีนหรือไม่	数量 (n=50)	%
ผู้ค้าที่เคยเรียนภาษาจีน 学过中文	15	30
ผู้ค้าที่ไม่เคยเรียนภาษาจีน 不会说中文	35	70

表 3-3 商家的汉语水平

表 3-3 商家的汉语水平		
ระดับพื้นฐานภาษาจีนของผู้ค้าพระเครื่อง	数量(n=50)	%
ระดับพื้นฐาน 初级	40	80
ระดับปานกลาง 中级	8	16
ระดับสูง 高级	2	4

表 3-4 中国顾客的数量

表 3-4 中国顾客的数量 (一天)		
จำนวนลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการต่อวัน	数量 (n=50)	%
น้อยกว่าร้อยละ10 少于 10	0	0
ประมาณร้อยละ10ถึง25 大概 10%- 25%	15	30
ประมาณร้อยละ25ถึง50 大概 25%-50%	22	44
ประมาณร้อยละ50ถึง75 大概 50%-75%	13	26
มากกว่าร้อยละ75 多于 75%	0	0

二、攀蒂岩翁旺商场佛商家汉语应用

通过向 50 位会说汉语的牌商商家，他们 100%都中提供中文服务给中国顾客。他们有 80%对中国顾客经常用中文 有 15%对中国顾客有时间会用，有 5%对中国顾客很少用。而他们店里 80%应用中文在店上，只有 10%没有应用中文。如店名 90%，联络方式 40%，佛牌介绍 20%，其他 2%。

表 3-5 商家有否提供中国顾客服务

表 12 商家有否提供中国顾客服务		
ลูกค้าชาวจีนที่ร้านให้บริการ	数量 (n=50)	%
มีลูกค้าชาวจีน 有中国顾客	50	100
ไม่มีลูกค้าชาวจีน 没有中国顾客	0	0

表 3-6 商家是否在店上应用中文

在商家的商店里是否应用中文		
ร้านค้ามีการใช้ภาษาจีนในร้านหรือไม่	数量 (n=50)	%
มีการใช้ภาษาจีน 有中文	40	80
ไม่มีการใช้ภาษาจีน 没有中文	10	20

表 3-7 商家的汉语应用

表 3-7 商家汉语应用的频率		
ความบ่อยครั้งของการใช้ภาษาจีนกับลูกค้าชาวจีน	数量 (n=50)	%
ใช้ประจำ 经常用	80	80
ใช้บ้าง 有时间会用	15	15
ไม่ค่อยได้ใช้ 很少用	5	5
ไม่ได้ใช้เลย 从不	0	0

表 3-8 商家应用中文在哪些地方

表 3-8 商家应用中文在哪些地方		
การใช้ภาษาจีนในการประชาสัมพันธ์ร้านค้าพระเครื่อง	数量 (n=50)	%
ชื่อร้าน 店名	45	90
ช่องทางการติดต่อ 联络方式	40	40
แนะนำพระเครื่อง 佛牌介绍	10	20
อื่น ๆ 其他...	2	4

第二节 对购买佛牌的中国买家的问卷调查

一、攀蒂岩翁旺商场中国佛牌顾客基本资料

表 3-9 (1) 攀蒂岩翁旺商场中国佛牌顾客基本资料

表 3-9 攀蒂岩翁旺商场中国佛牌顾客基本资料		
	数量 (n=100)	%
性别		
男	56	56
女	44	44
年龄		
20-29 岁	25	25
30-39 岁	56	56
40-49 岁	15	15
50-59 岁	4	4
事业		
公务员	5	5
业主	20	20
自由职业	15	15
公司职员	12	12
大学生	10	10
无业或退休	5	5
牌商	28	28
其他…	5	5
总共	100	100

表 3-9 (2) 攀蒂岩翁旺商场中国佛牌顾客基本资料

表 3-9 (2) 攀蒂岩翁旺商场中国佛牌顾客基本资料		
	数量 (n=100)	%
地址		
安徽省	3	3
北京市	20	20
重庆市	5	5
福建省	1	1
广东省	22	22
贵州省	1	1
湖南省	2	2
江苏省	2	2
辽宁省	9	9
青海省	1	1
山东省	8	8
山西省	1	1
上海市	15	15
四川省	2	2
天津市	2	2
西藏自治区	5	5
云南省	2	2
总共	100	100

二、攀蒂岩翁旺商场中国佛牌顾客与佛牌商家汉语应用

表 3-10 攀蒂岩翁旺商场提供汉语服务的佛牌店

表 3-10 在攀蒂岩翁旺商场，您见过汉语服务的佛牌店吗？		
	数量 (n=100)	%
有见过中文服务	80	80
没有见过中文服务	20	20
总共	100	100

表 3-11 中国顾客对汉语服务的要求

表 3-11 中国顾客对汉语服务的要求		
	数量(n=100)	%
中国顾客对攀蒂岩翁旺商场商家汉语水平要求		
初级	29	29
中级	55	55
高级	16	16
中国顾客对攀蒂岩翁旺商场商家汉语水平的满意度		
满意	85	85
不满意	15	15

三、攀蒂岩翁旺商场中国佛牌顾客对佛牌商家汉语应用满意度

通过问卷调查发现攀蒂岩翁旺商场中国佛牌顾客对佛牌商家汉语应用满意度是

1. 中国顾客对攀蒂岩翁旺商场佛牌商的汉语发音认为很好有百分之 2，认为好百分之 85，一般百分之 10，差百分之 3，很差没有。

2. 中国顾客对攀蒂岩翁旺商场佛牌商的汉语语法方面没有认为很好，认为好百分之 20，一般百分之 69，差百分之 10，很差没有。

3. 中国顾客对攀蒂岩翁旺商场佛牌商的汉语词汇方面没有认为很好，认为好百分之 11，一般百分之 48，差百分之 40，只有百分之 1 认为很差。

4. 中国顾客对攀蒂岩翁旺商场佛牌商的汉语沟通理解方面认为很好有百分之 10，认为好百分之 71，一般百分之 19，认为差、很差都没有。

5. 中国顾客对攀蒂岩翁旺商场佛牌商的汉语介绍佛牌方面认为很好只有有百分之 1，认为好百分之 20，一般百分之 75，差百分之 3，只有百分之 1 认为很差。

表 3-12 攀蒂岩翁旺商场中国佛牌顾客对佛牌商家汉语应用满意度

项目	很好	好	一般	差	很差
1. 汉语发音方面	2	85	10	3	0
2. 汉语语法方面	0	20	69	11	0
3. 汉语词汇方面	0	11	48	40	1
4. 汉语沟通理解方面	10	71	19	0	0
5. 汉语介绍佛牌方面	1	20	75	3	1
6. 汉语交易方面	11	41	45	3	0
7. 对中国文化了解方面	0	13	25	50	12

同过调查发现中国顾客对攀蒂岩翁旺商场佛牌商提供汉语服务的满意度，他们认为商家对中国文化了解方面差 50%，商家汉语词汇方面差 40%，和商家的汉语语法方面差 11%和一般 69%。加上填问卷调查的建议发现中国顾客认为这几想问题使他们理解佛牌错误和交流中困难。希望商家能提供汉语的各方面的水平特别使“佛牌名称”的词汇。

第四章 佛牌商家汉语应用中存在的问题及改进建议

第一节 佛牌商家汉语应用中存在的问题

一、 商家的汉语应用不够高。

通过本人在攀蒂岩翁旺商场佛牌交易中心观察、访问和发的问卷调查发现 40% 的商家的汉语水平是初级水平，虽然中国顾客认为已经足够交易的交流，但是在提供汉语服务当中还是出错在很多地方。通过访问 tui muengsing 佛牌店的老板娘，她说在客人问价、问师傅、或者问功效，他都能自动的用中文回答顾客。但是如果问道比较详细的问题，就没有办法用中国问回答顾客。而她只能再次说几句佛牌的功效，让顾客能决定买下那尊佛牌。笔者演示作为中国顾客用中文问她佛牌的名字、加持佛牌的师傅、年份和功效。她简直流利地说中文回答问题。但是本人最为一位会说中文的泰国人，所以完全能了解她说的中文。所以笔者再请一位来逛攀蒂岩翁旺商场佛牌交易中心的中国人再问她一样的问题。老板娘回答问题都是回答笔者相近，此刻发现了问题，因为有些单词，那位中国顾客没有听明白，所以再问他那句话是什么意思？，老板娘只能用手比一比。通过本次演示笔者发现出了几方面的问题。

1. 词汇量不够
2. 翻译问题
3. 发音不标准

二、 商家的中文国化理解不充分。

泰中关系虽然想的亲密、而文化相当接近，但是佛牌文化对中国来说还是相当对中国传统信仰有差别。最初虽然中国一部分也有佛教信仰，不少佛教信徒。而中国的佛教主要是大乘佛教为主，泰国的是南传的小乘佛教为主。加上中国人对这些新来的东西还有一些偏见。如布德教授有篇文章《中国文化形成中的主导观念》中指出：“中国人不以宗教观念和宗教活动为生活中最重要、最迷人的部分。”

如今年 2022 年，泰国佛牌的流行是崇拜鬼王为主，一般情况下，中国市场也会跟着泰国市场流行一样的佛牌。而今天相反，鬼王在中国并没有受中国人的欢迎。通过越古今文化吉祥的创始人-圆圆他认为鬼王在中国不受到欢迎的原因如下

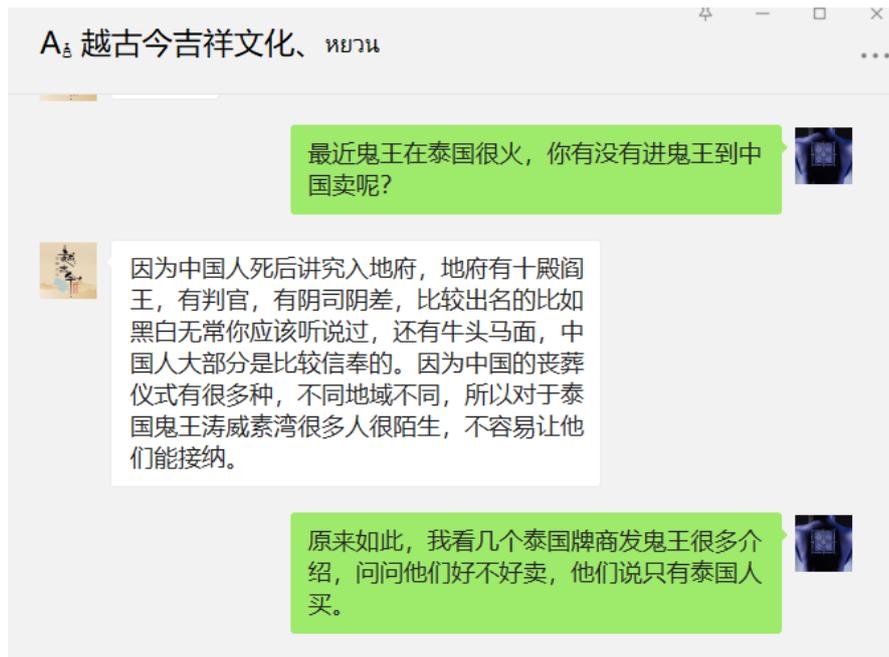


图 4-1 越古今吉祥文化创始人聊天记录

“因为中国人死后讲究入地府，地府有十殿阎王，有判官，有阴司阴差，比较出名的比如黑白无常你应该听说过，还有牛头马面，中国人大部分是比较信奉的。因为中国的丧葬仪式有很多种，不同地域不同，所以对于泰国鬼王涛威素湾很多人很陌生，不容易让他们能接纳。”

在中国信仰里泰国鬼王是镇守冥界的神明，但是这一方面地域文化和中国有些许的差异，对于中国人来说，阎王爷是管理生死的，有一句话叫做，“阎王叫你三更死，谁敢留你到五更。” 所以中国阎王对于人的生死有很大的决定权，或者说是审判者。人死后到地府，你生前做过什么恶什么不好的事都会有判官给你一一记下，接受阎王爷的审判。针对一些恶鬼作怪，中国人通常喜欢佩戴钟馗，因为在中国的文化里，钟馗捉鬼，可以避邪。笔者希望商家多多学习中国文化方面、不把中国顾客作为泰国顾客一样。首先要理解很多中国顾客不太理解泰国佛教文化和宗教禁止。有些人会把佛牌作为商品一摸一样对待，所以商家必须理解，也顺便慢慢给中国顾客更多的知识。

第二节 提高佛牌商家汉语应用的改进措施和建议

一、 增加理解中国翻译理论的知识

本论文发现关于翻译一个很大的问题是商家在讲中文的时候都是从泰国直接翻译成泰文。所以在交流的时候发生理解错误。也有些单词使对方完全不了解意思。特别是佛牌名称的单词，泰语和中文名字还是有点差别，虽然大部分是音译，但是很多泰语的声音在中文里是没有一模一样的。如 泰国的 SOMDEJ 中国叫崇迪。加上有些佛牌名称在中国的理解是从意义翻译来的如 女王牌。为了提高双方的正确理解，笔者建议在应用或者翻译关于佛牌的单词的时候用严复的“信达雅”翻译方法作为翻译的规则。

表 4-1 佛牌名称音译翻译

佛牌名字	音译翻译	信	达	雅
พระรอด	帕洛		√	√
พระปิดตา	必打/必达		√	
พระนางพญา	南帕亚		√	√
พระพิฆเนศ	犍尼萨		√	
พระพุทธรชินราช	帕扑它琴拿纳		√	
จตุคามรามเทพ	查都堪		√	
ท้าวเวสสุวรรณ	他 WHEN 素运		√	
นกสาลิกา	萨莉卡		√	

表 4-2 佛牌名称的意义翻译

佛牌名字	意义翻译	信	达	雅
พระสมเด็จ	无险佛	√		√
พระปิดตา	掩面佛	√		
พระนางพญา	女王佛	√		√
พระพิฆเนศ	象神	√		√
พระพุทธรชินราช	成功佛	√		√
จตุคามรามเทพ	泽度金			√
ท้าวเวสสุวรรณ	鬼王	√		√
นกสาลิกา	人缘鸟	√		√

通过前面两表发现音译翻译和意义翻译都是有自己的好处，在双方交流方面音译方面比较容易理解，但是在中国顾客方面需要记住单词、而几个单词对中国人来说很不顺口、更不理解意思和意义。在意义方面对双方交流方面音译方面比较困难，虽然中国顾客方面很容易理解佛牌意思和含义，但是很多佛牌名称用意义翻译之后，完全和泰语不一致。有些会中文的泰国佛牌翻译成泰文之后也不知道中国顾客要指的是什么佛牌。笔者建议在引用佛牌名称单词方面商家应该都认识更多的佛牌名称的意义翻译避免在交流的时候产生了误解。加上在应用这些佛牌名称的意义翻译的时候也顺便说说佛牌的泰语名称。

二、 更加了解中国顾客购买的行为和需求

马斯洛需求层次理论是人本主义科学的理论之一，由美国心理学家亚伯拉罕·马斯洛于1943年在《人类激励理论》论文中提出。书中将人类需求像阶梯一样从低到高按层次分为五种，分别是：生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求。^[1] 本论文发现一点较大的问题在商家除了中文水平不恰当，对中国文化不够了解还有他们不理解中国顾客购买的行为和理解。在此笔者拿出景点的理论叫马斯洛需求层次理论，使得能够理解中国顾客选择请佛牌的行为和需求。此外本论文的建议是用马斯洛需求层次理论和泰国佛牌的功效对比。当顾客需要哪种佛牌的功效，商家应用各层次的理论来理解顾客的需求和行为。

表 4-3 马斯洛需求层次理论于佛牌功效对比

马斯洛需求层次理论	佛牌的功效
生理上的需要	招财
安全上的需要	挡险、报平安
情感和归属的需要	人缘、爱情
尊重的需要	权力
自我实现的需要	佛牌所有的功效

[1] ，无名（2021）马斯洛需求层次理论 <https://baike.sogou.com/v6529567.htm>

结语

这些年泰国佛牌受到了很多人的追捧。中国商家看准了佛牌生意市场，从泰国收购各种佛牌到国内来销售。可惜在泰国的佛牌也会出现次品和仿品，对于一些不了解佛牌的人来说很难判断佛牌的真假，来到泰国不一定能请到真的佛牌。通过采访中国游客发现他们是通过朋友、网络社交媒体，如微博认识了佛牌，他们认为佛牌很灵验。在中国市场佛牌的价钱是上百、上千人民币，有的是上天价。所有在市场上便宜的佛牌都有可能按照寺庙的佛牌仿制。对于请高价的佛牌人不公平。在泰国，佛牌的收藏也是像文物和艺术品的收藏一样，佛牌的价值在出处、寺庙、大师、年份和数量，所以请佛牌的人需要谨慎。大部分的中国人带着抱佛脚的心理和成愿的希望请了一枚自己不太了解的佛牌，很多中国人开始要请佛牌就会先挑款式、问价钱。很多不愿意去了解佛牌的知识，这也是很大的一个问题。虽然现在各种社会媒体都能看到各种各样的佛牌信息，上百度也能查到佛牌的类型、功效、价钱，但是很多人也不太愿意去了解，即使他们愿意去了解也不能保证他们搜到的资料完全是正确的。攀蒂岩翁旺商场（PANTIP PLAZA NGAMWONGWAN）属于曼谷和郊区最大的商业佛牌交易中心，在攀蒂岩翁旺商场有佛牌店营业不少于 300 户。中国人是到这里买卖佛牌最多的外国人。根据本人多次观察，发现商场里的一部分佛牌店已经应用汉语标志牌如 店名、销售的佛牌、联系方式、包括写“汉语服务”在店牌上。此文章通过观察、调查等发现虽然大多数泰国商家能应用汉语，但是初级汉语加上不了解中国的文化和购物行为，使用汉语做交易的时候直往价格、功效地解释。因此产生中国顾客对泰国佛牌的误解，长期会影响到中国人对泰国的印象和泰国佛牌的生意。

参考文献

泰文

- [1] Aphinant Chantanee. 《泰国的佛牌经济研究》[D]. 大城. Mahachulalongkornrajavidyalaya University (2016)
- [2] Asso.Professor Chalong Soontravanich. 伊斯兰世界和东南亚穆斯林学术研讨会中的《佛牌在变成佛牌产业前的佛牌革新直到作为泰国最高层的宗教圣物》[M]. 曼谷: 社会学书项 (2008)
- [3] Bhudsara Sawangsri. 《商业佛教: 佛牌》[D]. 曼谷. 美术大学美术历史学院研究所 (2006)
- [4] Dr.Udom Chantima. 《在泰国社会产生佛牌价值研究》[D]. 大城 Mahachulalongkorn rajavidyalaya University (2018)
- [5] Kumpeenuwat, Jinda Ngamsiri 《佛牌起名的语言应用, 为了建立泰国社会的信仰和思想》[D]. 大城. Mahachulalongkornrajavidyalaya University (2019).
- [6] Narong Sengpracha. 《佛牌市场对社会、宗教、经济影响研究》[D]. 佛统. 佛统师范大 (1996)
- [7] Nattapon Ureuangsak. 《通过佛牌看历史: 信仰思想和商业佛教》[D]. 佛统: 艺术大学文学院教科书项目. (2012)

中文

- [8] 赫胥黎.天演论(严复,译者).[M]. 北京: 中国青年出版社,(2009)
- [9] 杨淳, 何荣良《泰国佛牌在中国市场的销售问题以及对策研究》[D]. 暖武里. 正大管理学院中国研究生院 (2017)
- [10] 杨松年《泰国佛牌神牌与信仰文化》[D]. 新加坡. 新加坡国立大学 (2018)

附录

泰国商业佛牌之汉语应用与中国客户 以攀蒂岩翁旺商场（PANTIP PRAZA NGAMWONGWAN）交易中心为例

ศึกษาการใช้ภาษาจีนในวงการพระเครื่องต่อลูกค้าชาวจีน
กรณีศึกษาศูนย์พระเครื่อง ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน

尊敬的受访者:

您好!首先感谢您在百忙之中抽出时间参与本次的问卷调查。本问卷的目的是研究攀蒂岩翁旺商场（PANTIP PRAZA NGAMWONGWAN）泰国佛牌商业卖家汉语服务研究以及对对中国客户提供汉语服务方面的措施和管理方面的状况，中国商业佛牌买家对佛牌的知识与顾客行为。本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是资料。本问卷不涉及商业机密,采取无记名方式,对您提供的资料我们将予以保密。请根据您的实际情况逐项填写。非常感谢您的合作和支持。

เรียนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน แบบสอบถามฉบับนี้จะนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์การศึกษา ในระดับปริญญา
มหาบัณฑิตสาขา วิชาการใช้การสื่อสารทางธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการใช้
ภาษาจีนในวงการพระเครื่องต่อลูกค้าชาวจีนและวิจัยความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บูชาวัตถุมงคลชาวจีน โดย
ใช้ศูนย์พระเครื่อง ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน เป็นกรณีศึกษา จึงขอความกรุณาให้ท่านพิจารณาตอบแบบสอบถามอย่าง
ละเอียดถี่ถ้วน และเป็นไปตามข้อเท็จจริงหรือความรู้ความเข้าใจของท่าน ทั้งนี้ข้อมูลและคำตอบของท่านทั้งหมดในแบบสอบถามจะ
ถูกปิดเป็นความลับ ไม่มีการระบุชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม และผลการศึกษาวิจัยจะเป็นเพียงภาพรวมของการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่มี
ผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อะไรเลย สุดท้ายนี้ขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบ
แบบสอบถามครั้งนี้

一、ข้อมูลพื้นฐาน 销售店家资本资料

1. คุณเปิดร้านให้บูชาพระเครื่องที่ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน ใช่หรือไม่
您是否在攀蒂岩翁旺商场（PANTIP PRAZA NGAMWONGWAN）开佛牌店
 ใช่ ไม่ใช่
2. คุณเปิดร้านขายพระเครื่องมานานแค่ไหน 您佛牌店已经营业多长时间了?
 ต่ำกว่า 1 ปี 一年以下
 1-5 ปี 一年到五年

- 5-10ปี 五年到十年
- 10-20ปี 十年到二十年
- 20ปีขึ้นไป 二十年以上
3. ประเภทพระเครื่องที่ร้านมีให้บูชา 您的佛牌店有销售那种佛牌？
- พระเครื่องสมัยใหม่ 现代化佛牌
- เหรียญพระพุทธ 佛祖牌
- พระรูปเหมือนเนื้อดิน / ชิน / ผง 土牌/粉牌
- เหรียญพระเกจิอาจารย์ 自身牌
- พระปิดตา 掩面佛
- พระรูปเหมือนโลหะ 铜自身牌
- พระเครื่องสมัยเก่า 古代佛
- พระกรุโบราณ 塔里佛
- เครื่องราง ของขลัง 圣物
4. มีลูกค้าชาวจีนบ้างไหม 您的佛牌店有没有中国顾客？
- มี ไม่มี 没有
5. ในร้านของคุณมีการใช้ภาษาจีนในการโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ร้าน หรือพระเครื่อง หรือไม่
在您佛牌店是否使用汉语作为广告语于介绍佛牌？
- มี ไม่มี 没有
6. ถ้าหากมี มีการใช้ภาษาจีนในที่ใดบ้าง
如果有的话，使用在哪些？
- ชื่อร้าน 店名 แนะนำพระเครื่อง 佛牌介绍 ช่องทางการติดต่อ 联络方式
- อื่น ๆ 其他.....
7. ลูกค้าชาวจีนคิดเป็นกี่เปอร์เซ็นต์ของลูกค้าทั้งหมด
在您面对的中国顾客之中，中国人比例大概占多少%？
- น้อยกว่าร้อยละ10 少于 10%
- ประมาณร้อยละ10ถึง25 大概 10%-25%
- ประมาณร้อยละ25ถึง50 大概 25%-50%
- ประมาณร้อยละ50ถึง75 大概 50%-75%
- มากกว่าร้อยละ75 多于 75%

二、คำถามเกี่ยวกับการใช้ภาษาจีนในร้านพระเครื่องที่ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน
攀蒂岩翁旺商场汉语应用方面

1. คุณพูดภาษาจีนได้หรือไม่ 你会说汉语吗?
 พูดได้ 会 พูดไม่ได้ 不会
2. คุณเคยเรียนภาษาจีนหรือไม่ 你有学过中文吗?
 เคยเรียน 学过 ไม่เคยเรียน 没学过
3. คุณคิดว่าความรู้ภาษาจีนของคุณอยู่ในระดับใด
 ระดับพื้นฐาน 初级 ระดับปานกลาง 中级 ระดับสูง 高级
4. คุณได้ใช้ภาษาจีนกับลูกค้าชาวจีนบ้างไหม 你是否与中国顾客应用中文?
 ใช้ประจำ 经常用 ใช้บ้าง 有时间会用 ไม่ค่อยได้ใช้ 很少用 ไม่ได้ใช้เลย 从不
5. หากคุณได้ใช้ คุณได้ใช้ภาษาจีนกับลูกค้าชาวจีนในการสนทนาด้านใดบ้าง (ระบุได้มากกว่า 1 ข้อ)
一般在交易中，您和中国顾客都谈些什么？（可多选）
 - ราคาบูชา 佛牌价格
 - ประวัติความเป็นมา 佛牌历史
 - คณาจารย์ และเกจิผู้ปลุกเสก 加持佛牌的师傅
 - มวลสาร 制造佛牌的材料
 - พิธีกรรมในการสร้าง และการปลุกเสก 加持佛牌的法会
 - พุทธคุณ 佛牌的功效
 - ข่าว เรื่องเล่า ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับพระ 关于佛牌反馈、新闻、传说
 - เอกสารรับรอง 佛牌的鉴定和证书
 - อื่น ๆ 其他.....
6. ขณะคุณให้บริการภาษาจีนในการสื่อสารเกี่ยวกับพระเครื่อง คุณพบปัญหาด้านใดบ้าง (ระบุได้มากกว่า 1 ข้อ)
在和中国人应用汉语交流关于泰国商业佛牌，遇到哪些问题？（可多选）
 - ปัญหาเกี่ยวกับการใช้ภาษา (ระบุได้มากกว่า 1 ข้อ)
关于语言方面问题（可多选）
 - ด้านคำศัพท์เฉพาะ 词汇问题 ด้านไวยากรณ์ 语法问题
 - ด้านสำเนียงภาษา 口音问题

ปัญหาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจต่อพระเครื่อง (ระบุได้มากกว่า 1 ข้อ)

关于对佛牌的知识 (可多选)

- ด้านความหมายของพระเครื่อง 对佛牌含义的理解问题
- ด้านพุทธคุณของพระเครื่อง 对佛牌功效的理解问题
- ด้านมวลสารการจัดสารพระเครื่อง 对佛牌的制造资料问题
- ด้านการกำหนดราคาของพระเครื่อง 对佛牌定价的问题
- ด้านการมูลค่าของพระเครื่อง 对佛牌价值的问题

三、คำถามเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจของผู้ซื้อชาวจีนที่มีต่อพระเครื่อง

中国买家对佛牌的知识 and 顾客行为

1. คุณเห็นว่าลูกค้าชาวจีนมีความรู้ ความเข้าใจต่อพระเครื่องมากน้อยเพียงใด

您觉得中国顾客对佛牌的知识是怎样水平?

- มีความเข้าใจมากกว่าคนไทย 比泰国人要了解
- มีความเข้าใจเท่ากับคนไทย 与泰国人水平相当
- มีความเข้าใจน้อยกว่าคนไทยเล็กน้อย 比泰国人了解少一点
- มีความเข้าใจน้อยกว่าคนไทยอย่างมาก 比泰国人了解少很多
- ไม่มีความเข้าใจเลย 完全不了解

2. ลูกค้าชาวจีนนิยมบูชาพระเครื่องประเภทใด เรียงตามลำดับ

中国顾客喜欢请哪些佛牌, 请按照....顺序填 1-9

- พระเครื่องสมัยใหม่ 现代化佛牌
- เหริยคุณพระพุทธ 佛祖牌
- พระรูปเหมือนเนื้อดิน / จีน / ผง 土牌/粉牌
- เหริยคุณพระเกจิอาจารย์ 自身牌
- พระปิดตา 掩面佛
- พระรูปเหมือนโลหะ 铜牌
- พระเครื่องสมัยเก่า 古代佛
- พระกรุโบราณ 塔里佛

เครื่องราง ของขลัง 圣物

3. ลูกค้านัดสินใจบูชาพระเครื่องจากเหตุผลอะไร เรียงตามลำดับ

中国顾客请佛牌的原因，请按照...顺序填 1-9

- สถานที่จัดจำหน่าย 销售地点
- ความน่าเชื่อถือของผู้ขาย 卖家的信任
- ราคาของพระ 佛牌的价格
- พระที่เป็นที่รู้จักทั่วไป 比较受欢迎的佛牌
- สภาพความสมบูรณ์ของพระ 佛牌的品像
- การออกแบบและความสวยงามของพระ 佛牌的设计和美观
- ชื่อเสียงของวัดหรือสำนักที่ออก 寺庙的名气
- เกจิหรือคณาจารย์ผู้ปลุกเสก 加持佛牌的师傅
- กระแสนิยม ณ เวลานั้น 暂时流行的佛牌
- การโฆษณาประชาสัมพันธ์ 广告

4. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

泰国商业佛牌之汉语应用与中国客户
以攀蒂岩翁旺商场（PANTIP PRAZA NGAMWONGWAN）交易中心为例

ศึกษาการใช้ภาษาจีนในวงการพระเครื่องต่อลูกค้าชาวจีน
กรณีศึกษาศูนย์พระเครื่อง ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน

尊敬的受访者:

您好!首先感谢您在百忙之中抽出时间参与本次的问卷调查。本问卷的目的是研究攀蒂岩翁旺商场（PANTIP PRAZA NGAMWONGWAN）泰国佛牌商业卖家汉语服务研究以及对中国客户提供汉语服务方面的措施和管理方面的状况，中国商业佛牌买家对佛牌的知识与顾客行为。本调查是为华侨崇圣大学商业汉语专业的硕士论文提供分析研究的数据是资料。本问卷不涉及商业机密,采取无记名方式,对您提供的资料我们将予以保密。请根据您的实际情况逐项填写。非常感谢您的合作和支持。

一、中国商业佛牌买家基本情况调查

- | | | | |
|------------|-----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 1. 您的性别 | <input type="checkbox"/> 男 | <input type="checkbox"/> 女 | |
| 2. 您的年龄阶段 | <input type="checkbox"/> 20 岁以下 | <input type="checkbox"/> 20-29 岁 | <input type="checkbox"/> 30-39 岁 |
| | <input type="checkbox"/> 40-49 岁 | <input type="checkbox"/> 50-59 岁 | <input type="checkbox"/> 60 岁以上 |
| 3. 您从事什么工作 | <input type="checkbox"/> 公务员 | <input type="checkbox"/> 业主 | <input type="checkbox"/> 自由职业 |
| | <input type="checkbox"/> 公司职员 | <input type="checkbox"/> 大学生 | <input type="checkbox"/> 无业、退休 |
| | <input type="checkbox"/> 牌商 | <input type="checkbox"/> 其他... | |
| | | | |
| 4. 您的中国地址 | <input type="checkbox"/> 安徽省 | <input type="checkbox"/> 北京市 | <input type="checkbox"/> 重庆市 |
| | <input type="checkbox"/> 福建省 | <input type="checkbox"/> 甘肃省 | <input type="checkbox"/> 广东省 |
| | <input type="checkbox"/> 广西壮族自治区 | <input type="checkbox"/> 贵州省 | <input type="checkbox"/> 海南省 |
| | <input type="checkbox"/> 河北省 | <input type="checkbox"/> 河南省 | <input type="checkbox"/> 黑龙江省 |
| | <input type="checkbox"/> 湖北省 | <input type="checkbox"/> 湖南省 | <input type="checkbox"/> 吉林省 |
| | <input type="checkbox"/> 江苏省 | <input type="checkbox"/> 江西省 | <input type="checkbox"/> 辽宁省 |
| | <input type="checkbox"/> 内蒙古自治区 | <input type="checkbox"/> 宁夏回族自治区 | <input type="checkbox"/> 青海省 |
| | <input type="checkbox"/> 山东省 | <input type="checkbox"/> 山西省 | <input type="checkbox"/> 陕西省 |
| | <input type="checkbox"/> 上海市 | <input type="checkbox"/> 四川省 | <input type="checkbox"/> 天津市 |
| | <input type="checkbox"/> 新疆维吾尔自治区 | <input type="checkbox"/> 西藏自治区 | <input type="checkbox"/> 云南省 |
| | <input type="checkbox"/> 浙江省 | | |

二、中国佛牌买家对攀蒂岩翁旺商场卖家使用汉语服务的满意度

1. 在攀蒂岩翁旺商场，您见过汉语服务的佛牌店吗？

- 见过 没见过

如果没见过

1) 您应用什么语言与商家沟通？

- 中文 英语 泰语 其他...

2) 您对商家要求应用汉语沟通吗？

- 要求（请回答第3题） 不要求

3) 如果您要求，您希望商家的汉语水平是什么程度？

- 初级 中级 高级

如果见过

1) 您是否见过应用汉语的商家，汉语水平是什么程度？

- 初级 中级 高级

2) 您对应用汉语商家的汉语水平是否满意？

- 满意 不满意（请回答第4题）

3) 您认为对应用汉语商家的汉语水平如何？

项目	很好	好	一般	差	很差
1. 汉语发音方面					
2. 汉语语法方面					
3. 汉语词汇方面					
4. 汉语沟通理解方面					
5. 汉语介绍佛牌方面					
6. 汉语交易方面					
7. 对中国文化了解方面					

4) 如果您不满意，您希望商家的汉语水平是什么程度？

- 初级 中级 高级

- 5) 您一般使用什么语言与攀蒂岩翁旺商场商家沟通? (可多选)
- 英语 汉语 泰语 其他...
2. 您认为商家的汉语水平应该在什么程度, 才方便与商家沟通和做交易?
- 初级 中级 高级
3. 你认为商家提供汉语服务是否对您购买佛牌的影响?
- 影响 不影响
4. 你认为攀蒂岩翁旺商场上的商家提供汉语服务会吸引更多中国人到这购买佛牌吗?
- 会 不会
5. 您对加强汉语服务的建议:
-
-
-

三、中国商业佛牌买家对泰国商业佛牌的知识 and 顾客需求

1. 你最初从哪里认识泰国佛牌?
- 泰国旅游 家人、朋友 网络社交
- 电视节目、电影 其他.....
2. 你接触泰国佛牌多长时间?
- 不到1年 1-5年 5-10年 10年以上
3. 您觉得您对佛牌的知识是什么水平?
- 比泰国人要了解
- 与泰国人了解相当
- 比泰国人了解少一点
- 比泰国人了解少很多
- 完全不了解
4. 您为什么选择攀蒂岩翁旺商场里的店家购买佛牌? (可多选)
- 有人介绍 佛牌商店比较多 信度高
- 有的店家会说汉语
- 有名气 其他.....
5. 你购买佛牌的最主要目的
- 为了自己喜爱佛教文化艺术品收藏

- 为了能达到佛牌保护的功效
- 为了能达到佛牌招财的功效
- 为了投资收藏
- 为了显示本人社会地位
- 为了自己的行业
- 为了达到当时最受欢迎的佛牌

6. 您对几题关于佛牌文字的重要性和影响性。（请你根据对话题的认为重要或者特别有影响打勾☑，从1一点多不重要或一点多不影响到5非常重要或者特别有影响。）

项目	1	2	3	4	5
您对佛牌感兴趣是因为佩戴佛牌者的反馈、神奇故事					
您对佛牌感兴趣是因为想把佛牌当艺术品学习					
您对佛牌感兴趣是因为佛牌是一种能涨价的物品					
您跟着电视节目书期刊网络社交的介绍买佛牌					
您跟着明星、网红买同一款的佛牌					
您跟着以前请过佛牌的人介绍，请佛牌					
您相信那尊佛牌的功效和力量					
您相信佛牌可以当宅、去鬼					
您相信戴着佛牌会有佛或神保护你					
您相信佛牌是一种纪念佛祖说法的物品					
您希望能达到佛牌的保护功效作用					
您希望能达到佛牌的招财功效作用					
您相信佛牌是心理上的一种依靠，是自己心里踏实					
您对佛教的艺术文化的喜爱					
您把佛牌作为投资的物品					
您戴佛牌为了显示自己的信仰和宗教					
您戴佛牌为了代表你对那位加持者的尊重					
您戴佛牌为了显示您本人社会地位					
您戴佛牌，因为自己个人的喜欢					

7. 您的建议:

.....

.....

.....

.....

访谈问卷

泰国商业佛牌之汉语应用与中国客户 以攀蒂岩翁旺商场（PANTIP PRAZA NGAMWONGWAN）佛牌交易中心为例

ศึกษาการใช้ภาษาจีนในวงการพระเครื่องต่อลูกค้าชาวจีน
กรณีศึกษาศูนย์พระเครื่อง ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน

尊敬的受访者:

您好!首先感谢您在百忙之中抽出时间参与本次的访谈。本此访谈的目的是研究攀蒂岩翁旺商场（PANTIP PRAZA NGAMWONGWAN）泰国佛牌商业卖家汉语服务研究以及对中国客户提供汉语服务方面的措施和管理方面的状况，中国商业佛牌买家对佛牌的知识与顾客行为。

本调查是为华侨崇圣大学商业汉语专业的硕士论文提供分析研究的数据是资料。本此访谈不涉及商业机密,采取无记名方式,对您提供的资料我们将予以保密。请根据您的实际情况逐项回答。非常感谢您的合作和支持。

เรียนผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน การสอบถามครั้งนี้จะนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์การศึกษา ในระดับปริญญา
มหาบัณฑิตสาขา วิชาการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา
แนวทางการใช้ภาษาจีนในวงการพระเครื่องต่อลูกค้าชาวจีนและวิจัยความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ชาวัก
มงคลชาวจีน โดยใช้ศูนย์พระเครื่อง ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน เป็นกรณีศึกษา

จึงขอความกรุณาให้ท่านพิจารณาให้สัมภาษณ์อย่างละเอียดถี่ถ้วน และเป็นไปตามข้อเท็จจริงหรือความรู้ความเข้าใจของ
ท่าน ทั้งนี้ข้อมูลและคำตอบของท่านทั้งหมดในแบบสอบถามจะถูกปิดเป็นความลับ ไม่มีการระบุชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม และผลการ
ศึกษาวิจัยจะเป็นเพียงภาพรวมของการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อย่างใด สุดท้ายนี้
ขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

一、ข้อมูลพื้นฐาน 销售店家资本资料

8. คุณเปิดร้านให้บูชาพระเครื่องที่ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน ใช่หรือไม่
您在攀蒂岩翁旺商场（PANTIP PRAZA NGAMWONGWAN）开佛牌店
.....
9. คุณเปิดร้านขายพระเครื่องมานานแค่ไหน 您佛牌店已经营业多长时间了?
.....
10. ประเภทพระเครื่องที่ร้านมีให้บูชา 您的佛牌店有销售那种佛牌?
.....

11. มีลูกค้าชาวจีนบ้างไหม 您的佛牌店有没有中国顾客?

.....

二、มุมมองต่อปรากฏการณ์กระแสนิยมพระเครื่องไทยของชาวจีน

商家对中国人流行佛牌现象的看法

1. คุณคิดว่าทำไมคนจีนถึงนิยมพระเครื่องไทย

您认为为何中国人喜欢泰国佛牌?

.....
.....
.....

2. คุณคิดว่ากระแสนิยมพระเครื่องของชาวจีนมีลักษณะอย่างไร แตกต่างกับชาวไทยหรือไม่อย่างไร

您觉得中国流行佛牌的现象有什么特殊? 和泰国人有什么区别?

.....
.....
.....

3. กระแสนิยมพระเครื่องไทยของชาวจีน ส่งผลต่อประเทศไทยอย่างไรบ้าง

中国流行佛牌的现象对泰国有什么影响?

.....
.....
.....

4. จากประสบการณ์ที่คุณเปิดร้านพระเครื่องในห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์งามวงศ์วาน คุณคิดว่าผู้บูชาพระเครื่องชาวจีน มีความรู้ต่อพระเครื่องไทยมากน้อยแค่ไหน และสิ่งใดเป็นปัจจัยให้ชาวจีนเลือกบูชาพระเครื่ององค์นั้นๆ

按照您在攀蒂岩翁旺商场佛牌交易中心的经验, 您认为恭请佛牌的中国人对泰国佛牌有多大的理解, 以及有哪些是影响到他们选择那一尊佛牌的因素?

.....
.....
.....

致 谢

本论文在范军导师的悉心指导下完成。范军导师渊博的专业知识、严谨的治学态度,精益求精的工作作风,诲人不倦的高尚师德,平易近人的人格魅力对本人影响深远。不仅使本人树立了远大的学习目标、掌握了基本的研究方法,还使本人明白了许多为人处事的道理。本次论文从选题到完成,每一步都是在导师的悉心指导下完成的。它倾注了导师大量的心血。在此谨向导师表示崇高的敬意和衷心的感谢!在写论文的过程中遇到了很多的问题,在老师的耐心指导下,问题都得以解决。在此,再次对老师道一声:老师,谢谢您!另外非常感谢攀蒂岩翁旺商场里所有商家的配合和帮助,我从各位收到的资料十分重要,再次感谢我身边所有的中国同行们帮我填问卷调查资料和提出宝贵建议。时光荏苒,转眼便是凤凰花开的毕业时节。离校日期已日趋渐进,毕业论文的完成也随之进入了尾声。从开始进入课题到论文的顺利完成一直都离不开老师、同学、朋友给我热情的帮助,在这里请接受我诚挚的谢意!在此向华侨崇圣大学商务汉语专业的所有老师表示感谢,谢谢你们三年的培养,谢谢你们在教学的同时更多的是传授我们做人做事的道理,谢谢三年里面你们孜孜不倦的教诲!

曾顺来

2022年5月



หนังสือยินยอมการเผยแพร่ผลงานวิจัย
论文发表同意书

เขียนที่ 写于 มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

วันที่ 日期 4 กรกฎาคม พุทธศักราช 2565

ข้าพเจ้า นาย/นาง/นางสาว 姓名 พรหมมินทร์ จังกาเสถียร รหัสนักศึกษา 学号 636021-816ระดับ

學位 ปริญญาโท 硕士 ปริญญาเอก 博士 หลักสูตร 专业 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา 系 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ คณะ 学院 วิทยาลัยจีนศึกษา

Email 电子邮件: Phrommin.mee@gmail.com

ชื่อเรื่อง 论文题目 (ดุษฎีนิพนธ์ 博士论文/วิทยานิพนธ์ 硕士论文/การศึกษาอิสระ 自由研究)

(ชื่อภาษาไทย) 泰文题 ศึกษาการใช้ภาษาจีนในธุรกิจพระเครื่องต่อลูกค้าชาวจีน กรณีศึกษา

ศูนย์พระเครื่อง ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์ งามวงศ์วาน

(ชื่อภาษาอังกฤษ) 英文题目 A STUDY OF CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION

IN AMULET CIRCLE --A CASE STUDY OF AMULET CENTER AT PANTIP PLAZA

NGAMWONGWAN

(ชื่อภาษาจีน) 中文题目 泰国商业佛牌及其汉语应用研究——以攀蒂岩翁旺商场

佛牌交易中心为例

อนุญาต 同意 ให้ศูนย์บรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เผยแพร่
งานวิจัยของข้าพเจ้าสู่สาธารณะ เพื่อเป็นผลงานทางวิชาการ ผ่านระบบฐานข้อมูลงานวิจัย ThaiLIS

同意华侨崇圣大学信息中心通过泰国文献数据库 ThaiLIS 面向社会公开发表本人论文

ไม่อนุญาต 不同意

ลงชื่อ.....ผู้วิจัย 作者签名

(.....)

