



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การศึกษาเปรียบเทียบกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม  
และการให้บริการภาษาจีนของวัดร่องขุน บ้านดำ  
และวัดร่องเสือเต้น จังหวัดเชียงราย

A COMPARATIVE STUDY OF THE CULTURAL FEATURES AND  
CHINESE LANGUAGE SERVICES OF THE THREE TEMPLES  
OF WHITE, BLACK AND BLUE IN CHIANG RAI

清莱白、黑、蓝三座庙宇的文化特色和  
汉语服务的比较研究

ณัฐธยาน์ ลิ้มปกกาญจนารัตน์  
(林命珍)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)  
วิทยาลัยจีนศึกษา มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ  
พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การศึกษาเปรียบเทียบกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการให้บริการภาษาจีน

ของวัดร่องขุน บ้านดำ และวัดร่องเสือเต้น จังหวัดเชียงราย

**A COMPARATIVE STUDY OF THE CULTURAL FEATURES AND  
CHINESE LANGUAGE SERVICES OF THE THREE TEMPLES**

**OF WHITE, BLACK AND BLUE IN CHIANG RAI**

**清莱白、黑、蓝三座庙宇的文化特色和  
汉语服务的比较研究**

ณัฐธยาน์ ลิ้มปกาญจนารัตน์ (林命珍)

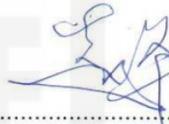
ได้รับพิจารณาอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

สอบวันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2565



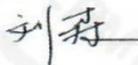
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไล ลิ้มถาวรอนันต์  
ประธานกรรมการสอบ



Dr. Zhao Ping  
อาจารย์ที่ปรึกษา



Prof. Dr. Li Yanfeng  
กรรมการสอบ



Prof. Dr. Liu Sen  
กรรมการสอบ



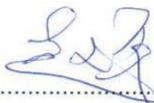
Assoc. Prof. Dr. Fan Jun  
กรรมการสอบ



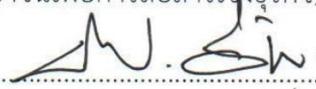
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นริศ วศินานนท์  
กรรมการสอบ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นริศ วศินานนท์  
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)



Dr. Zhao Ping  
กรรมการสอบ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชเนศ อิมสำราญ  
คณบดีวิทยาลัยจีนศึกษา

**การศึกษาเปรียบเทียบกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการให้บริการภาษาจีน  
ของวัดร่องขุ่น บ้านดำ และวัดร่องเสือเต้น จังหวัดเชียงราย**

นางสาว ณัฐยาน์ ลิ้มปกากุญจนารัตน์: 636004

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ Zhao Ping, Ph. D.

**บทคัดย่อ**

ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวมานานานาประเทศ นอกจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่สวยงาม ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากที่สุดตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงราย กล่าวคือ พิพิธภัณฑ์บ้านดำ วัดร่องขุ่น และวัดร่องเสือเต้น จุดประสงค์ของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ เพื่อวิเคราะห์ลักษณะทางวัฒนธรรมและการให้บริการภาษาจีน อธิบายศิลปะและสถาปัตยกรรมของสถานที่แต่ละแห่ง รวมถึงความสำคัญในการให้บริการต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวนมาก

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ใช้การทบทวนวรรณกรรม ตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามออนไลน์แก่นักท่องเที่ยวจำนวน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะทางวัฒนธรรมและความพึงพอใจในการให้บริการภาษาจีนของแต่ละสถานที่ ส่วนการสัมภาษณ์ ได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้จัดการและหัวหน้าบริการนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับสถานการณ์การให้บริการภาษาจีน ปัญหาที่มักเจอ และวิธีการแก้ไขปัญหา นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนต่าง

เนื้อหาภายในเล่มเกี่ยวกับการอธิบายลักษณะทางศิลปะและสถาปัตยกรรม แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ความพึงพอใจและประเมินผลทั้ง 3 สถานที่ จากผลการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนรับรู้ลักษณะทางวัฒนธรรมและพอใจอย่างมากในการให้บริการภาษาจีนทั้ง 3 สถานที่ แต่ในด้านการรับรู้อยู่ในระดับเบื้องต้นเท่านั้น ความหมายแฝงและความหมายเชิงลึกเกี่ยวกับศิลปะสถาปัตยกรรม แนวคิดทางพุทธศาสนายังรับรู้ได้น้อย ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนค่อนข้างพอใจในการให้บริการภาษาจีน แต่สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถใช้ภาษาจีนของพนักงานให้บริการเกี่ยวกับอธิบายข้อมูลความรู้ด้านวัฒนธรรมไม่ดีเท่าที่ควร อีกทั้งจำนวนพนักงานให้บริการภาษาจีนไม่เพียงพอ ไม่มีป้ายอธิบายแนะนำภาษาจีนตามจุดต่างๆ และข้อมูลภาษาจีนออนไลน์ โดยภาพรวม วิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้สำรวจวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับ ปัญหาที่พบ การจัดการพื้นฐาน การจัดแสดงเชิงวัฒนธรรมรวมถึงคำแนะนำการพัฒนาการให้บริการภาษาจีนของสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง

**คำสำคัญ:** วัดร่องขุ่น, บ้านดำ, วัดร่องเสือเต้น, อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม, การให้บริการภาษาจีน

# A COMPARTATIVE STUDY OF THE CULTURAL FEATURES AND CHINESE LANGUAGE SERVICE OF THE THREE TEMPLES OF WHITE, BLACK, AND BLUE IN CHIANG RAI

MISS NATTHAYA LIMPAKARNJANARAT: 636004

MASTER'S DEGREE OF LIBERAL ARTS (CHINESE BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISOR: DR. ZHAO PING

## Abstract

Thailand is a well-known travel destination. Beautiful natural and manufactured landscapes abound. Chiang Rai contains the so-called 3-colors of Chiang Rai, the White Temple, the Black Temple, and the Blue Temple. The aim of the thesis is to analyze the cultural characteristics and Chinese services of these areas and explain the importance of artificial creative arts, architectural arts, and huge numbers of Chinese tourists.

Literature reviews, surveys, and interviews are used to acquire data for study. The author surveyed 100 Chinese tourists via an online forum regarding their impressions of the cultural characteristics and Chinese service quality. Then, compare the figures to the satisfaction of Chinese tourists. Interview senior staff regarding problems, scenarios, and problem-solving with Chinese service. Contrast similar and dissimilar points.

The topic includes characterizing the sites' cultures, relevant theories, data analysis, and evaluation. The Chinese perceived the cultural characteristics of these places well, but only on the surface. The implication of art and architecture, as well as the idea of Buddhism, seems to be overlooked. Despite their satisfaction with the Chinese service, the staff's use of Chinese was limited to background knowledge and art details. Other issues include insufficient Chinese staff and outdated web material. The thesis analyzes collected data, existing problems, the cultural landscape, and general management to offer improvements in Chinese service.

**Keywords:** 3 Colors of Chiang Rai, Cultural Features, Chinese Service

# 清莱白、黑、蓝三座庙宇的文化特色和汉语服务的比较研究

林命珍：636004

文学硕士学位（商业汉语）

指导教师：赵平博士

## 摘要

清莱是泰国的旅游胜地之一，除了有美丽的自然风光外，还有独特的人工创建的文化艺术景观，其中最著名的旅游景点是位于清莱的白庙、黑庙和蓝庙，被称为“三色庙”。本文研究的目的是通过分析三色庙的文化特色和汉语服务，说明三色庙的建筑风格和创作艺术，以及在接待大批中国游客时汉语服务的重要性。

论文研究采用文献分析法、问卷调查法以及访谈法，对线上 100 名中国游客进行问卷调查，对各景点的经理和服务部长进行访谈。对中国游客进行的调查一方面是研究黑庙、白庙和蓝庙的文化特色知觉，另一方面是分析中国游客对三色庙各景点所提供的汉语服务情况。论文根据调查数据分析，对比分析了三色庙的文化特色和中国游客对汉语服务满意度。对各景点的经理和服务部长进行的访谈，除了理解各景点的汉语服务情况及存在问题，而且掌握服务人员的汉语程度，对比分析了各景点的提供汉语服务的差异相同。

论文的主要内容包括说明三色庙的建筑风格和艺术特色，研究的相关理论，对问卷调查的统计分析，以及对调查结果的评估。论文研究结果表明，中国游客对该三色庙的文化特色是认可的，对其知觉水平是比较高的。中国游客对提供汉语服务的满意度也是高的。但中国游客对三色庙的建筑艺术的赞誉和外观艺术的欣赏主要是停留在表面上，而对这些建筑艺术的内涵，文化渊源和佛教思想等的含义和理念的知觉较少。虽然中国游客对三色庙各景点的汉语服务比较满意，但也反映了汉语服务人员在用汉语解说三色庙的文化知识方面能力比较差。另外，景点的汉语服务人员不足，景点缺乏提供中文介绍和线上汉语咨信。论文在分析研究的基础上，针对出现的问题，对三色庙的管理措施，景点文化的展示和提高汉语服务方面提出了改进的建议。

**关键词：**三色庙；建筑艺术；文化内涵；汉语服务

# 目录

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
摘要	III
目录	IV
图表目录	VI
表格目录	VIII
<b>绪论</b>	<b>1</b>
一、选题的背景和意义	1
二、与选题有关的国内外研究综述	3
三、研究的目的、方法、内容和创新性	7
四、所要解决的主要问题	9
<b>第一章 清莱三色庙的发展概况</b>	<b>10</b>
第一节 泰国清莱旅游业的发展	10
第二节 白庙的建造艺术与发展	16
第三节 黑庙的建造艺术与发展	21
第四节 蓝庙的建造艺术与发展	26
<b>第二章 相关概念、理论基础和研究方法</b>	<b>31</b>
第一节 特色文化概念	31
一、文化的概念	31
二、文化的特征	32
三、特色文化的概念	32
第二节 文化旅游产业概念	33
第三节 知觉概念与理论	35
第四节 满意度的相关理论	38
第五节 市场营销组合 7Ps 理论	40
第六节 研究方法	44
<b>第三章 中国游客对清莱三色庙满意度的调查</b>	<b>48</b>
第一节 中国游客的个人资料	48

第二节 清莱三色庙竞争与文化特色的调查	53
第三节 中国游客对汉语服务满意度的调查分析	66
一、中国游客对黑庙汉语服务满意度的调查分析	66
二、中国游客对白庙汉语服务满意度的调查分析	67
三、中国游客对蓝庙汉语服务满意度的调查分析	69
四、对三庙汉语服务满意度的比较分析	70
<b>第四章 对清莱三色庙文化展示与汉语服务的评估和改进建议</b>	<b>74</b>
第一节 对清莱三色庙旅游景点的 SWOT 分析	74
一、清莱三色庙的相同性	76
二、清莱三色庙的差异性	77
第二节 对清莱三色庙汉语服务人员的评估	78
一、对白庙汉语服务人员的评估	78
二、对黑庙汉语服务人员的评估	79
三、对蓝庙汉语服务人员的评估	79
第三节 游客对三色庙宇汉语服务的评估	80
一、游客对白庙汉语服务的评估	80
二、游客对黑庙汉语服务的评估	81
三、游客对蓝庙汉语服务的评估	81
第四节 改进清莱三色庙管理和汉语服务的建议	81
一、改进黑庙的管理和汉语服务的建议	81
二、改进白庙的管理和汉语服务的建议	82
三、改进蓝庙的管理和汉语服务的建议	82
四、改善线上线下的服务	82
五、提升文化内涵，提高汉语能力	83
六、改进景点的设施，完善管理制度	83
<b>结 语</b>	<b>84</b>
<b>参考文献</b>	<b>85</b>
<b>附 录</b>	<b>87</b>
<b>致 谢</b>	<b>93</b>
<b>论文发表同意书</b>	<b>94</b>

## 图表目录

图 1-1 泰国，微笑之国	10
图 1-2 泰国清莱热门景点	13
图 1-3 泰国清莱白庙	16
图 1-4 白庙创始人许龙才	17
图 1-5 白庙佛殿	18
图 1-6 白庙佛殿的屋檐	19
图 1-7 白庙佛殿内的壁画	19
图 1-8 白庙的白桥、佛殿外面	20
图 1-9 白庙的金色卫生间	20
图 1-10 泰国清莱黑庙	21
图 1-11 塔顽·达察尼先生和他的儿子 Doi Tibet Duchanee	22
图 1-12 德国戈托爾夫城堡(Gottorf Castle)	22
图 1-13 黑庙里的 40 所屋子	24
图 1-14 黑庙展示的各种艺术品	24
图 1-15 黑庙独特的建筑风格与设计	25
图 1-16 塔顽·达察尼的绘画手法	25
图 1-17 黑庙的增强现实技术 (Augmented Reality)	25
图 1-18 黑庙中的雕塑品	26
图 1-19 蓝庙兴修人才 Phuttha Karbkaew 先生	27
图 1-20 泰国清莱蓝庙	27
图 1-21 蓝庙佛殿和黄蓝色佛塔	28
图 1-22 Phuttha Karbkaew 先生画的珍珠白色大佛像	28
图 1-23 蓝庙周围的建筑景点	29
图 1-24 泰国清莱的黑、白、蓝三色庙	29
图 2-1 一系列的知觉过程	35
图 2-2 依 Robert Axelord(1973) Scheme 理论与模型的应用	37
图 2-3 营销组合：7Ps 理论	41
图 3-1 中国游客的性别	48

图 3-2 中国游客的年龄	49
图 3-3 中国游客的职业身份	50
图 3-4 中国游客的收入情况	50



## 表格目录

表 1-1 全球游客入境旅游的数据	12
表 1-2 国外游客来清莱府数据	15
表 2-1 7Ps 营销理论的基本框架	43
表 2-2 李克特量表	45
表 2-3 满意等级表	45
表 3-1 中国游客的学历	49
表 3-2 中国游客赴泰语的次数	51
表 3-3 赴黑庙旅游的次数	51
表 3-4 赴白庙旅游的次数	52
表 3-5 赴蓝庙旅游的次数	52
表 3-6 黑庙的建筑特色知觉	53
表 3-7 白庙的建筑特色知觉	54
表 3-8 蓝庙的建筑特色知觉	56
表 3-9 清莱三庙建筑特色比较分析	57
表 3-10 黑庙的艺术特色知觉	59
表 3-11 白庙的艺术特色知觉	61
表 3-12 蓝庙的艺术特色知觉	62
表 3-13 清莱三庙艺术特色比较分析	63
表 3-14 三色庙知觉能力水平	65
表 3-15 黑庙汉语服务满意度的调查分析	66
表 3-16 白庙汉语服务满意度的调查分析	67
表 3-17 蓝庙汉语服务满意度的调查分析	69
表 3-18 三色庙汉语服务满意度的对比分析	70
表 3-19 三色庙的整体满意度	73
表 4-1 三色庙的 SWOT 分析	74

# 绪论

## 一、选题的背景及研究意义：

泰国旅游业在新冠病毒大流行之前，吸引了成千上万的海外游客来泰旅行，促进了泰国旅游的快速的发展，也推动了旅游设施的改进和旅游景点的开发。根据泰国旅游业的数据，外国游客入境泰国旅游的最多数量是中国人，在2015年中国游客的数量是739万，到2019年该游客的数量提高到1.99亿，上升约72%。按Wonderful Package网站，他们来泰旅游的主要原因是泰国的生活费用低、环境优美、申请签证方便，有各种各样的美食，服务好等。中国游客旅游观光的景点有夜市、寺庙、博物馆和海边等。

泰国有76个府城，根据POST TODAY上线新闻指出，中国游客主要游览10府的排行是（2020）是（1）曼谷（2）清迈（3）春武里（4）普吉岛（5）素叻他尼（6）大城（7）清莱（8）罗永（9）夜丰颂（10）素可泰。由于清莱是泰国最北的府，西北与缅甸接壤，东北与老挝为相连，也是泰国最大进出口地之一。清莱公共交通方便，离泰国第二首都清迈不远，方便不少中国游客从清迈到清莱进行观光旅游。根据泰国旅游业2019的统计，中国游客的数量增加了2.7%；香港游客增加了15.28%；台湾游客增加了16.49%。Trip网站与Google对清莱最受欢迎的五个旅游景点进行了排名，即（1）龙昆寺，（2）黑庙，（3）蓝庙，（4）辛哈农场（5）清莱夜市。

龙昆寺，俗称白庙（泰语：วัดร่องขุน，英语：Wat Rong Khun，或 White Temple），称为白龙寺、灵光寺、洼龙坤及白色寺庙。“龙昆”是农村的一个名字，意思是浑水的小溪，农民利用这条小溪过活。龙昆寺位于泰国清莱，是由泰国著名国家画家的许龙才 Chalermchai Kositpipat（泰语：เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์）创建。自1997年至今龙昆寺一直在扩建和装修。许龙才的艺术灵感来源于国家、宗教以及君主制的体制和思想意识。所谓的“国家”是指爱国者以及爱艺术的人，他未来把这座庙在可作为国家的文化艺术瑰宝。所谓的“宗教”是指佛教让他有了思想和智慧，他把将自己奉献给佛教。所谓的“君主制”是因为他曾经有机会与拉玛九世多次见面，创建此庙是为了表示皇恩浩荡。

与黑庙相反，龙昆寺的颜色全是白色的，设计上与众不同。龙昆寺的建筑把泰式艺术与兰纳文化融合在一起。兰纳（泰文：ล้านนา）（1292年—1892年），是泰国历史上的一个曾经控制泰北地区的王国。兰纳的意思是“百万稻田”，是今天生活在泰国北部地区的主体民族泰庸人（Yon），于13世纪时在

当地建立的一个王国。龙昆寺的银色玻璃将建筑装饰得非常明亮，银镜镶边，光芒夺目，象征着佛祖的智慧照耀宇宙。佛堂周围布置了各种各样奇丽的泰国神秘动物，如把动物制作成一半象身，一半鸟身等。佛堂里的壁画是由许龙才亲手绘画的。

黑屋是泰国艺术家塔顽·达察尼先生(泰语: ถวัลย์ ดัชนี) 1975 年创设的，至今(2021 年)尚未结束黑屋的建造。黑屋，俗称黑庙(泰语: บ้านดำ, พิพิธภัณฑ์บ้านดำ, 英文: Baan Dam Museum 或 Ban Dam Art Space), 也称为黑屋艺术博物馆。黑屋取自屋子的黑颜色，也是塔顽·达察尼先生最爱的颜色。塔顽·达察尼先生是清莱人，泰国优秀的艺术生家之一，最擅长绘画。塔顽·达察尼先生曾清莱政府奖学金进入艺术家学校学习艺术。之后他获得了荷兰政府教育部以及文化部的奖学金，到荷兰阿姆斯特丹国家美术学院学习深造，取得了硕士学位和博士学位。塔顽·达察尼先生成为国际艺术演讲者和东方艺术文化的联合国代表候选人。他是泰国著名的国家绘画家，是具有创新性的泰国当代艺术家之一。

在展览馆中，人们可以看到塔顽·达察尼创作的各种各样的作品。他的大多数的作品皆是动物皮，如鳄鱼、蛇、老虎、熊等这些野生动物，并且展示鹿角以及象牙。全作品展放在各间展馆中。展馆总共有 40 间，除了塔顽·达察尼先生的艺术家作品外，还展出了独一无二的建筑设计。这些设计具有兰纳建筑的风格，屋顶雕刻而成，墙壁的颜色以黑色为主。2021 年 4 月塔顽·达察尼先生过世后，他唯一的儿子便接管了这个地方。他的儿子 Doi Tibet Duchanee 先生(泰语: ดอย ทิเบต ดัชนี) 利用了增强效果的现代技术(Augmented Reality) 与网络技术，把抽象的作品改成了具体的作品，使游客更容易理解塔顽·达察尼先生这些的作品的含义，感受到他的思想和创意。

不论是白庙还是黑庙，里面的艺术作品都是由泰国著名的艺术家制作，这些作品融入了泰国现代艺术风格。如今白庙和黑庙已经是泰国著名的旅游景点，吸引了大批游客前来观光旅游，其中有很多中国游客。作为热门的旅游景点，白庙和黑庙为吸引中国游客，让中国游客更好地了解白庙和黑庙的历史和文化艺术，在不同程度上开始提供了汉语服务。由于 2020 年新冠病毒在全球的大流行，多国国际航班停飞，各国游客出国旅游被限制，导致各国旅游业受到重挫。通过对疫情前中国旅游网站和其他旅游网站的查询，有很多中国游客游览观光了清莱的白庙和黑庙，反映了白庙和黑庙的景点受到不少中国游客的青睐。

蓝庙，又称清莱蓝庙（泰语：วัดร่องเสือเต้น，英语：Wat Rong Sua Ten 或 Blue Temple）。本座庙的名字是来自个 80-100 年民间流传的事物（传说），便是本庙的位置之前是个废弃寺庙，并且是个无名的寺庙，加上当时本村民是三三两两的，但野生动物是许许多多的，尤其老虎。本地人常遇到老虎在水沟跳来跳去，后来本地称呼为 Ban Rong Sua Ten，包括这周边的小村。由于本地附近无有可以做行善积德的寺庙，若重要节日到了，各家各户便散头而去较远的寺庙的。自古以来，泰国人以寺庙为心灵中心的地点，简单地说便是村镇集合点，不仅是个做行善积德的寺庙，而且举行宗教仪式的地方，何况可以作为开会的地方等，于是 Ban Rong Sua Ten 的村民决定兴修这座废弃寺庙，而称为 Wat Rong Sua Ten。

目前虔诚人对佛教崇拜是有加无己，并且同心合力地创建永久对象，如在蓝庙里的各种各样的对象。本来此座寺庙是普普通通的，没有任何特点，但如今却是远近闻名的。这座寺庙的特色不仅是蓝色，也是蓝庙佛堂。这与众不同的美丽是由 Putra Karbkaew 先生（泰语：นายพุทธา กาบแก้ว / สล่านก）来创建的。他是个清莱当地艺术家，但有一阵子在白庙里作为许龙才先生的徒弟，积累不少的经验，后来要将这些珍贵知识来创作自己的作品，就是现在美丽的蓝庙。

本座寺庙的特色是蓝庙佛堂，是以蓝色为主，蓝色表示佛教或者佛法，但黄色却是为了强调建筑的美丽。加上，建筑风格是泰国当代艺术与佛陀所说的教法融合在一起。何况，那伽（印度神话中的蛇神）在佛堂前面的风格，此位艺术家应用了塔顽·达察尼先生的艺术风格来创建那伽的牙齿，便是牙齿美弯而锋利，这展出精美而严肃的含义。参观时间是每日早上 7 点至晚上 8 点，免票（国内外参观者）。

本论文的研究意义在于通过线上线下的调查研究，对白庙、黑屋和蓝屋的文化特色和汉语服务情况进行对比分析，比较三庙的文化特色和的异同，以及汉语服务方面存在的问题，为改善两庙的汉语服务提出改进建议，以提高汉语服务质量，使中国游客能够更好地欣赏两庙的艺术作品，了解泰国的历史和文化。

## **二、本选题有关的国内外的研究综述**

通过对与本论文相关的研究资料查询，有关研究主要在以下几个方面：

### **（一）有关黑庙方面的资料和研究**

1. 黑屋博物馆 (2021) 在《黑屋的宣传单》中介绍了清莱当代艺术家塔顽·达察尼, 他是泰国现代艺术之父 Silpa Bhirasri 博士的学生之一, 最擅长绘画, 有 50 年多的经验, 创造了独特的作品。他在许多国家展示了自己的作品, 如欧洲、美洲以及亚洲, 获得不少国内外的奖励, 并多次受邀在国际艺术会议上作为思想交流方面的演讲专家进行演讲。塔顽·达察尼为了展示自己的作品, 建立了黑屋博物馆, 同时成立了塔顽·达察尼慈善基金会, 目的是为了支持视觉艺术的发展, 有助于下一代艺术家的创作。

2. 玛希隆大学的 Doitibet Duchanee (2009) 在《黑屋, 塔顽·达察尼泰国艺术家的艺术博物馆》(“Baandam” The Historic Art Museum of the National Artist Thawan Duchanee) 中指出, 通过对黑屋地区内 40 个建筑质量的研究, 说明了塔顽·达察尼对博物馆在技能与资本方面的贡献, 包括他对各个作品的创意。文章指出黑屋的建造包括了四个方面: 一是在建造中采用了木质材料; 二是石砖材料, 黑屋的建筑结构使用了石料, 屋顶采用了砖的材料; 三是混凝材料; 四是建造了服务亭, 以接待前来的游客。

## (二) 有关白庙(龙昆寺)方面的研究

1. 泰国华侨崇圣大学的陈德春 (2018) 在《清莱白庙汉语服务调查分析》的硕士论文中通过文献研究方法、问卷调查、访谈法及参观法, 分析了泰国龙昆寺汉语服务的情况, 研究存在的问题。论文指出了龙昆寺的汉语服务人员不足, 中文水平差, 论文提出了改进的建议。

2. 泰国可持续旅游办公室 (2017) 在《龙昆寺计划》(Wat Rong Khun Model) 中指出龙昆寺在管理上存在着问题, 分析了发生问题的关键因素, 并且搜集了相关中国游客行为的资料, 提出了改进措施。这个计划认为龙昆寺应该与旅行社的导游合作, 游客也需要遵守景点的规矩。

## (三) 有关蓝庙方面的研究

1. 蓝庙 (2021) 在《蓝庙的宣传单》中介绍了本座寺庙的来历, 本座寺庙本来是个废弃寺庙, 当时本村民非常少, 但野生动物是有许多的, 尤其是老虎。本地人常常遇到老虎在水沟跳来跳去, 后来本地称呼为 Ban Rong Seua Ten。由于本地附近无有可以做行善积德的寺庙, 若重要节日到了, 各家各户便散头而去较远的寺庙的。自古以来, 泰国人以寺庙为心灵中心的地点, 简单地说便是村镇集合点, 不仅是个做行善积德的寺庙, 而且举行宗教仪式的地方,

何况可以作为开会的地方等，于是 Ban Rong Seu Ten 的村民决定兴修这座废弃寺庙，而称为 Wat Rong Seu Ten。

2. Manager Online (2020) 在《来欣赏蓝庙的美丽》的文章中，指出了蓝庙的发展趋势以及特色。本座寺庙本来是清莱普遍寺庙，但后来由 Putra Karbkaew 先生（泰语：นายพุทธา กาบแก้ว / สล่านก）来兴修的。他已将以前在白庙学习和工作经验来创建蓝庙。加上，他还应用了塔硕·达察尼先生的艺术风格创作那伽的牙齿。这不仅是展出了泰国当代艺术风格，就是兰纳艺术和现代艺术的风格，而且展出了白庙与黑庙的艺术风格融合在一起。

#### （四）有关中国游客行为方面的研究

1. 泰国中小企业办公室（Office of Small and Medium Enterprise Promotion）的 Ratchapon Techapongsakid 在泰国 SMEs 文章在 2019 年发表了《中国游客行为的转变，中小企业的泰国商人如何调整？》的文章，文章通过对 2019 年泰国旅游业的研究资料、会议及新闻，终结了中国游客行为的改变。譬如 2018 年泰国旅游业发展迅速，尤其酒店方面以及运输方面，中国游客开始采用互联网查找酒店信息与付款。中国游客也经常使用微信支付和扫码。他们喜欢自游行或组团旅游。中国游客行为的改变影响了泰国中小型企业旅游产品的产生与销售。为了促进企业的发展，泰国相关企业需要了解中国游客市场，消费行为的变化，如使用的社交媒体、信息网站和预订支付方式等。

2. Marketingopps 的 Ittichai (2019) 在《新时代的中国旅游者的行为》的研究中分析了新时代的中国旅游者与他们行为的改变，研究指出一是他们能够遵守旅游景点的规定；二是虽然在旅行时他们喜欢购买纪念品，但他们喜欢通过线上付款，如微信、支付宝等，目前泰国也提供了这种付款方式；三是中国自游行的游客逐渐增加；四是年轻的中国游客大多可以用英文沟通。另外，中国游客感受到泰国人的热情和风土人情，喜欢到泰国旅游。

3. 泰国皇家理工大学（Rajamangala University of Technology Lanna）的 Rosarin Suparat (2015) 在《中国游客在清莱旅游的行为研究》（Chinese Behaviour on Travelling in Muang Chiang Rai）的论文中，调查与分析了在泰国的中国游客，说明关于中国游客行为与泰国旅游的关系。论文调查显示大多数的中国游客在 25-35 岁之间，来泰的目的是为了休闲，喜欢去欣赏泰国古色古香的景点、历史古迹、具有特殊文化的地方。中国游客，购买时把商品的价值与价格决心对比，对性价比满意的化才愿意购买。中国游客大

多是通过网上查询商品信息，用手机支付，方便快捷。在购买商品时，他们较关注价格低和销售活动。中国游客平常使用母语，英文沟通能力比较弱。

### （五）有关汉语服务方面的研究

1 李丽容（2019）在《春武里府东芭乐园汉语服务调查研究》（华侨崇圣大学）的论文中对春武里府东芭乐园汉语服务进行了调查研究，调查中国游客对东芭乐园的汉语服务与其他旅游设施的满意度。论文研究通过访谈与问卷调查的研究方法，收集资料后，对研究结果进行分析，寻找存在的问题，如何提出解决问题的措施和建议。

2. 郑美丽（2017）在《曼谷辉煌区唐人街与耀华力路唐人街的商业汉语应用的比较研究》（华侨崇圣大学）中指出泰国唐人街是在泰国无人不知无人不晓的旅游景点之一，便是耀华力路，但在实际上泰国唐人街可分为 2 个地点：耀华力路与辉煌区，是旧的和新的。通过问卷法研究，发现该两处的存在问题：服务人员使用汉语的技能。耀华力路的商人没比辉煌区的说汉语，他们则使用潮州话，服务人员并强调使用英文，这是因为大多数人皆是游客。至于辉煌区唐人街，大部分的人街是中国的工作人员，于是只有汉语发音的问题。总之，该两处应该多增加中文标志及对服务人员培训汉语知识。

3. 美英（2019）在《曼谷野生动物园（Safari）的汉语服务调查研究》（华侨崇圣大学）中论文调查分析了曼谷野生动物园（Safari）在汉语服务情况，论文通过对曼谷野生动物园汉语服务质量的分析研究，说明在吸引和方便中国及海外华人游客前来旅游方面搞好汉语服务的重要性。这项研究采用了问卷调查、访谈和文献资料分析的方法。论文通过对曼谷野生动物园汉语服务的调查分析，了解和掌握了曼谷野生动物园在汉语服务方面的工作情况。

### （六）有关对中国游客满意度方面的研究

1. Napatsavan Auekordaree（2019）在《赴泰中国游客满意度差异对比研究——以曼谷大皇宫与芭提雅金沙岛景区为例》中收集和整理了曼谷大皇宫景区和芭提雅金沙岛景区的资料，通过 SWOT 分析对泰国曼谷大皇宫和芭提雅金沙岛景区的中国游客进行问卷调查，调查内容包括中国游客的个人资料以及对于景区的满意度情况，并对两个景区在旅游产品和服务的满意度差异进行了分析，包括住宿、餐饮、交通和安全与服务等方面的情况。论文对赴泰的中国游客满意度进行了对比研究，分析了中国游客对曼谷大皇宫和芭提雅金沙岛景区的满意度调查结果，提出了改进的建议。

2. 潘依莲（2015）在《中国游客赴清迈旅游满意度研究》的论文以清迈为例，通过分析对中国游客赴泰国旅游的现状，运用模糊综合评价方法研究中国游客赴泰国旅游满意度，提出了提高中国游客赴泰国旅游满意度的措施。具体研究内容包括设计中国游客赴泰旅游满意度指标评价体系，设计问卷调查表；用问卷收集数据，用模糊综合评价法和 IPA 方法找出影响中国游客赴泰旅游满意度的因素；论文针对清迈旅游业的现状，对提升中国游客赴清迈游的满意度，提出改进的措施。

3. 钟碧云（Soraya Sawaengsin）（2015）在《基于顾客满意度的泰国普吉岛旅游发展研究：中国旅客为例》的研究中主要是采用调查问卷的方法，从 13 个因素来研究中国游客在泰国普吉岛的旅游满意度，包括当地人文风俗，景区，当地食品，服务，物价，购物，住宿等。研究通过对中国游客在普吉岛旅游满意度的数据分析，发现改善和提升泰国普吉岛旅游业的相关路径，并提出相关的建议。论文对问卷的数据做了频率分布，比例均值、标准差分析、单因素方差分析和回归分析。研究表明，旅游景区是中国游客满意度最高的影响因素，其次是当地人文风俗和泰国食品，交住宿和服务的满意度评价也较好。

通过资料查询与本论文相关的研究主要在 5 个方面：一是有关旅游景点黑屋的研究，相关研究说明了黑屋创始人的当代艺术家塔硕·达察尼以及黑屋博物馆的来历和重要性。二是有关旅游景点龙昆寺的研究，相关论文分析了龙昆寺的建筑特点，汉语服务情况。三是相关中国游客行为方面，目前赴泰旅游的中国游客不仅透过网路查询泰国旅游的资料信息，而且自游行的趋势逐渐增加，因为新一代的中国游客会说英文。何况，他们较通过线上付款，如支付宝、微信等。四是相关汉语服务方面，在研究过程中，他们除了采用了定量研究方法收集资料，还采用了定性研究方法的，才能发现各处提供汉语服务的存在问题，而提出改进措施和建议。最后是相关中国游客满意度方面，为了提出中国游客赴泰的满意度，他们采用了不同的研究工具来进行分析，如 SWOT、IPA、模糊综合评价法、单因素方差分析以及回归分析。

综上所述，虽然已有个别论文对清莱白庙的汉语服务情况和黑庙的文化艺术与建筑特点进行了研究，但这些研究都是相对单一的，没有对清莱三色庙的文化特色和汉语服务情况进行比较分析。本论是首次在以前单一研究的基础上，对具体各自文化特色的清莱三色庙进行综合分析和比较研究，说明和对比清莱三色庙的文化内涵和艺术特点，以及汉语服务方面的情况。

### 三、研究的目的、方法、内容和创新性

#### 1. 研究的目的

1. 分析说明清莱白、黑、蓝三色庙文化特色，建筑风格以及艺术特点。
2. 分析中国游客赴清莱三色庙文化感知情况。
3. 比较分析三色庙汉语服务方面的情况，
4. 调查中国游客对三色庙汉语服务的满意度。
5. 发现三色庙在景点管理和汉语服务方面的问题，提出改进建议。

#### 2. 研究的方法

##### 1) 文献研究法

查询搜集对于本文研究有关的文献资料和论文，了解清莱三色庙的历史与研究情况，而且查询搜集相关本文的概念与理论等。

##### 2) 问卷调查法

参考关于特色文化的方面与汉语服务满意度研究，而设计问卷调查，本文的问卷可分为 4 个部分：个人资料、特色文化的知觉、汉语服务的满意度、提出意见。对中国游客和各地的服务人员做问卷调查、掌握了数据进行定量与定性分析。

##### 3) 访谈法

为了准确地掌握关于提供汉语服务的情况，要对这 3 所景点的人员进行访谈，而了解具体现况，如表达对中国游客提供服务的看法，是否具有中文技能，尤其发音方面，请人员试说中文生词与单句等。

##### 4) 观察法

在现场上观察及搜集相关此处的目前情况与汉语服务方面的资料，如观察管理人员、服务人员、礼品店、食物处、标志牌、广告等。

#### 3. 研究的主要内容

本文基于中国游客对清莱三色庙宇（黑庙、白庙、蓝庙）的特色文化与汉语服务满意度的研究分析，可以细分为如下内容：

1. 在特色文化的方面，写者进行设计合理的线上问卷，便是调查相关该三色庙的建筑风格以及艺术风格，将知觉概念来运用的，可分为 2 个方面：具体化（Physical Sense）和心理化（Psychological Sense）。

2. 在汉语服务方面，作者将市场营销组合 7Ps 理论来设计线上问卷，并且在现场进行访谈各地的服务人员，如对中国人提供服务的看法，试说一些基础的汉语生词以及单句等。
3. 结合各个分析结果，而进行相比分析，提出对于文化旅游产业的价值与可持续发展的改进建议。

#### 4. 论文研究的创新性

通过资料查询目前还没有论文对清莱三色庙宇的文化特色和汉语服务进行比较分析。本论文的创新性主要表现在以下的几个方面：一是比较清莱三庙的文化特色，如三庙的建筑风格和艺术特色。二是对比分析三庙的汉语服务情况，调查中国游客对三庙汉语服务的满意度。三是通过线上调查中国游客对清莱三庙文化特色的感知情况。通过以上的分析研究，对三庙的文化特色汉语服务情况进行比较分析，发现存在的问题，提出改进的建议。

#### 五 所要解决的主要问题

通过线上与线下搜集相关本文的资料信息，如相关本文的文献、相关本文的概念与理论、以及相关本文的研究方法。由于疫情传染的时期，造成了搜集资料的障碍，无法在现场上对中国游客进行调查，于是只能在线上发问卷调查。准确分析而提出调查结果，并且提出对于这三座庙宇的管理和汉语服务的改进建议。

# 第一章 清莱三色庙的发展概况

## 第一节 泰国清莱旅游业的发展

旅游业是泰国经济发展的一个重要产业，为泰国的经济发展和就业起到了促进作用。在 2019 年新冠病毒疫情在全球流行前，旅游业约占泰国国内生产总值（GDP）的 20%，占与旅游业相关的就业人口 440 万人，占劳动力总数的 11.7%。疫情后，泰国在 2020 年 3 月的外国游客入境人数减少 76.4%，外国游客收入减少 77.6% 至 395 亿泰铢。<sup>[1]</sup> 据证券时报网的报道，泰国旅游和体育部长皮帕透露，受到新冠肺炎疫情的影响，2020 年前五个月泰国外国游客入境人数仅为 669 万人次，比去年同期减少了 1002 万人次，降幅达到 59.97%。外国游客总收入为 3320 亿泰铢，比去年同期减少 59.57%，减少约 4890 亿泰铢。预计 2020 年全年泰国旅游总收入约为 1.23 万亿泰铢（折合约 2733 亿人民币），预计将比 2019 年减少 1.78 万亿泰铢（折合约 3956 亿人民币）降幅达到 60%。<sup>[2]</sup>



图 1-1 泰国，微笑之国

在新冠病毒大流行之前，泰国旅游业的情况欣欣向荣，不仅吸引了成千上万的海外游客来泰旅行，也推动了旅游设施的改进和旅游景点的开发，是个泰国旅游快速发展的时光，而该产业变成了国家收入之一。根据泰国旅游业和体

[1] 金投网：泰国旅游业占泰国 GDP, <http://forex.cngold.org/fxb/c5307952.htm>, [2020-04-22]

[2] 证券时报网：泰国 2020 年旅游总收入预计下降 60%，  
<https://xw.qq.com/cmsid/20200610A0LAJY00>, [2021-15-12]

育部的数据，指出对于海外游客赴泰的旅游业收入年年不断增加，在 2015 年的该收入为 1.45 兆泰铢，但在 2019 年的该收入会达到 1.91 兆泰铢，已增加了 23.78%。在这个时期内，最多游客人数是亚洲国家，而且来自中国是最多海外游客人数的。中国游客是排在排行的第 1 位，是最多赴泰的海外游客人数。根据 Wonderful Package 网站，他们来泰旅游的主要原因是泰国的生活费低、环境优美、申请签证方便，有各种各样的美食，服务好等。中国游客来旅游的观光景点有夜市、寺庙、博物馆和海边等。<sup>[1]</sup> 根据 Research Café 网站的信息，中国人选择赴泰旅游的因素是泰国拥有许多旅游景点方式，可分为 3 个主要方式，一是娱乐旅游景点，二是文化旅游景点，三是自然旅游景点。<sup>[2]</sup>

Admission Premium 网站列出了中国人喜欢来泰国旅游的五个方面：

1) 旅游消费低，他们是不仅可以租车，还可以在 5 星酒店休闲，何况各地的服务相当好，有可能比在本国内旅游的划算；2) 在中国冬季时，泰国温度是很合适他们来旅游的，因为当时也是春节，可以长期度假；3) 申请签证方便；4) 泰国有各式各样的优美风景，如海边、河边以及山区；5) 泰国除了服务态度好，而且是个开放国家，接受第 3 性别，最重要的是个佛教繁荣的国家，佛国。<sup>[3]</sup>

泰国有 76 个府城，根据 POST TODAY 上线新闻指出，中国游客主要游览的 10 府城是（1）曼谷（2）清迈（3）春武里（4）普吉岛（5）素叻他尼（6）夜丰颂（7）清莱（8）甲米府（9）攀牙府（10）巴蜀府。<sup>[4]</sup>按 Matichon 线上新闻，大部分来泰国的中国游客先入境大城旅游，如曼谷及清迈，再去小城，如桐艾府、董里府、湄宏顺府、清莱府及素可泰府，但最热门打卡地的府城是清莱。<sup>[5]</sup>

根据泰国旅游业和体育部的数据，指出对于海外游客赴泰的旅游业收入年年不断增加，在 2015 年的该收入为 1.45 兆泰铢，但在 2019 年的该收入会达到 1.91 兆泰铢，已增加了 23.78%。加上，在这个时期内，最多游客人数是亚洲国家，而且来自中国是最多海外游客人数的。（表 1-1 全球游客入境旅游的数据）

[1] Wonderful Package 网站：10 个要来泰国的理由，<https://www.wonderfulpackage.com/article/v/1148/> [2020-12-4]

[2] Research Café 网站：为何中国人赴泰旅游，如何旅游呢？，<https://researchcafe.org/rc20253/> [2021-10-7]

[3] Admission Premium：5 个对于喜欢赴泰旅游的原因，<https://www.admissionpremium.com/hotel/news/3349> [2021-10-7]

[4] Posttoday 新闻网：10 座中国人要来旅游的泰国府城，<https://www.posttoday.com/social/general/446352> [2021-10-7]

[5] Matichon 线上新闻：国庆节期间，中国游客开始入境泰国，往清莱的航班已客满到月底。[https://www.matichon.co.th/region/news\\_1696763](https://www.matichon.co.th/region/news_1696763) [2021-10-8]

表 1-1 全球游客入境旅游的数据<sup>[1]</sup>

国家	项目	2015	2016	2017	2018	2019
总计	游客人数(人)	29,923,185	32,529,588	35,591,978	38,178,194	39,916,251
	收入(百亿泰铢)	1,457,150.28	1,633,154.68	1,831,104.99	1,876,136.90	1,911,807.95
亚洲	游客人数(人)	20,093,929	21,861,353	24,166,276	26,225,446	27,669,963
	收入(百亿泰铢)	784,962.13	894,464.99	1,024,238.69	1,068,971.87	1,125,223.49
东盟国家	游客人数(人)	8,078,262	8,897,291	9,644,324	10,348,768	10,876,922
	收入(百亿泰铢)	231,002.31	260,027.01	299,045.14	318,816.91	342,370.64
中国	游客人数(人)	7,981,407	8,821,148	9,846,818	10,625,167	11,138,658
	收入(百亿泰铢)	388,694.10	457,934.94	520,722.39	522,264.78	531,576.65
澳门	游客人数(人)	708,435	690,465	798,460	1,047,559	1,090,121
	收入(百亿泰铢)	28,054.18	27,951.89	32,917.30	40,265.44	42,973.72
日本	游客人数(人)	1,349,388	1,416,903	1,525,707	1,642,712	1,787,185
	收入(百亿泰铢)	56,430.67	60,791.89	66,679.99	80,420.36	93,758.84
韩国	游客人数(人)	1,359,211	1,449,617	1,698,608	1,785,147	1,880,465
	收入(百亿泰铢)	56,847.18	63,327.90	75,506.73	71,158.50	75,435.78
台湾	游客人数(人)	545,560	513,528	560,441	674,172	781,674
	收入(百亿泰铢)	21,140.72	21,268.39	24,936.34	30,953.75	33,535.47
其他	游客人数(人)	71,666	72,401	91,918	101,921	114,938
	收入(百亿泰铢)	2,792.97	3,162.97	4,430.80	5,092.13	5,572.39
欧洲	游客人数	5,476,781	6,008,398	6,322,166	6,603,695	6,531,220
	收入(百亿泰铢)	395,230.16	432,815.42	463,602.99	465,086.23	448,743.81
美国	游客人数	1,168,832	1,341,473	1,448,894	1,534,008	1,559,800
	收入(百亿泰铢)	81,611.06	99,127.52	109,104.11	111,246.21	105,087.99
南亚	游客人数	1,374,292	1,405,634	1,639,528	1,935,883	2,356,977
	收入(百亿泰铢)	60,196.48	61,255.22	73,299.88	87,058.06	100,168.16
大洋洲	游客人数	923,886	918,538	947,777	911,038	874,154
	收入(百亿泰铢)	72,963.70	70,804.57	73,908.31	67,512.64	61,898.66
中东	游客人数	720,791	821,458	875,043	767,796	727,318
	收入(百亿泰铢)	51,377.59	62,810.97	72,739.64	61,795.44	57,381.19
非洲	游客人数	164,674	172,734	192,294	200,328	196,819
	收入(百亿泰铢)	10,809.16	11,875.99	14,211.37	14,466.45	13,304.65

资料来源：2010-2019 年泰国旅游业和体育部的数据

以上数据显示，中国游客是占在排行的第 1 位，也就是说，是最多赴泰的海外游客人数。为何他们以泰国为打卡地或者旅游终点站呢？按 Wonderful Package 网站，他们来泰旅游的主要原因是泰国的生活费低、环境优美、申请

[1] National Statistical Office: Tourism Expenditure by Outgoing Thai Travellers by Country of Destination: 2010-2019, <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/en/17.aspx> [2021-10-6]

签证方便，有各种各样的美食，服务好等。加上，中国游客来旅游的观光景点是夜市、寺庙、博物馆和海边等。<sup>[1]</sup>

泰国旅游业的发展有大体上分为三个主要地区，一是泰国这部，以曼谷为中心。二是泰国南部，以普吉岛为中心。三是泰国北部以清迈、清莱为中心。



图 1-2 泰国清莱热门景点

清莱是泰国最北的城府，西北与缅甸接壤，东北与老挝为相连，清莱地形一般是森林与高山地区，于是影响了夏季和冬季气候变化，便是在冬季时，平原地区的气温约 8 度，但在高山地区的是更凉快的，至于在夏季时，各地的气温约 35-37 度。在国家经济的方面，该城府是泰国最大进出口地之一。<sup>[2]</sup>从旅游的方面来看，清莱是在泰国的座小城，本来作为在泰国沉睡中的小城之一，并很少人热知，但这里却有丰富关于兰纳文化历史，与清迈相比是友好城市或者是姐妹城市。<sup>[3]</sup>依历史记录，1262 年（约 750 年前），指出该城府是由曼莱国王创建起来的，当时因为追捕个向此地逃走的钟爱大象，而追到在 Rok 河边的 Doi Chom Thong（目前是座寺庙），认为此处是个合适建立城市的好地区，因为可以看到在下面的平原地，就决定在此建立清莱（目前的小城，之前是在古城的清善）。到 1296 年，本国王便建立个新城市，称为清迈府（目前的清迈府，之前的是魏功甘古城），而迁移到此作为清迈国王，至于旧城市的清莱是

[1] Wonderful Package 网站：10 个要来泰国的理由，<https://www.wonderfulpackage.com/article/v/1148/> [2020-12-4]

[2] Chiangrai Travel 网站：清莱历史，<http://lovechiangrai.com/index.aspx?pid=07336b1a-6c7c-4bd8-a315-9d350a2e1ddb> [2021-10-15]

[3] 马蜂窝：景点概况，<http://www.mafengwo.cn/jd/15291/gonglve.html> [2021-10-15]

由他的儿子作为清莱国王。清莱府的口号是“最北的城府、三国边境地区、丰富兰纳文化、宝贵董山寺”，叙述了清莱府是在泰国最北部的边界；有三国边境地区的金三角（泰国、缅甸及老挝）；保存兰纳传统文化，比如传统服饰、当地饮食、慢节奏的当地歌曲（表达慢活的方法）与传统艺术文化等；是位于长久地受当地人敬仰的神圣董山佛寺。从艺术文化的角度来看，泰国兰纳艺术文化是不仅受到哈利奔猜艺术的影响（目前的南奔府），而受到蒲甘艺术的影响（目前的缅甸），后来受到了素可泰艺术的影响，具有该 3 种不同文化融合在一起。若与泰国中部艺术对比，泰国兰纳艺术看似棉花柔软而不软弱的内心感觉，也可以说，简单而不失优雅的艺术风格含义。<sup>[1]</sup>

就算该小城是个路过歇脚的一站，但有不少古迹、名胜以及民族文化可以来欣赏和游览。<sup>[2]</sup>加上，清莱的公共交通方便，离泰国第二首都清迈不远，于是不少中国游客从清迈到清莱进行观光旅游。按照 Matichon 新闻，不少中国人之所以来清莱旅游，因为 R3A 线路，这条公路可以从昆明到辽国，入境泰国清莱到曼谷、马来西亚以及新加坡，总共 1,140 公里。<sup>[3]</sup>按照新浪历史，清莱是佛光之旅，便是清莱是个小城，但却拥有不少寺庙，最特别的是座慢生活，不但让人心情舒适的安逸，还可以漫无目的的漫步。<sup>[4]</sup>何况，因为泰国旅游局清莱府办公室为了提高这座城的知名度就宣传对于艺术旅游体验等活动，这希望会吸引国内外游客来到清莱旅游的，尤其中国人的。他们不仅会游览“艺术之城”，而且可以欣赏丰富自然景点，更何况，与清迈对比，清莱更有原生态的泰北风情。<sup>[5]</sup>根据学者本地人的见解，清莱是在泰国的小城之一，全年天气日丽风和，周围皆是美丽绿色山区，漫步生活。原来该小城的必游景点是在古代历史与自然风景的范围，如参观清善古城、欣赏三国边境地区的金三角、认识曾经种植鸦片地区而变成了做农业生活的地区（茶叶、咖啡、草莓等），到如今皆是清莱经典热门景点，但目前的清莱又称为“艺术之城”，因为拥有独一无二的艺术景点，如白描、黑庙、蓝庙等，而且这些皆是在国际上表出了与众不同的艺术手法，加上是个不少国家知名明星、歌手和艺术家的家乡。

---

[1] Chiangrai Travel 网站：清莱历史，<http://lovechiangrai.com/index.aspx?pid=07336b1a-6c7c-4bd8-a315-9d350a2e1ddb> [2021-10-15]

[2] 马蜂窝：景点概况，<http://www.mafengwo.cn/jd/15291/gonglve.html> [2021-10-15]

[3] MATICHON ONLINE：为何在北方城市积满了中国车牌，要紧急解决路上事故的教训，[https://www.matichon.co.th/local/news\\_40244](https://www.matichon.co.th/local/news_40244) [2021-10-15]

[4] 新浪专栏，佛光之旅：去泰国为什么要去清莱？，<http://history.sina.com.cn/zl/wengu/2015-12-10/detail-ifxmpnqm3015502.shtml> [2021-10-15]

[5] Prachachat：提出“清莱旅游”开城计划，吸引更多中国旅游团来旅游，<https://www.prachachat.net/local-economy/news-753078> [2021-10-15]

据上所述，清莱本来是座无名的小城，但目前的知名度愈来愈热了，不仅是国内游客，还是国外游客，尤其来自中国的游客。清莱是座路过的城市，但拥有丰富历史、文化魅力、必游景点丰富，尤其艺术文化的热门方面，如白庙、黑庙以及蓝庙。

根据 2015-2019 年的泰国旅游业数据，赴清莱旅游的中国游客人数每年上升，在 2015 年中国人的人数为 70,815 人；在 2016 年为 102,781 人；在 2017 年为 115,380 人；在 2018 年为 127,071 人；在 2019 年为 143,378 人。总之，在这 5 年内升涨了 50.6%。（表 1-2 国外游客来清莱府数据）

表 1-2 外国游客来清莱府的数据

年	国外游客 (人)	与去年对比 (%)	中国游客 (人)	与去年对比 (%)
2015	461,276	+8.12	70,815	+29.33
2016	461,830	+0.12	102,781	+45.14
2017	492,345	+6.61	115,380	+12.26
2018	513,519	+4.30	127,071	+10.13
2019	525,845	+2.40	143,378	+12.83

资料来源：2015-2019 年泰国旅游业和体育部的数据<sup>[1]</sup>

由于 2020 年新冠病毒在全球的大流行，多国国际航班停飞，各国游客出国旅游被限制，导致各国旅游业受到重挫，但根据泰国清莱商会会长 Anurat Intara 指出，若疫情发展整体趋缓，而 70% 的泰国人已接种新冠疫苗了，有机会开放清莱，吸引国外游客来到清莱休闲旅游，尤其是吸引中国旅游团。这个旅游计划叫 Sealed Route Program，即国外游客先飞到普吉岛旅游，再去清迈，然后去清莱。在清莱地区，国外游客只能在固定线路计划内去旅游景点，如茶园、咖啡园、艺术文化、高尔夫球场、体验当地生活以及骑脚踏车。<sup>[2]</sup> 按照 Google 观光景点评论，清莱十大最热门景点是白庙、蓝庙、金三角、清莱夜市、黑庙、观音寺、翠峰茶园、辛哈农场、清莱温泉以及清莱钟楼。<sup>[3]</sup> 根据马

[1] Ministry of Tourism & Sports: Tourism Statistics 2015-2019,

[https://www.mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cid=411](https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411) [2021-10-7]

[2] Prachachat 新闻网：提出“清莱旅游”计划，吸引中国游团来，拉动国内经济，

<https://www.prachachat.net/local-economy/news-753078> [2021-10-9]

[3] Google 光观景点：清莱府，<shorturl.at/bkpKL> [2020-12-4]

蜂窝网的排行榜，清莱最 5 大受欢迎的旅游景点分别是白庙、黑庙、金三角、蓝庙以及辛哈农场。<sup>[1]</sup>

清莱本来是座无名的小城，随着泰国旅游业的发展其知名度愈来愈高，不论是国内游客，还是国外游客，尤其是来自中国的游客，对清莱特别感兴趣。清莱的旅游景点不少，除了自然风景外，在艺术文化的方面也很有吸引力，如当地的白庙、黑庙以及蓝庙。

## 第二节 白庙的建造艺术与发展

龙昆寺，俗称白庙（泰语：วัดร่องขุน，英语：Wat Rong Khun，或 White Temple），也称为白龙寺、灵光寺、洼龙坤及白色寺庙。“龙昆”的意思是浑水的小溪，农民利用这条小溪过活。<sup>[2]</sup> 白庙位于泰国清莱，是由泰国著名国家画家的许龙才 Chalermchai Kositpipat 创建。



图 1-3 泰国清莱白庙

许龙才先生出生于 1955 年 2 月 15 日，原本在龙昆农村居住。在小时候，他不是专心的学生，但喜爱画画儿，他后来通过努力考上了泰国曼谷艺术职业学校（Pohchang Academy of Arts）。毕业后许龙才又考上泰国曼谷艺术大学艺术系（Silpakorn University of Faculty of Painting, Sculpture and Graphic Arts in Thai Art）。上大四时，他获得了国家艺术比赛的金牌。从

[1] 马蜂窝：必游景点 TOP5，<http://www.mafengwo.cn/jd/15291/gonglve.html> [2021-10-9]

[2] 泰语维基百科：白庙

<https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99> [2020-12-4]

1979 年至今他一直以艺术家为自由职业，创作了很多作品，如有英国伦敦佛寺 Buddhapadipa 的壁画、The story of Mahajanaka 的插画、Lak Si 曼谷佛寺的壁画、设计了曼莱国王纪念碑的后面的金色旗子和对清莱钟楼的建设等。

2011 年他成为了泰国国家艺术家，发展了绘画—视觉艺术。他在自己的家乡创作了具有泰式当代艺术的白庙。<sup>[1]</sup> 这座白庙从 1997 年开始建造，随后不断进行扩建和装修。许龙才的艺术灵感力来源于对国家、宗教、君主体制的思想意识。所谓的“国家”是指热爱国家和艺术的人。许龙才希望把这座白庙作为泰国文化艺术的瑰宝。所谓的“宗教”是指佛教让他有了思想和智慧，他将自己的创作奉献给佛教。所谓的“君主制”是因为他曾经有机会与拉玛九世多次见面，创建此庙是为了表示皇恩浩荡。<sup>[2]</sup>



图 1-4 白庙创始人许龙才

白庙的精美创造与众不同。这座佛庙给人一种可以触手可及的世上天堂的感觉。白庙的建造把使用颜色的技巧和佛教艺术进行了很好的结合，浑然一体。譬如白庙采用银白色、金色与玻璃混合搭配，通过艺术设计与佛教理念融合在一起，创作出拥有泰式当代艺术风格的建筑、绘画及雕塑。<sup>[3]</sup> 白庙中的这些艺术作品展示了兰纳文化的魅力。不论是建筑、绘画还是雕塑，这些创作体

[1] Fan of Chalermchai: 个人简历, <http://fanofchalermchai.com/history.php> [2021-10-18]

[2] 白庙网站: 白庙历史, <https://www.xn--22cj2bwa1cwa8b3a2euie.com/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99.html> [2020-12-4]

[3] Paiduaykan: 清莱白庙,

<https://www.paiduaykan.com/travel/%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99> [2021-10-21]

现了许龙才经过 25 年的专心学习和实践，把对佛教哲学、佛法、和佛法谜题有机地溶于自己的艺术创作。<sup>[1]</sup>

白庙分为三大区：右边地区是举行佛教典礼的区域，包括佛殿、佛塔、藏经楼；左边是和尚或者僧人居住的区域，包括僧坊僧舍、尚未建筑的冥想楼，以杆子为分界点；第三个区域展现的是佛教徒的世俗部分，包括画廊、美术馆，金色厕所、多用途礼堂、图书馆、火葬场等。<sup>[2]</sup>

白庙的主要特点是佛殿由闪亮的玻璃所装饰，玻璃上有柔和细致的花纹，风檐上装饰着娜迦蛇的造型。这种设计的创意是：白色表示纯正。白色玻璃表示佛祖的高瞻远瞩和博大的智慧。闪亮的光线表示佛法，扪心自问，友善待人。白庙屋檐上的设计体现了内功修炼的佛法，即表达了戒、定、慧的含义，通过修炼得到解脱，涅槃重生。在白庙的屋檐上可见反映佛文化中的动物，如大象、那伽蛇和凤凰等。这些动物不仅表示水、火、风、土，而且具有保护佛教的含义。另外在设计上，把那伽蛇的牙齿用来表示人的恶意。在白佛殿的旁边还设有白色的旗子，具有泰国兰纳文化的特点，表示供佛的意思。<sup>[3]</sup>



图 1-5 白庙佛殿

在白佛殿里是禁止拍照的，参观者第一眼看见的不仅是白色的佛像，还有佛像后边的大型佛陀壁画。墙壁周围的壁画都是许龙才先生亲手画的。这些壁画蕴含着一种“无欲无求”的理念，让人们脱离世欲。从这些壁画中人们还可

[1] Localnews: Wat Rong Khun, <http://www.localnews2010.com/archives/975> [2021-10-21]

[2] Bansansuk: 白庙, <http://www.bansansuk.com/travel/Rhongkhuntemple/> [2021-10-21]

[3] Kapook: 来欣赏白庙的美景, <https://travel.kapook.com/view60585.html> [2021-10-21]

以看见不少西方漫画中的英雄，如黑客帝国英雄（The Matrix）、超人（Superman）、阿凡达（Avatar）、哆啦 A 梦（Doraemon）和蜘蛛人（Spider-Man）等。<sup>[1]</sup>

许龙才先生指出这些壁画是泰式当代艺术的展现，无论参观者从哪里来都可以理解这些壁画的内涵。



图 1-6 白庙佛殿的屋檐



图 1-7 白庙佛殿内的壁画

许龙才在白庙的设计上善于把佛教文化与当代文化相结合，把这些创意运用在壁画上。如白庙里的另一组壁画魔罗扰乱图（2019），就把佛教艺术的美与当代社会相融合，揭示了一些国际电影中英雄人物内心的贪婪性、欲望性以及暴力性，并通过绘画艺术展现出来，表达了一种要清心寡欲，超凡脱俗，与世无争的理念。<sup>[2]</sup>

在白桥的设计上充分体现了许龙才的佛教意识。他在白庙的建造中设计了一座白桥，其含义是走过白桥意味着一次轮回，获得新生。在桥头，许龙才设计了一个小的半圆形的结构，表示人世。其后又设计了一个大的半圆形结构，上面有妖魔鬼怪的犬齿造型，寓意多欲则忧，要人们把不甘心的事情扔到妖魔鬼神的嘴里。在进见佛祖之前需先洗心革面。白桥的中间则设计了一个神人或者仙人居住的须弥山（Mount Meru）<sup>[3]</sup>。桥下的水池表示围绕须弥山的大海。许

[1] Localnews: Wat Rong Khun <http://www.localnews2010.com/archives/975> [2021-10-21]

[2] Chalermchai Facebook Fanpage: Rong Khun Art Collection, [https://www.facebook.com/158846967607420/posts/1252509648241141/?\\_rdc=2&\\_rdr](https://www.facebook.com/158846967607420/posts/1252509648241141/?_rdc=2&_rdr) [2021-10-21]

[3] Kapook: 你对白庙有所不知的小事, <https://travel.kapook.com/view129345.html> [2021-10-21]

龙才在白佛殿的旁边还建造了 4 朵大莲花，表示须陀洹（Sotāpanna）、斯陀含（Sakadāgāmin）、阿那含（Anāgāmin）及阿罗汉（Arahat）。<sup>[1]</sup>



图 1-8 白庙的白桥、佛殿外面

与白庙的颜色不同，许龙才在白庙旁边建造了一个金色卫生间。这种白色与金色搭配，融合了白庙的色彩，使这座建筑在色泽上优雅别致。这座金色卫生间的门口、洗手盆的配套设施也装饰成精美的泰式艺术品，成为世上非常豪华漂亮的卫生间。这一设计和装饰，收到了国内外旅客的点赞，特别是受到了很多中国游客的赞叹。<sup>[2][3]</sup>



图 1-9 白庙的金色卫生间

正是许龙才的创意和把佛教文化与现代艺术相结合，使白庙成为是泰国清莱地区的一个非常热门的景点之一。来到此处游客不但能欣赏这座无与伦比的

[1] 泰语维基百科：白庙佛殿的意义，

<https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99> [2021-10-21]

[2] Emagtravel：清莱白庙，<https://www.emagtravel.com/archive/wat-rongkhon.html> [2021-10-21]

[3] Kapook：你对白庙有所不知的小事，<https://travel.kapook.com/view129345.html> [2021-10-21]

泰国艺术美丽，还能从中了解泰国的佛教文化和理念，给人们带来了直观和深刻的艺术建筑的感染力。

### 第三节 黑庙的建造艺术与发展

黑庙其实并不是一座寺庙，而是一座博物馆，是泰国艺术家塔顽·达察尼先生（Thawan Duchanee/ถวัลย์ ดัชนี），在 1975 年创建的，至今（2022 年）尚未完成黑屋的改建。黑屋俗称黑庙（บ้านดำ/พิพิธภัณฑ์บ้านดำ，英文：Baan Dam Museum/Ban Dam Art Space），也称为黑屋艺术博物馆。



图 1-10 泰国清莱黑庙

塔顽·达察尼先生（1939 年 9 月 27 日 - 2014 年 9 月 3 日）来自清莱，被称为泰国鬼才艺术家，最擅长绘画。塔顽·达察尼先生曾获得清莱政府奖学金，进入艺术家学校学习艺术，后来又获得了荷兰政府教育部以及文化部的奖学金，到荷兰阿姆斯特丹国家美术学院学习深造，取得了硕士学位和博士学位。塔顽·达察尼先生成为国际艺术演讲者和东方艺术文化的联合国代表候选人。他是泰国著名的国家画家，是具有创新性的泰国当代艺术家之一。<sup>[1]</sup>

[1] BAANDAM MUSEUM GUIDE MAP [A].清莱. [2021-4-5]



图 1-11 塔顽·达察尼先生和他的儿子 Doi Tibet Duchanee

塔顽·达察尼先生建造这座博物馆的目的一是要为了要保存自己曾经创作的作品和其他人赠送给他的作品。其中有些作品存在德国戈托爾夫城堡(Gottorf Castle)，以展示东方绘画的灵感。二是为了启发自己创作和设计的灵感。  
[1][2][3]



图 1-12 德国戈托爾夫城堡(Gottorf Castle)

[1] “黑庙”塔顽·达察尼的精美艺术品, <https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/914094/> [2021-10-21]

[2] 超过 113 幅塔顽·达察尼的绘画是无价, <https://www.sanook.com/news/7510802/> [2021-10-21]

[3] Travel with Kids: “黑庙”塔顽·达察尼的灵感,

<https://www.travelwithkids.in.th/%E0%B8%9A%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%94%E0%B8%B3-%E0%B8%96%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%A5%E0%B8%A2%E0%B9%8C-%E0%B8%94%E0%B8%B1%E0%B8%8A%E0%B8%99%E0%B8%B5/> [2021-10-21]

黑庙的建造具有以下几个特点。首先塔顽·达察尼先生以“黑色”为其建筑的基调。因为“黑色”是他最爱的颜色。他唯一的儿子 Doi Tibet Duchanee 指出，这是因为这里的艺术品大都是以黑色来刷漆，黑色是这里标志性的颜色和艺术品的语言。黑屋的建筑材料是柚木，据说房屋黑色颜料是来自用过的机油，因为机油有灭杀或者防治白蚁、蚂蚁及昆虫等的作用。<sup>[1][2][3]</sup>

除了颜色外，黑庙在建筑设计、绘画手法以及雕塑作品上也都有其特点。黑庙里共有 40 所屋子，从建筑美丽的角度来看，每所屋子各有其不同的设计和建筑风格，来自不同的创作灵感。这些屋子里展出了塔顽·达察尼先生保存的各种各样宝贵的物品，包括木雕物品、银子物品、漆器、野生动物皮（干蛇皮、鳄鱼、老虎、熊）、动物骨头（鹿角、牛角、象牙等）。这些物品分别来自欧洲、中国、日本、印度、西藏等不同的国家。塔顽·达察尼先生以这些宝贵物品为基本资料，从而启发了他艺术创作的想像力。他还保存了反映湄公河文化的艺术物品，这些物品不仅罕见，而且艺术价值高。塔顽·达察尼先生把这些蕴含湄公河文明的物品保存在了这座黑庙里。

黑庙的建筑风格以兰纳文化为基本元素，可以分为四个部分。

- 第 1 部分是木文化，是属于初次建造屋子的时期；
- 第 2 部分是红陶时期（仰韶文化）；
- 第 3 部分是混凝土文化；
- 第 4 部分是属于招待客人领域和凉亭。

35 年来塔顽·达察尼先生一直在进行艺术品的创作。黑庙的建筑反映了塔顽·达察尼先生在不同时期设计情况。这些有创新性的房屋设计展示他在欧洲学习来的有关解剖学方面的艺术构思，表现出他对房屋设计的重视。黑庙的建筑设计从里至外，类似佛殿的造型。房屋的外面明显地表现了兰纳艺术，即一种简易的建筑风格。但房屋里面体现了塔顽·达察尼先生对社会生物学的想法。他使用“屋子或家”的概念来设计，因为屋子或者家是私人领域，不经过允许是不能进入的。但是黑庙一个自由的区域。黑庙里的各个建筑设计及风格展现了塔顽·达察尼先生的自由想像力，叙述着他自己的故事。<sup>[4][5][6]</sup>

[1] “黑庙”塔顽·达察尼的精美艺术品，<https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/914094/> [2021-10-21]

[2] Travel with Kids: “黑庙”塔顽·达察尼的灵魂，  
<https://www.travelwithkids.in.th/%E0%B8%9A%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%94%E0%B8%B3-%E0%B8%96%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%A5%E0%B8%A2%E0%B9%8C-%E0%B8%94%E0%B8%B1%E0%B8%8A%E0%B8%99%E0%B8%B5/> [2021-10-21]

[3] Bangkokbiznews: 解锁黑庙，<https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/603150> [2021-10-21]

[4] Bangkokbiznews: 解锁黑庙，<https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/603150> [2021-10-21]



图 1-13 黑庙里的 40 所屋子



图 1-14 黑庙展示的各种艺术品

黑庙的设计不同于白庙的设计。这里除了独一无二的建筑设计外，参观者还可以欣赏到塔顽·达察尼先生亲手画的画，这些绘画超过 113 幅。塔顽·达察尼先生妙手丹青，旁人难以模仿。这些绘画的灵感力与思路是以佛教哲学为主，描绘出泰式当代艺术，将泰式心灵，作品融合了东方哲学和西方哲学。每幅画都给人一种威力、恐惧、神秘感觉。人们从中可以看到恶魔、妖魔、奋力搏斗的各种动物<sup>[1]</sup>。这些绘画以暗色调为主，作者使用了黑色、黄色和红色这三种主要颜色。用影子画法和画笔的技巧，表现出作者的理念和心态。

[5] Doitibet Duchanee. “Baandam” The Historic Art Museum of the National Artist Thawan Duchanee[D]. 泰国：玛希隆大学，2009 [2021-3-16]

[6] True ID: 来参观塔顽·达察尼的黑庙，<https://travel.trueid.net/detail/WrG74erBeNj> [2021-10-21]

[1] 超过 113 幅塔顽·达察尼的绘画是无价，<https://www.sanook.com/news/7510802/> [2021-10-21]



图 1-15 黑庙独特的建筑风格与设计

塔顽·达察尼先生过世后，他的儿子 Doi Tibet Duchanee 先生接管了这个地方，利用了增强效果的现代技术（Augmented Reality）与网络技术，把抽象的作品改成了具体的作品，使游客更容易理解塔顽·达察尼先生这些的作品的含义，感受到他的思想和创意。



图 1-16 塔顽·达察尼的绘画手法      图 1-17 黑庙的增强现实技术（Augmented Reality）

黑庙建筑的一大特点是用柚木雕塑了大批雕像。艺术风格是兰纳艺术风格和西方艺术风格相结合。正如有的学者所说，在黑庙里，观赏者无论走到哪里都看到一种不可思议的雕塑品。对一些泰国人来说，这是色情的，但从艺术的角度来看，这些是艺术品，含有一种思考、分析以及辨别的意义。



图 1-18 黑庙中的雕塑品

综上所述，黑庙是一座艺术博物馆，是由塔顽·达察尼先生创建的，这不仅是为了保存他所有的艺术作品，而且可以启发自己创作新作品的地方。黑庙的特点是建筑设计和风格、精彩绘画以及雕塑品，各个艺术品皆以兰纳文化和佛教哲学为主，增加了东方和西方文化的艺术风格，展出了独一无二的泰式现代艺术品。

#### 第四节 蓝庙的建造艺术与发展

蓝庙，又称清莱蓝庙（วัดร่องเสือเต้น/Wat Rong Sua Ten 或 Blue Temple）。这座寺庙由 Phuttha Karbkaew 先生（泰语：นายพุทธา กาบแก้ว / สล่านก）来修建的。他原来是清莱当地艺术家，作为许龙才先生的徒弟，他曾在白庙的建造中积累了不少经验，学到了不少艺术创作的技能和知识。后来他将这些宝贵的经验和知识用于自己的艺术创作，其丰硕成果就是展现在人们面前的蓝庙。蓝庙是从 2005 年 10 月 27 日开始建造，到 2016 年 1 月 22 日建成，总共花了 11 年的时间。<sup>[1][2]</sup>

与白庙、黑庙的基本色不同，清莱还有一座蓝庙。蓝庙的名字来自个 80-100 年民间流传的故事。蓝庙的前身是一个废弃的无名寺庙。在寺庙附近有不少野生动物，甚至有老虎经常出没。这个地方被叫做 Ban Rong Sua Ten。由于当地附近没有可以行善积德的寺庙，每到重要的节日，各家各户便去较远的寺庙。后来当地的人们为了方便拜佛，行善积德，举行宗教仪式和集会，有

[1] Museum Thailand: 蓝庙, <https://www.museumthailand.com/th/1236/storytelling/%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B9%80%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%99/> [2021-10-22]  
 [2] Manager Online: 来欣赏蓝庙的美景, <https://mgronline.com/travel/detail/9630000117901> [2021-10-22]

个以寺庙为中心的集合地，于是当地村民决定兴修这座废弃的寺庙，这座寺庙也被称为 Wat Rong Sua Ten。<sup>[1][2]</sup>



图 1-19 蓝庙兴修者 Phuttha Karbkaew



图 1-20 泰国清莱蓝庙

蓝庙不仅在建筑颜色上不同于白庙和黑庙，而且在建筑设计和风格上也有其特点，展示了具有泰式现代艺术风格的雕塑品。蓝庙选择蓝色是因为蓝色象征着蔚蓝的天空，寓意着佛法无边，佛恩荡荡。<sup>[3][4]</sup>除了蓝色外，设计者在蓝庙的旁边还建了一座高 20 米的黄蓝色佛塔，体现了泰式现代艺术风格，即兰纳艺术风格、佛教艺术风格和现代艺术风格的融合。在这个佛塔的塔顶供奉着苏瓦塔那摩诃的舍利（สมเด็จพระญาณสังวรสมเด็จพระสังฆราช สกลมหาสงฆปริณายก）。另外，在佛殿内的周边 Phuttha Karbkaew 先生布置了自己亲手画的作品。这些绘画用料上以黄色和蓝色为主，壁画的内容表现的是有关佛陀的故事。

在蓝庙的中间有一幅 Phuttha Karbkaew 先生画的珍珠白色的大佛像。这幅佛像有约 88,000 个佛牌（Phrarod Lumphun Amulets），以及各种各样的贵重物品。佛牌是泰国独有的一种佛教护身符，也是一种佛的纪念物。佛牌一方面可以供奉在寺庙内，以增强寺庙的法力。另一方面佛牌是一种信仰与传统的保留，有着一种传承佛教文化的作用。

[1] Wat Rong Sua Ten (Blue Temple) [A].清莱. 2021-7-18

[2] Museum Thailand: 蓝庙,

<https://www.museumthailand.com/th/1236/storytelling/%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B9%80%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%99/> [2021-10-22]

[3] Kapook: 精美泰式佛教艺术的蓝庙, <https://travel.kapook.com/view158383.html> [2021-10-22]

[4] Chiangrai Focus: 在清莱唯一的蓝色寺庙的蓝庙, <https://www.chiangraifocus.com/article/27> 2021-10-22]



图 1-21 蓝庙佛殿和黄蓝色佛塔



图 1-22 Phuttha Karbkaew 先生画的珍珠白色大佛像

与白庙和黑庙不同的是在蓝庙前面设计建造了两条娜迦蛇。娜迦是印度神话中的蛇神，也被誉为湄公河的守护神，头型酷似眼镜蛇外表类似巨大的蛇，有一个头或七个头，常在婆罗门教、印度教和佛教经典中出现。也能在一些佛教的建筑中看见。在泰国的民间传说：佛陀传道时期，有一条大蛇被佛教普渡众生的慈悲之心所感动变作凡人剃度为僧。不料，大蛇入睡后，现出原形，被其他僧侣发现，禀告佛陀。佛陀召大蛇讯问，大蛇说出原委。佛陀认为蛇是牲畜，不能剃度为僧，命它还俗。大蛇苦苦哀求，佛陀不允。于是大蛇请求在佛门留下其名，佛陀允之。自此凡剃度者穿上白袍，进入佛门前都被称呼为“娜伽”。因此，在泰国剃度者又被称作“娜伽”。



图 1-23 蓝庙周围的建筑景点

Phuttha Karbkaew 先生应用了塔顽·达察尼先生的艺术，格来创造娜迦的剑牙，它的剑牙显示地看出来剑牙的弯角和锋利度，因此看似它在生动，同时也有严肃的形状。在该座佛殿的后边是白色的高大立像，平定佛祖姿态（The attitude of persuading the relatives not to quarrel），黄蓝色的背景提亮该座立像的美丽。<sup>[1][2]</sup> 最后，一扎眼来这座蓝庙的许多游客是在蓝庙门口附近，是优波鞠多尊者（英文：Upagupta，泰文：พระอุปกุตุต），坐在喷泉中的姿态，有莲花叶为阴影，而且有几条来自雪山林的蓝色鱼游在优波鞠多尊者的身边。<sup>[3]</sup>



图 1-24 泰国清莱的黑、白、蓝三色庙

[1] A World Connect: Blue Temple 蓝庙, <http://aworldconnect.com/index.php/region/235-blue-temple> [2021-10-22]

[2] Thaiticketmajor: 精美优雅现代泰式艺术的蓝庙, <https://www.thaiticketmajor.com/variety/travel/10735/> [2021-10-22]

[3] Paiduaykan: 清莱蓝庙, <https://www.paiduaykan.com/travel/%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B9%80%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%99> [2021-10-22]

综上所述，蓝庙是在清莱的主要佛教场所之一，不仅是举世闻名的旅游景点，而且蓝庙的特色是举世无双的，既建筑、绘画和雕塑的泰式现代艺术风格，因此而吸引不少国内外游客来赏看这座蓝庙的美丽。



## 第二章 相关概念、理论基础和研究方法

对于“清莱白、黑、蓝三座庙宇（简称“三色庙”）的文化特色和汉语服务的比较研究”的相关概念和理论基础,涉及特色文化概念,文化旅游产业概念和满意度的相关理论和市场营销组合 7Ps 理论。

### 第一节 特色文化概念

#### 一、文化的概念

文化（泰文：วัฒนธรรม、英文：culture）这个词是由学者或者组织提出了不同的意义。按照 2011 年泰国词典（The Royal Institute Dictionary），文化是指某物质对某组织或者群组成长、有前进或者有繁荣的发展，即泰国文化、服装文化、某组织的生活方式（当地文化以及山区文化等）。<sup>[1]</sup> 按照牛津高阶英语词典（Oxford Advanced Learner’s English Dictionary），文化是指在某国家或者组织中的生活方式、风俗习惯、迷信、共享事物，既音乐、艺术、文学等。<sup>[2]</sup> 按照百度网站，文化可分为广义和狭义，“广义的是指人类在社会实践过程中所获得的物质、精神的生产能力和创造的物质、精神财富的总和。狭义指精神生产能力和精神产品，包括一切社会意识形态：自然科学、技术科学、社会意识形态。有时又专指教育、科学、文学、艺术、卫生、体育等方面的知识与设施。”<sup>[3]</sup>

从各位知名专业学者的角度来看，他们也对“文化”此词有不同的含义。英国的爱德华·B·泰勒（Edward B. Taylor）曾在 1891 年把文化的定义为：个人从其所属的组织成员中获得的知识、信念、技术、道德、法律、风俗以及其他方面蕴涵着的已有内容及形式。罗伯克·西蒙兹（Robock Simmonds）于 1989 年提出的文化定义是指一个社会规定人的行动的社会规范及式样的总的体系。在国际市场营销学书上的闫国庆认为所谓“文化”是指给定社会中由人们可识别的行为方式特征整合而成的体系。它包括给定社会群体想、做、说、行的行为方式。一般而言，文化有广义和狭义两种理解。广义的文化是指人类在社会

[1] พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถานปี2554:วัฒนธรรม[EB/OL], <https://dictionary.orst.go.th/> [2021-10-25]

[2] Oxford Learner’s Dictionaries: Culture[EB/OL], [https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american\\_english/culture\\_1](https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/culture_1) [2021-10-25]

[3] Baidu 百科: 文化[EB/OL], <https://baike.baidu.com/item/%E6%96%87%E5%8C%96/23624> [2021-10-25]

历史实践过程中创造的物质财富和精神财富的总和。狭义的文化是指社会的意识形态以及与之相适应的礼仪制度、组织机构、行为方式等物化的精神。<sup>[1]</sup>

## 二、文化的特征

文化的特征表现在：精神性、社会性、集合性、独特性和一致性。在某群体或者组织中他们共享同样的文化内容，就是有共同的精神活动等，这才有文化的各自内涵。<sup>[2]</sup> 文化的基本要素包括：语言、宗教、价值观、生活方式、对物质文明和权势的态度、社会阶层等基本要素来分析社会文化环境。这些社会文化环境的构成要素对整个国际市场营销活动起着很重要的影响。

文化的这些特征和要素也反映在清莱的“三色庙”中。从清莱的“三色庙”中人们可以看到它们反映泰国语言文化，宗教文化即佛教文化和价值观，以及由历史文化所形成的价值观和生活方式。通过“三色庙”里的各种艺术作品，也可以看到泰国社会对物质文明，不同社会阶层，地位和权势的态度。人们可以通过对清莱“三色庙”在各种艺术杰作和建筑物的观赏，直观地看到泰国文化通过语言、宗教、价值观、生活方式、对物质文明和权势的态度、社会阶层等基本要素，在“三色庙”中展示给人们的各种栩栩如生，色彩变化，抽象和具体的艺术建筑和物品是文化、思想、价值、艺术手法和人生追求与理想的高度融合的体现。

## 三、特色文化的概念

特色文化（Cultural Features），根据梅里厄姆-韦伯斯特公的（Merriam-Webster）说明，特色文化是指某人在某地区或者范围内创造的特征，如某个城市、某条路、某座桥或者某家。<sup>[3]</sup> 周建军和张爱民在 2010 年论特色文化的内涵及发展途径将“特色文化”的定义为：某人长期在特定领域或者范围内生产和生活中形成的价值观，与其他地区有区别的，得以存在和发展内在根基和精神动力。清华大学美术学院副教授的王国胜认为“特色文化”是经过长期历史而日益发展或者逐渐形成的，反映了特定区域的人文历史，与其他区别的有差异或者特色的，于是它具有一定连续性、独特性和可识别性。特色文化可分为个三层面所表现富有特色和地方性的文化现象：浅层面是以物化形成成果为物质文化；中层面是以人的行为化为非物质文化；深层面是以人的

[1] 闫国庆，国际市场营销学[M]. 第二版. 北京：清华大学出版社，2012：71-72. [2021-10-25]

[2] MBA 智库·百科：文化[EB/OL]，<https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%96%87%E5%8C%96> [2021-11-16]

[3] Merriam-Webster: Cultural Features[EB/OL]，<https://www.merriam-webster.com/dictionary/culture%20feature> [2021-10-25]

意志形态表现的。它的特点是会大影响到一个区域，如经济、社会、人文、人的习惯、习俗和价值观的取向。<sup>[1]</sup> 加上，特色文化这个词与文化认同的另一生词较相同。所谓的“文化认同（Cultural Identity）”，就是一个人对于自身属于某个社会群体的认同感。<sup>[2]</sup> Stuart Hall（1992）将文化认同的定义为：是个共享意义的词汇，以各种语言方式来表现、生产以及交换某共享事物的一个体系，如声音、写作、照片、动画、节奏、物品等。Suriya Samutkub 和 Pattana Kittiarasa（1999）认为在全球化中“文化”是由新工具来创造而控制的，是以语言方式为代表，而以人造卫星为通信媒介，如艺术、娱乐、体育、视频乃至广告、媒体等，于是某人在不同地方可以愈快愈容易地认识不同全球的文化。<sup>[3]</sup>

## 第二节 文化旅游产业概念

旅游业是服务产业，在泰国主要的收入来源之一。泰国旅游业的发展不仅促进了泰国经济的发展，也提供了很多就业机会，提高了人民的生活水平。

文化旅游产业是指文化产业与旅游产业结合的一个新产业，是属于新兴产业。所谓“新兴产业”，顾名思义就是，相关国民经济社会发展和产业结构优化升级，是促使国民经济和企业发展走上创新驱动、内生增长轨道的根本途径。换句话说，新兴产业是随着新的科研成果和新兴技术的诞生并应用而出现的新的经济部门或行业。<sup>[4][5][6]</sup>清迈大学人文学院的 Boonlert Jittangwattana 在 1999 年永久旅游计划与发展的研究报告指出，文化旅游产业是以文化为旅游卖点，是属于旅游类型之一，该卖点是认识历史文化遗产、参观建筑风格、体验当地人民的生活方式等的各国文化，这包括旅游者购买本地的手工纪念品、品尝本地美食等这些物品。Greg Richards 教授（1997）在 The Social

---

[1] MBA 智库·百科：特色文化产业[EB/OL], [https://wiki.mbalib.com/zh-](https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E7%89%B9%E8%89%B2%E6%96%87%E5%8C%96%E4%BA%A7%E4%B8%9A)

tw/%E7%89%B9%E8%89%B2%E6%96%87%E5%8C%96%E4%BA%A7%E4%B8%9A [2021-11-16]

[2] 维基百科：文化认同[EB/OL],

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%96%87%E5%8C%96%E8%AA%8D%E5%90%8C> [2021-12-8]

[3] Sirilak Pherthiarnant. Cultural identity design for the greater Mekong sub-region: Thailand sustainable tourism promotion [D/OL]. 曼谷：艺术大学艺术与设计学系，2016[2021-10-25],

<http://www.sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/14439?attempt=2&>

[4] 罗明义. 旅游经济发展与管理[M/OL]. 中国：云南大学出版社，2008：08[2021-11-16].

[https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%97%85%E6%B8%B8%E4%BA%A7%E4%B8%9A#\\_ref-](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%97%85%E6%B8%B8%E4%BA%A7%E4%B8%9A#_ref-)

[5] MBA 智库·百科：新兴产业[EB/OL], <https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BA%A7%E4%B8%9A> [2021-12-18]

[6] Baidu 百科：新兴产业[EB/OL],

<https://baike.baidu.com/item/%E6%96%B0%E5%85%B4%E4%BA%A7%E4%B8%9A/10813951> [2021-12-18]

Context of Cultural Tourism 指出，文化旅游产业是某人或者某组织去任何不熟悉的地方，而且离开平常居住的目的是为了在不同文化地区培养能力、积累经验等，包括为了满足自己对某文化有趣的需求，即风俗习惯、艺术、表演等。<sup>[1]</sup>世界旅游组织将文化旅游产业的定义为：某旅游者在某旅游区的范围内有吸引力，而调查、得知及体验对于有形与无形文化旅游产品和服务的一种旅游活动。该产品和服务包括音乐、艺术、建筑、文化遗产、文学、饮食、价值系统、信仰、传统习惯等具有特色的各种物件。<sup>[2]</sup>文化旅游产业是指旅游者去某特定旅游区而体验和得知某文化的一个旅游过程，譬如参加季节活动、去博物馆以及试尝当地饮食。文化旅游产业也可以是没注意到所隐藏在旅游活动中的一些部分，平常是在旅游过程中必然发生的部分，如当地语言、当地习俗文化、当地饮食口味等。世界贸易组织（1985）将文化旅游产业的广义为：某人或者某群体为了满足自己的需求、提高个人的文化水平，而学习新知识以及经过体验等。不过，在文化旅游产业狭义的方面，可分为两个看法。Bonink(1992)和 Munsters(1994)认为该产业是关于文化消费，如旅游区或者纪念碑；MacIntosh and Goeldner (1986)认为该产业是旅游者得知其历史、其文化遗产、其日常生活以及其思想的所有相关旅游方面。Csapo(2012)认为对于文化旅游产业的一个总称，是包括物质和非物质，即文学、艺术、语言、灵魂、美食、民族、节日、表演、宗教、工艺等。<sup>[3]</sup>

综上所述，文化旅游产业是旅游供给者以文化为卖点，至于旅游者为了满足自己有趣的需求、对不同文化环境好奇而要学习、得知几体验其新知识。文化旅游产业包括物质与非物质，如语言、沟通方式、表演、艺术、工艺、古迹建筑、古物、寺庙、博物馆、饮食、民族、宗教、文学、灵魂、节日、习俗等的不同文化。清莱的“三色庙”正是这样的文化旅游产业，集艺术、建筑、寺庙、博物馆、民族、宗教、习俗和文学于一身。

---

[1] Phrapaladkhamnuan Anangano, Development of the Geoinformatics for Heritage Tourism in Canthaburi Province[D/OL]. 玛哈朱拉隆功佛教大学社会发展系, 2017: 30-31[2021-11-27], [https://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse\\_type=title&titleid=492039&query=%A1%D2%C3%BE%D1%B2%B9%D2%C3%D0%BA%BA%C0%D9%C1%D4%CA%D2%C3%CA%B9%E0%B7%C8&s\\_mode=any&d\\_field=&d\\_start=0000-00-00&d\\_end=2564-12-13&limit\\_lang=&limited\\_lang\\_code=&order=&order\\_by=&order\\_type=&result\\_id=4&maxid=10](https://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=492039&query=%A1%D2%C3%BE%D1%B2%B9%D2%C3%D0%BA%BA%C0%D9%C1%D4%CA%D2%C3%CA%B9%E0%B7%C8&s_mode=any&d_field=&d_start=0000-00-00&d_end=2564-12-13&limit_lang=&limited_lang_code=&order=&order_by=&order_type=&result_id=4&maxid=10)

[2] UNWTO. Tourism and Culture: About Cultural Tourism [EB/OL]. [2021-11-16], <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>

[3] Dr. Hayley Stainton. Cultural tourism explained: What, why and where [EB/OL]. (2021-11-10)[2021-12-16], <https://tourismteacher.com/cultural-tourism/>

### 第三节 知觉概念与理论

知觉（Perception）是人格心理学的名词，是指一系列组织并解释外界客观和事物的产生的感觉信息的高阶意。知觉是客观事物直接作用于感官（包括眼、耳、鼻、舌、身等）而在头脑中产生的对事物整体的认识或反映。<sup>[1][2]</sup> 例如，当我们听到个爆炸声时并不知是哪来声音，到底发生了什么事等，因为我们只不过是使用耳朵听到的，这就是个感觉，但过了 10 分有人与我们说那个声音是轮胎爆炸的，这才是我们的知觉，因为通过信息解释，同时在头脑中产生对事物整体的反映（如图 2-1：一系列的知觉过程）。

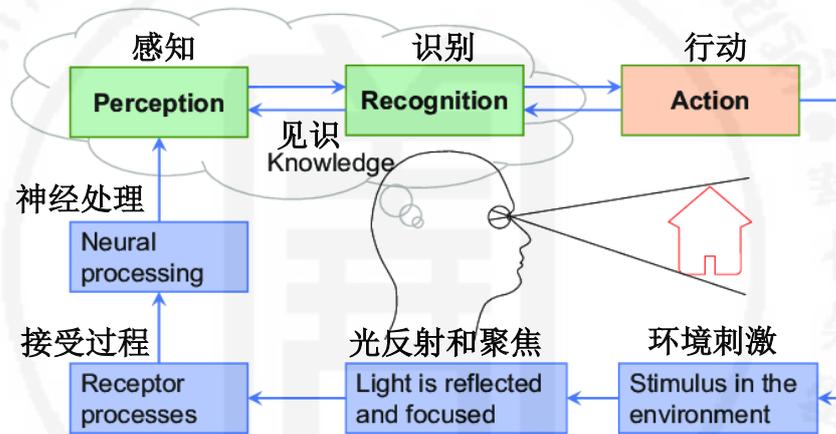


图 2-1：一系列的知觉过程

[https://www.researchgate.net/figure/High-level-model-of-the-iterative-perceptual-process-After-Goldstein-Gol10b\\_fig1\\_333663569](https://www.researchgate.net/figure/High-level-model-of-the-iterative-perceptual-process-After-Goldstein-Gol10b_fig1_333663569)

知觉的种类可分为空间知觉、时间知觉和运动知觉的 3 大类。（1）空间知觉是指人脑对客观事物间属性的反映，如形状知觉、大小知觉、深度知觉、方位知觉。一般来说，人要依靠视觉、触摸觉和动觉才能表现反映的。若全失去这些就无法辨别的；（2）时间知觉是指人对客观事物的延续性和顺利性的反映，简单地说就是以时间为参照系，如在一定时间中的活动、太阳起落、月的圆缺、四季变化、日历、时钟、按 24 小时的周期、计时工具等，使时间知觉更精确；（3）运动知觉是相关物理理论，是指人对物体在空间位移和移动速度的

[1] Baidu. 百科. 知觉[EB/OL]. [2021-11-17]. <https://baike.baidu.hk/item/%E7%9F%A5%E8%A6%BA/1562614>  
[2] MBA 智库. 知觉[EB/OL]. [2021-11-17]. <https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E7%9F%A5%E8%A7%89>

知觉，包括真正运动和似动。换句话说，物体按照速度或加速度从甲到乙作连续的位移；在一定的时间和空间条件下，人将静止的物体看成运动的。<sup>[1]</sup>

根据收集本文的相关资料，知觉是有多种类型的，如人际知觉、社会知觉等，而相关本文研究的目的是消费者知觉的种类，详细说明是如下。

消费者知觉（Customer Perception）是指消费者对消费对象的主动反映过程。这一过程受到消费对象特征和个人主管因素的影响，从而表现出某些独有的活动特性，具体表现在选择性、理解性、整体性、恒常性的方面。<sup>[2]</sup>

1. 选择性，是指消费者对有选择地把其中一部分刺激作为信息加以接受、加工和理解，也就是说，在感觉基础上有选择地加工处理信息并加以知觉的特性。选择知觉的刺激因素可分为 2 个部分：外部因素（External Factors）是人本身的外部，即环境、大小事物、移动物体、重量等；内部因素（Internal Factors）是人本身的心理因素，如需求、学习、经历等。引起消费者知觉的原因，首先是来自感觉阈限和人脑信息加工能力的限制。若是低于感觉阈限，就不被感觉器官所感受，而不能成为知觉的选择对象，只有达到足够强度的刺激才能为消费者所感知。其次，消费者自身的需要、欲望、态度、偏好、价值观念、情绪、个性等，对知觉选择也有直接影响，就是该刺激物要符合消费者的需求，或对它们有明显地好感而快乐，才成为选择的知觉对象。再次，由于趋利避害是人的本能，当某种带有伤害性或于己不利的刺激出现时，消费者会本能地采取防御姿态，关闭感官通道，拒绝信息的输入。<sup>[3][4][5]</sup>

2. 理解性，是指消费者在考虑某商品时，就按照自己的知识经验来参与的。而且，各消费者对某商品的知觉水平是不相同的，造成消费者之间在知觉理解能力和程度上的差异。<sup>[6][7]</sup>

3. 整体性，是指人们对某商品认知时，凡是就将的对象提供的各个部分来组合，进行整体而知觉的，不是认知某商品的独立部分，同时获得完成、圆

---

[1] MBA 智库. 知觉[EB/OL]. [2021-11-17]. <https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E7%9F%A5%E8%A7%89>  
Baidu·百科. 运动知觉[EB/OL]. [2022-1-24].

<https://baike.baidu.com/item/%E9%81%8B%E5%8B%95%E7%9F%A5%E8%A6%BA/2844906>

[2] MBA 智库. 消费者知觉[EB/OL]. [2022-1-24]. <https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E6%B6%88%E8%B4%B9%E8%80%85%E7%9F%A5%E8%A7%89>

[3] Tutorials Point. Organizational Behavior: Perception[EB/OL]. [2021-11-17].

[https://www.tutorialspoint.com/organizational\\_behavior/organizational\\_behavior\\_perception.htm](https://www.tutorialspoint.com/organizational_behavior/organizational_behavior_perception.htm)

[4] Tutorials Point. Organizational Behavior: Perception[EB/OL]. [2021-11-17].

[https://www.tutorialspoint.com/organizational\\_behavior/organizational\\_behavior\\_perception.htm](https://www.tutorialspoint.com/organizational_behavior/organizational_behavior_perception.htm)

[5] MBA 智库. 消费者知觉[EB/OL]. [2022-1-24]. <https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E6%B6%88%E8%B4%B9%E8%80%85%E7%9F%A5%E8%A7%89>

[6] MBA 智库. 消费者知觉[EB/OL]. [2022-1-25]. <https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E6%B6%88%E8%B4%B9%E8%80%85%E7%9F%A5%E8%A7%89>

[7] R Gilorkar. Organization Behaviour Perception[EB/OL]. [2021-11-17].

<https://www.economicdiscussion.net/organisation/organisational-behaviour-perception/31606>

满、稳定的心理感受，何况这才可以加快认知过程。整体性的表现形式有：接近性指的是在空间位置上相互接近的刺激物容易被视为一个整体；相似性指的是刺激物在形状和性质上相似，容易被当做一个整体感知；闭锁性指的是刺激物的各分共同包围一个空间时，容易引起人们的整体知觉；连续性指的是当刺激物在空间和时间上具有连续性时，容易被人们感知为一个整体。<sup>[1][2]</sup>

4. 恒常性，是指消费者能够避免外部因素的干扰，在复杂多变的市场环境中保持对某些商品的一贯认知。举例来说，既然在市场中生产新商品，消费者也对传统商品、名牌商标、老字号大小商店的这些观念有深刻地印象，即具有恒常性。而这一特性可以增加消费者选择商品的安全感，减少购买风险。

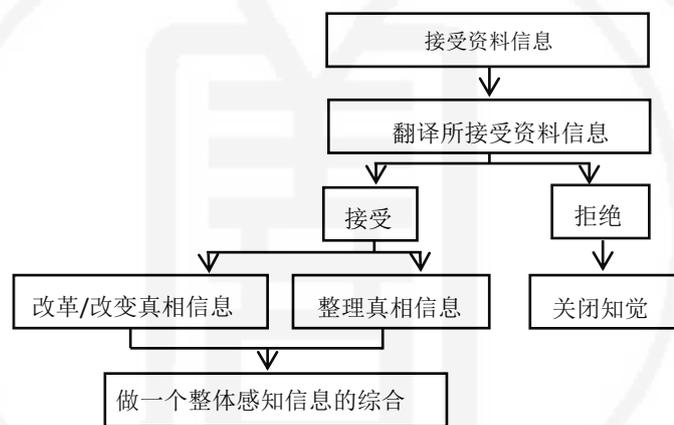


图 2-2 依 Robert Axelord(1973) Scheme 理论与模型的应用<sup>[3]</sup>

然而，同时消费者也有可能拒绝新商品的接受。至于企业的方面，可以在复杂多变的市场环境中保持对某些商品的一贯认知，能长期保有市场份额，不被众多的新产品、新企业所排挤的重要原因之一。<sup>[4]</sup>（见图 2-2）对学者而言，知觉概念是涉及心理学，不仅是感觉的高程度，而是人类对外部客观事物认知的基本能力。知觉的基本要素是由感官和个人认识经历融合思考而反映出来的。知觉过程的顺序是包括接受信息、选择信息、整体信息、理解信息和恒常性的。因此而每个人的知觉水平能力是个不相同的，因为年纪的差异和个人

[1] MBA 智库. 消费者知觉[EB/OL]. [2022-1-25]. <https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E6%B6%88%E8%B4%B9%E8%80%85%E7%9F%A5%E8%A7%89>

[2] Nattapumin Ta-inbut. Perception and trust to the decision-making process the PromptPay system of the Commercial Bank in Lampang Province[D]. Lampang Rajabhat University. 2018: 28.

[3] R. Axelrod. Schema Theory: An Information Processing Model of Perception and Cognition[EB/OL].<https://www.semanticscholar.org/paper/Schema-Theory%3A-An-Information-Processing-Model-of-Axelrod/ccf9be21604e44ba0043685ff2f5f8704802bf82>

[4] MBA 智库. 消费者知觉[EB/OL]. [2022-1-25]. <https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E6%B6%88%E8%B4%B9%E8%80%85%E7%9F%A5%E8%A7%89>

环境是有差异的这些基本要素。学者将这概念应用于 3 庙宇的艺术美丽和提供汉语服务的各方面。

由于本文的相关内容涉及欣赏艺术美丽与文化知觉的方面，知觉的感官平常是使用眼睛感知的，如壁画、雕像、建筑风格等，但有时能使用耳朵听到的，如声音、音乐等。因此学者选知觉的相关理论是视知觉理论——格雷戈里理论的自上而下处理。

#### 第四节 满意度的相关理论

所谓“满意”（Satisfaction）是一种个人心理状态，对一段关系质量的主观评价，客户对产品或服务的事前期望与实际使用产品或服务后所得到实际感受的相对关系。客户已达到自己的需求而满足后的愉悦感。<sup>[1]</sup> Hemarach Mahalue（2018）认为满意是指个人喜欢某事物或对某事物有乐观主义，并且接受者满足提供者提供某服务，达到接受者的需求。不过，个人的满意度是不一致的，因为是要根据个人的价值观、刺激物、个人环境等的其他因素，比如方便性、舒服感、友好、热情感、尊敬、美丽等。<sup>[2]</sup>

所谓“满意度”（Degree of Satisfaction）是指使用数字来衡量这种心理状态。加上，满意度是通过评价分值的加权计算，得到测量满意程度（深度）的一种指数概念。一般来讲，满意度的测评目的不仅是掌握满意度现状，便是帮助企业把有限的资源集中到客户最看重的方面，从而达到建立和提升顾客忠诚并保留顾客，而且可以分品牌和客户调研，是为分层、分流和差异化服务提供依据，了解并衡量客户要求。加上可以找出服务短板，分析顾客价值，实现有限资料优先配给最有价值的顾客。最后是研究服务标准、服务流程及服务传递与客户期望之间的差距，找到客户关注点和服务短板，提出相应改善建议。<sup>[3]</sup>

所谓“顾客满意度”是指对顾客满意程度的衡量指标。顾客满意是顾客基本的条件，是对某产品或服务可感知的效果（结果）与期望值相比较后，顾客接受产品的组织或个人。自古以来“顾客”此词是指购买物品商品的人，但目

---

[1] Taylor Peplau Sears. 社会心理学（第十版）[M/OL]: 北京大学出版社，2004年9月：296[2022-01-16]. [https://baike.baidu.com/item/%E6%BB%BF%E6%84%8F%E5%BA%A6/9225406#reference-\[1\]-1257630-wrap](https://baike.baidu.com/item/%E6%BB%BF%E6%84%8F%E5%BA%A6/9225406#reference-[1]-1257630-wrap)

[2] Hemarach Mahalue. Satisfaction of Credit Service Users Towards Marketing Mix of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives Chiangkham Branch Phayao Province [D/OL]: University of Phayao, The Master of Business Administration, 2018-7[2022-1-17]. <http://www.updc.clm.up.ac.th/handle/123456789/521>

[3] Taylor Peplau Sears. 社会心理学（第十版）[M/OL]: 北京大学出版社，2004年9月：296[2022-01-16]. [https://baike.baidu.com/item/%E6%BB%BF%E6%84%8F%E5%BA%A6/9225406#reference-\[1\]-1257630-wrap](https://baike.baidu.com/item/%E6%BB%BF%E6%84%8F%E5%BA%A6/9225406#reference-[1]-1257630-wrap)

前则是消费者。加上，顾客不仅是商店或服务行业前来购买东西的人，还可以是指要求服务的对象，而且可以是商业服务或产品的采购者，并且可以是最终的消费者，甚至代理人、供应链内的中间人也不利外。这些顾客凡是可能购买某公司的产品或服务，也可以是已经来购买该产品或服务的。在客服中，顾客永久是对的；在市场学理论中，营商事前有必要了解顾客及其市场的供求需要，避免浪费资源而不环保。

顾客满意指标是指用以测量顾客满意程度的一组项目因素。这是必须建立一组与产品或服务有关的，能反映顾客对产品或服务满意程度的产品满意项目。因此，企业应根据顾客需求结构及产品或服务的特点，选择那些能全面反映顾客满意状态而有代表的项目，作为顾客满意度的评价指标。再说，这些评价项目的设定应包括产品的核心项目、无形的和外延的产品项目（如服务要求和心理及文化需求等），否则，就不能全面了解顾客满意度，也不利于提升顾客满意水平。简单地说就是，企业应该选择那些具有代表性的主要因素作为评价项目，因为影响顾客是否满意的因素不少的。

按梯级理论进行划分若干层次，相应可以把顾客满意程度分成七个级程度或五个级度。七个级度为：很不满意、不满意、不太满意、一般、较满意、满意和很满意。五个级度为：很不满意、不满意、一般、满意和很满意。<sup>[1]</sup>

评估顾客满意程度的工具目前是有多种多样，但最流行的工具包括顾客努力度 (Customer Effort Score—CES)、计算净推荐分数 (Net Promoter Score—NPS)、顾客流失率 (Churn Rate) 和顾客满意度理论 (Customer Satisfaction Score—CSAT) 等。选择使用哪个测评工具必要知道对顾客测评哪个方面。本文选择使用的是 CSAT 是因为最相关学者要研究的内容。

CSAT 的重点是指顾客是否对某公司的产品或服务满意，可以测评他们对产品或服务的感受。测评方法是给数字 1-3、1-5 和 1-10 之间。1 是最不满意，10 是最满意。也可以使用字和百分比来表达满意度，如非常不满意 (0%)、不满意 (20%)、一般 (60%)、满意 (80%)、非常满意 (100%)。顾客满意计算法是将全部的被询问者与各个数字的部分来相比的。<sup>[2][3][4]</sup>

---

[1] MBA 知库·百科: 顾客满意度 [EB/OL]. [2021-12-18].

<https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%A1%BE%E5%AE%A2%E6%BB%A1%E6%84%8F%E5%BA%A6>

[2] Question Pro. How to measure customer satisfaction in 7 different ways[EB/OL]. [2021-12-18].

<https://www.questionpro.com/blog/how-to-measure-customer-satisfaction/>

[3] Philip Cleave. 6 Ways to measure customer satisfaction[EB/OL]. (2019-11-14)[2021-12-18].

<https://www.smartsurvey.co.uk/blog/6-ways-to-measure-customer-satisfaction>

[4] CFI. What is Customer Satisfaction?[EB/OL].[2021-12-18].

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/other/measuring-customer-satisfaction/>

## 第五节 市场营销组合 7Ps 理论

市场营销组合是企业针对目标市场的需求以及对自己可控制的各种营销因素的优化组合和综合运用，换句话说便是企业的综合营销方案，是最基本市场营销的工具之一。简单地说就是，企业将根据顾客的需求和自己的营销目标来确定而提出或者设计出最适合可控制的一系列营销策略，主要的是 4P、6P、7P、10P、11P 及 4C。本文是相关旅游范围内的服务业之一，于是最适合的是 7Ps 理论。详细地解释是如下：

### 一、市场的定义

传统的概认为，市场是指买卖双方聚集在一起进行交换活动的实地场所；在经济里，市场是指买方和卖方的集合。在市场营销学里，我们将市场定义为所有具有特定的需要和欲望，并且愿意和能够以交换来满足这些需要和欲望的潜在顾客的集合，简称买方的集合。买方构成市场，卖方构成行业。市场包含三个基本要素：顾客、购买欲望和购买力。<sup>[1]</sup>

### 二、营销定义及营销概念

据美国市场营销协会（American Marketing Association）的定义：营销是计划和执行关于商品、服务和创意的构想、定价、促销和分销，以创意符合个人和组织目标的交换的一种过程。首先，营销是一组活动的总和，而不是一项单一的活动，它包括产品、定价、促销和渠道的设计和规划。这就是市场营销学里的一个重要概念——营销组合策略，包括产品（Product）策略、价格（Price）策略、促销（Promotion）策略和渠道（Place）策略。这四项目策略通常简称为 4Ps。其次，营销活动是指向一定目标的，这个目标就是顾客。因此，以上营销组合策略的设计必须能够影响经营渠道和顾客的购买行为。此外，营销是一个过程，并且都是在一定的环境中进行的，因此，企业的经营活动除了考虑顾客的需要和购买决策行为之外，还要考虑来自环境和竞争对手的影响。道理很简单，不同的经营环境和不同的竞争对手决定了企业应该采用不同的营销战略和决策。营销大师菲利普·科特勒（Philip Kotler）所说的“世界上最短的营销定义——比竞争对手更加有利益地满足顾客的需要。首先，这句话的心中词是“顾客的需要”，把满足顾客需要作为企业营销活动的基本点和出发点。另一个关键词是“竞争对手”，因此，在满足顾客需要的过程中，

[1] 闫国庆. 国际市场营销学：市场营销学的核心概念[M]. 2版. 北京：清华大学出版社，2004：11 [2021-11-25].

企业要比竞争对手做得更好。其次，这句话告诉我们该怎么做，即市场营销活动的内容，因此，企业要做分析营销机会，而来利用这个市场的机会，还需要做制定营销策略，最后为了达到目标还需要对营销活动进行有效的管理，包括营销活动的计划、组织、评价和控制等。<sup>[1]</sup>

### 三、7Ps 营销理论

7Ps 营销理论是由布姆斯和比特纳 (Booms and Bitner) 在 1981 年提出来的，他们的基本营销概念理论是来自美国麦卡锡 (McCarthy) 在 1964 年创始的传统 4Ps 营销理论，即产品、价格、渠道和促销，然后布姆斯和比特纳他们俩因为根据外部营销环境的变化又增加了 3 项元素，即人 (People)、有形展示 (Physical Evidence) 和过程 (Process)，而构成了服务营销的基本框架。



图 2-3 营销组合：7Ps 理论

来源：<https://www.marketing91.com/service-marketing-mix/>

产品、价格、渠道和促销的 4Ps 是关注产品的方面，是实物营销的基础，但后来增加了人、有形展示和过程的新 3 项因素为 7Ps，则是除了产品之外，还重视服务的方面，作为服务营销的基础。换句话说，7Ps 营销组合是比 4Ps 的更加细致、更加具体。从营销过程上来讲，7Ps 是在 4Ps 的宏观层面上增加了微观元素，它重视营销过程中的一些细节，譬如，它考虑到顾客在购买时的等待、顾客本身的消费知识、顾客对于消费过程中所接触的人员的要求。从立站立的场来说，7Ps 不是只站在企业者的角度所提出的，而是提醒企业者也要关注顾客的需求，否则有时会致命的。从营销对象来讲，7Ps 营销组合是对顾客的说服，并不是对产品的推销。

7Ps 营销理论的核心是企业以顾客为中心，尤其他们提供服务时的全过程，通过互动沟通了解顾客在某过程中的感受，使顾客成为服务营销的参与

[1] 闫国庆. 国际市场营销学：营销的定义[M]. 2 版. 北京：清华大学出版社，2004：4 [2021-11-24].

者，从而及时改进自己的服务满足顾客的期望。同时企业营销也重视内部的各部门之间分工与合作过程的管理，因为企业员工是企业组织的主体，每个员工做的每件事都会影响到顾客对企业服务感受的一部分，对企业的形象产生一定的影响。7Ps 营销组合的各个元素是如下：

**1. 产品 (Product)** 是营销组合的最重要因素。产品可分为产品和非产品的一般产品类型，于是“产品”这词不仅是外形和服务，而是内在或者产品价值。一个产品包括开发功能、独特的卖点、外形款式、质量、设定、购买方式、包装、颜色、味道、口味、保证、售后服务等的一套对顾客提供产品或者服务综合。

**2. 价格 (Price)** 是指买方在进行交易时需要付出的代价或付款，也是单位货物或服务的价值，以货币为表现形式。价格高低是由市场供需关系决定，一般来讲，制定价格策略是以产品特色以及服务为主，其他的是市场竞争力的状况、直接成本和间接成本、市场目标的价值、品牌战略、市场定位等。在购买时顾客会以价格和产品价值来对比，是否划算购买某种产品。

**3. 渠道 (Place)** 是指商品和服务从生产者向消费者转移过程的具体通道或路径。企业并不是直接面对消费者，而是注重经销商的培育和销售网络的建立，企业与消费者的联系是通过分销商来进行的。销售渠道包括销售商品的地点、批发店、零售店、网店、电邮等。这项因素是营销方案最重要的一部分，所以必须将对市场目标客群的地点和时间考虑在内，简单地说就是大多数的市场目标客群在任何地方就在任何地方提供产品或服务。

**4. 促销 (Promotion)** 是企业注重销售行为的改变来刺激消费者，以短期的行为（如让利、买一送一，营销现场气氛等等）促成消费的增长，吸引其他品牌的消费者或导致提前消费来促进销售的增长。换句话说，促销是企业对顾客提供商品或服务的资料信息，而使顾客认识，对企业有好印象，然后决定来购买产品或服务，所以促销是相关联系沟通方式，也是联系沟通的全部活动。活动包括广告、举办比赛、公关、销售人员、目录册、电视、摆放商品等。

**5. 人 (People)** 又称为人员，是指公司人员，在营销组合上是十分重要的一项因素，因为他们不仅是根据本公司策略推动前进，全力以赴，如思想家、策划师、管理人员等的各部门职位，而且会影响顾客对服务质量的认知与喜好，便是对顾客建立人际关系，感受到热情感，使他们满足公司服务而建立长期联系。顾客可分为未购买服务的顾客及已购买服务的顾客的这 2 种类型。在服务业中服务表现的质量无法达到一致的需求，只要看人员与顾客互动之间的行为和态度来评估服务质量。

表 2-1 7Ps 营销理论的基本框架<sup>[1]</sup>

要素	内容
产品	质量、水准、服务项目、保证、售后服务
价格	折扣、付款条件、顾客认知价值、质量价格比、差异化
分销	所在地、可及性、分销渠道、分销范围
促销	广告、人员推销、宣传、公关、形象促销、营业推广
人	态度与行为、可靠性、负责、沟通、顾客参与
有形展示	环境设计、设备设施
过程	员工决断权、活动流程、顾客参与度

6. 有形展示 (Physical Evidence) 是指顾客能从中得到触及的线索, 去体认公司提供的服务质量, 换言之, 将无法触及的东西变成有形的服务, 使顾客可以摸得到或者感得到产品功能、产品和服务质量等, 然后使顾客取得满足的需求。同时公司也是建立了独特卖点, 吸引顾客的关注, 与众不同的含义。与促销对比, 这是使顾客更加贴近的策略, 比如, 人员的服装、装店、装盘、服务速度又快又准确等的提供质量的综合。顾客一眼就知道某产品的质量或者服务等这些方面是如何。

7. 过程 (Process) 是指顾客获得服务前所必经的过程。进一步说, 过程是向顾客提供服务之前的相关条件、规定规则以及办事步骤等的一系列活动。企业的各部门必要有效地互相配合, 一起合作, 又快又准, 而使顾客满足公司服务的满意度, 于是在公司内的各个部门对某件事的理解是相当重要, 必要是走同样的方向, 一致的思想和理解的方向。<sup>[2][3][4]</sup>

[1] 李海英著. 图书馆服务管理[EB/OL]. 国家图书馆出版社, 2011.07[2022-1-16].  
[https://wiki.mbalib.com/wiki/7Ps%E8%90%A5%E9%94%80%E7%90%86%E8%AE%BA#\\_ref-li\\_1](https://wiki.mbalib.com/wiki/7Ps%E8%90%A5%E9%94%80%E7%90%86%E8%AE%BA#_ref-li_1)  
 [2] MBA 智库·百科. 7Ps 营销理论 [EB/OL]. [2021-12-23].  
<https://wiki.mbalib.com/wiki/7Ps%E8%90%A5%E9%94%80%E7%90%86%E8%AE%BA>  
 [3] Patrick Barwise. Harvard Business Essentials: Marketing's Toolkit [M]. Expernet Publishing, 54-65 [2021-11-26]  
 [4] Patarajarin Kunaroop. The Expectation, Perceptions and Satisfaction of People toward Quality Service in Donkaew Community Hospital, Maerim District, Chiang Mai Province[D/OL]. Chiang Mai: Chiang Mai Rajabhat University Public Health Faculty, 2015[2022-1-16]. <http://cmuir.cmru.ac.th/handle/123456789/1525>

## 第六节 研究方法

本节主要是对于清莱白、黑、蓝三座庙宇的文化特色和汉语服务的比较研究。研究方法的主要内容是如下。

### 一、样本

为了保证所采纳的样本真实且具有代表性，本文选出样本的方式是概率样本（Probability Sampling）

1. 无约束随机样本（Simple Random Sampling）
2. 非概率样本（Non-Probability Sampling）
3. 配额样本（Quota Sampling）

加上，该研究完全数据是个人行为（Personal and Behavioral Data）。样本数量不宜过大，样本是来自曾经去过泰国清莱白、黑、蓝 3 座庙宇的 100 人中国游客，男性 50 人，女性 50 人。

为了达到本次研究的目的，论文采用了立意抽样（Purposive Sampling），等同于非概率抽样（Non-probability sampling），又叫非随机抽样（Non-random sampling），指依据抽样人意志来选抽样对象，与概率抽样（random or probability sampling）是相对的。抽样的对象是不同景点的管理人员，或是各景点的服务人员。

### 二、研究方式

本次调查研究收集资料除了运用了问卷调查表（Questionnaire），还采用了访谈法（Interview）。

本文的访谈问题结构是半结构化访谈（Semi-Structured Interview / Guide Interview）。访谈者应用深度访谈法，设计开放式问题（Open-ended Question），使被采访者自然地回答问题，从而获得详细资料。

本文的问卷调查表主要研究内容可分为 4 个部分。

**第一部分：**对于中国游客所曾经去过白、黑、蓝 3 座庙宇的个人资料，这些资料包括性别、年龄、学历、职业、收入、赴泰旅游的次数以及来过三色庙宇的次数。问题类型是封闭式问题（Closed-end Question）和开放式问题（Open-ended Question）。

表 2-2 李克特量表

等级	知觉度/满意度
5	非常知觉/非常满意
4	知觉/满意
3	无所谓/不确定
2	稍微知觉/不满意
1	非常稍微知觉/非常不满意

**第二部分：**对于清莱三色庙特色文化知觉，主要内容包括三座庙宇的建筑风格、艺术风格以及知觉理论应用。问题类型是封闭式问题（Closed-end Question）。量表设计方式是使用等级量表——李克特量表（Likert scale），5 点量表。<sup>[1]</sup>加上，对于三色庙宇特色文化知觉进行对比研究。李克特的 5 点量表一般采用是下表。然后，将以上的数据来计算为平均数。平均数计算方式是等距尺度（Interval Scale）。<sup>[2]</sup>

等距尺度计算方式

$$\text{等距尺度} = \frac{\text{最高等级} - \text{最低等级}}{\text{资料层次}}$$

以其平均数来规定等级制度，划分为 5 个等级。

表 2-3 满意等级表

等级	数值	满意情况
第一级	4.21-5.00	非常知觉/非常满意
第二级	3.41-4.20	知觉/满意
第三级	2.61-3.40	无所谓/不确定
第四级	1.81-2.60	稍微知觉/不满意
第五级	1.00-1.80	非常稍微知觉/非常不满意

[1] Weerin Pakkarapongolan. Customer Satisfaction Towards Marketing Mix of Wash Up Car Care, Chiang Mai Province[D]. Chiang Mai University: MBA, 2016: 21.

[2] Weerin Pakkarapongolan. Customer Satisfaction Towards Marketing Mix of Wash Up Car Care, Chiang Mai Province[D]. Chiang Mai University: MBA, 2016: 22.

**第三部分：**中国游客对清莱三色庙的汉语服务满意度，主要内容是 7Ps 营销组织理论，即产品、价格、渠道、促销、人、有形展示以及过程。问题类型是封闭式问题（Closed-end Question）。量表设计方式是使用等级量表——李克特量表（Likert scale），5 点量表。加上，进行对比研究关于中国游客曾经来过三色庙宇的汉语服务满意度。

### 三、资料收集

对于清莱白、黑、蓝三座庙宇的文化特色和汉语服务的比较研究，论文从 2 个以下的主要方式进行收集资料。

1. **次级资料（Secondary Data）**是透过国内外的相关文献进行研究，即学位论文、专利文献、政府和旅游局数据和报告、新闻、报纸、相关专业研究网站等。

2. **初级资料（Primary Data）**是对曾经去过白、黑、蓝 3 座庙宇的中国游客进行线上调查研究，是透过 Survey Cake 和腾讯问卷的线上网站进行调查而收集资料的。

### 四、资料分析

本次研究的资料分析可分为两个部分：服务人员的资料分析以及中国游客的资料分析，详细说明是如下：

在服务人员的资料分析，先重新检查各景点的访谈资料，再选出与汉语服务访谈问题的相关资料，然后将这些相关资料进行分析以及对比的。

有关中国游客的资料分析是通过问卷表的收集资料。，既进行定量分析法（Quantitative Research），也进行定性分析法（Qualitative Research）。定量分析法是根据封闭式问题的问卷表来进行分析，可分为 2 种统计学：描述统计（Descriptive Statistics）和推论性统计（Inferential Analysis）。定性分析法是根据开放式问题的问卷表来进行分析的。加上，使用 SPSS Version 28.0.1.1（Statistical Product and Service Solutions）统计软件分析运算为平均数、标准差和百分比的统计数据。

**第一部分：** 将受访者的各项个人资料来进行分析，如性别、年龄、学历、职业、收入、赴泰旅游的次数以及来过三色庙宇的次数，以频率（Frequency）和百分比（Percentage）进行分析。

百分比计算方法

$$P = \frac{F \times 100}{n}$$

P = 百分比

F = 每个对象出现的次数

n = 对象的總次數

**第二部分：**清莱三色庙特色文化知觉包括建筑风格和艺术风格的特殊性，以平均数（Arithmetic mean）和标准差（Standard Deviation）进行分析。

平均数计算方法

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

$\bar{X}$  = 算术平均数

$\sum x$  = 资料综合

n = 资料个数

标准差计算方法

$$S = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

S = 标准差

n = 数据集的大小

x = 数据集

$\sum x$  = 数据集的综合

**第三部分：**中国游客对清莱三色庙的汉语服务满意度，是关于 7Ps 营销组织理论，以平均数（Arithmetic mean）和标准差（Standard Deviation）进行分析。

**第四部分：**其它和提出建议，是以频率（Frequency）和百分比（Percentage）进行分析。

## 第三章 中国游客对清莱三色庙满意度的调查

本课题的研究是以定量研究法和定性研究法为主。本文的样本是 100 个中国受访者，通过现场搜集资料，线上和线下搜集相关文献，通过问卷调查进行搜集资料。然后，对该数据资料进行整理，并说明数据法。

### 第一节 中国游客的个人资料

本节的内容是关于性别、年龄、学历、职业、收入、赴泰旅游和三色庙宇旅游的经验。见图 3-1。

#### 一、中国游客的基本情况

##### 1. 性别



图 3-1 中国游客的性别

图 3-1 显示，被调查者的总和是 100 人，男性 41 份，女性 59 份。在收集数据中一个人做一份三色庙对比分析的问卷表。根据第二章的研究方法，样本是曾经去过三色庙的 100 人中国游客，可以分别为男性 50 份，女性 50 份，于是样本的数量有点偏差，此是因按回复速度为准。

##### 2. 年龄

图 3-2 显示的被调查的中国游客的年龄。从图表中可以看到，在 21-30 岁的被调查者占有所有被调查者的 70%。全部被调查者中有 17% 的人属于在 31-40 岁。在 20 岁以下占 7%，而在 41-50 岁占 6%。在 51-60 岁和 61 岁以上的年龄范围是零。

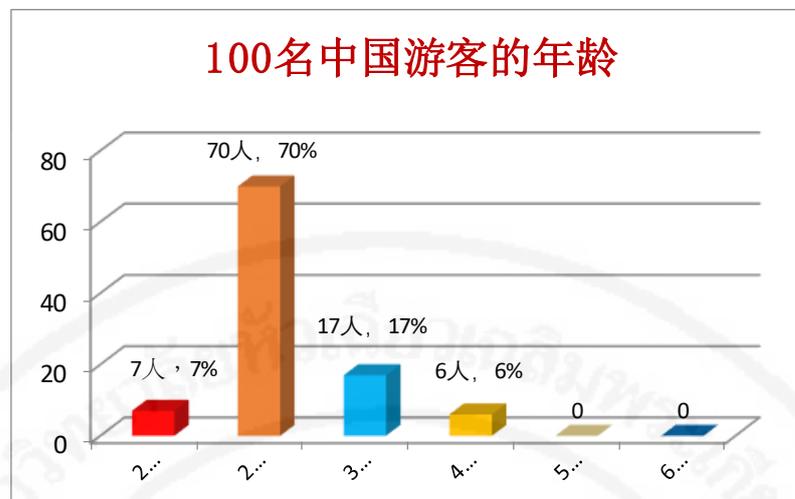


图 3-2 中国游客的年龄

### 3. 学历

表 3-1 显示的是被调查的中国游客的学历。博士学位的占 11%，本科的占 63%。大专的占 18%。中专的占 4%，中学的仅为 1%，而其他学历的占 3%。

表 3-1 中国游客的学历

被调查者的学历	人数	百分比
中学	1	1%
中专	4	4%
大专	18	18%
本科	63	63%
博士以上	11	11%
其他	3	3%
总和	100	100%

#### 4. 职业

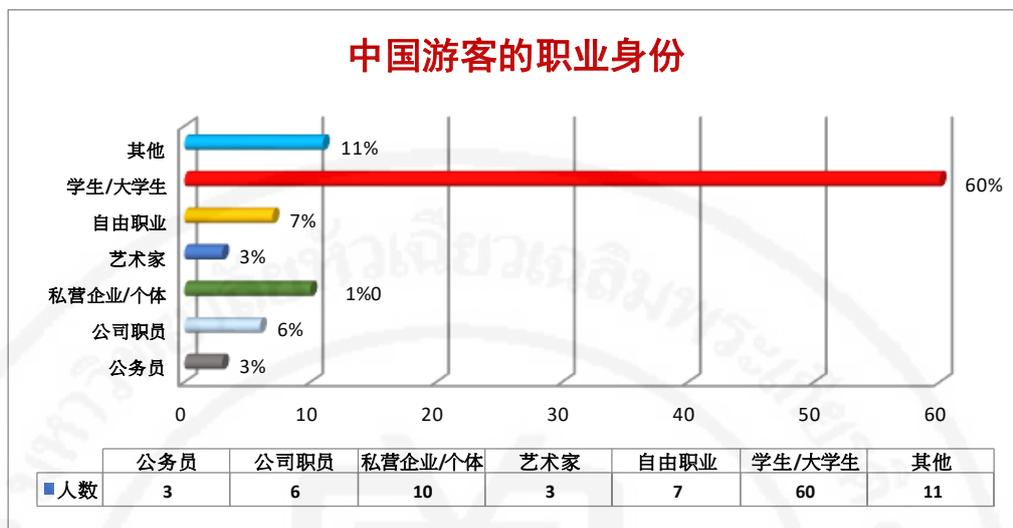


图 3-3 中国游客的职业身份

从图 3-4 中可以看出，所有的职业中有 60% 的被调查者是学生或大学生。其他职业占全部职业的 11%。私营企业或个体达所有职业的 10%。自由职业占 7%，公司职员占 6%，而公务员和艺术家仅为 3%。

#### 5. 收入



图 3-4 中国游客的收入情况

图 3-4 显示，所有的收入范围中有 32% 的被调查者获得 2000 元以下的收入。被调查者获得 2000-3000 元的收入占全部的收入范围的 24%。在 6000-8000 元的收入范围为 11%。有 8% 的被调查者获得 10000-15000 元的收入。在 6000-

8000 元中以及在 8000-10000 元中为 7%。他们获得 3000-4500 元的收入为 6%，而获得 15000 元以上的仅为 5%。

## 6. 赴泰次数

表 3-2 中国游客赴泰旅游的次数

去泰国的次数	人数	百分比
1 次	36	36%
2 次	9	9%
3 次	6	6%
4 次	2	2%
5 次	4	4%
6 次	2	2%
7 次	0	0%
8 次	0	0%
9 次	0	0%
10 次以上	1	1%
无	40	40%
总和	100	100%

从表 3-2 可以看出，在赴泰旅游经验的调查数据中，大部分的被调查者是曾经拥有赴泰旅游的经验，占 60%。尚未赴泰旅游的被调查者占 40%，这可分别去过泰国 1 次为 36%，去过泰 2 次为 9%，去过泰 3 次为 6%。有 4% 的被调查者是去过泰国 5 次。有 2% 的是去过泰国旅游 4 次和 6 次。去过泰 10 次以上仅为 1%。

表 3-3 赴黑庙旅游的次数

去黑庙的次数	频率	分比
1 次	33	33%
2 次	4	4%
无	63	63%
总和	100	100%

从表 3-3 可以看出，全部赴黑庙旅游经验的数据中有 63% 的被调查者是尚未来过黑庙，但曾经来过此处的人则为 37%，可分别来过 1 次为 33%，来过 2 次为 4%。

表 3-4 赴白庙旅游的次数

去白庙的次数	频率	百分比
1 次	35	35%
2 次	0	0%
无	65	65%
总和	100	100%

根据表 3-4 不难看出，所有赴白庙旅游的被调查者中有 65% 的是尚未来过白庙，但曾经来过该景点的人却为 35%，并来过 1 次而已。

表 3-5 赴蓝庙旅游的次数

去蓝庙的次数	频率	百分比
1 次	31	31%
2 次	0	0%
无	69	69%
总和	100	100%

从表 3-5 可以看出，所有被调查者拥有赴蓝庙旅游的经验中有 69% 是尚未来过蓝庙，不过，曾经来过蓝庙却有 31%，而且他们是来过 1 次。

从表 3-3，表 3-4 到表 3-5 显示，超过 60% 的被调查者是从来没来去过三色庙旅游，仅有 30% 左右来过该三色庙的一次旅游。根据第二章的调查法，100 份样本是曾经去过黑、白、蓝的三色庙，而且 1 人做三色庙对比分析的问卷表。由此可见，已收样本的数据有偏差。这是因为在网群的脸书上发放问卷表，虽然是一个知名世界平台，但抽样框架相当广泛，于是搜寻预测抽样目的是不易。按访问被调查者做问卷表之前，去过三色庙旅游的数量是相当少，有些的是去过 1-2 座庙，大部分被调查者认知该三色庙的名声和特殊点，于是在实际调查的样本数据中，除了曾经去过三色庙旅游的外，也有还没有去过三色庙的，但在一定程度上知道三色庙和它们的一些特色。

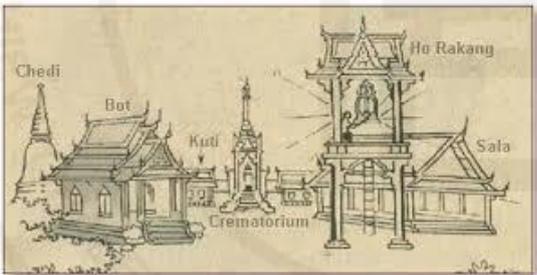
## 第二节 清莱三色庙建筑与文化特色的调查

本节是相关中国游客对清莱三色庙的特色文化知觉，可分为两个方面：一是建筑风格方面，一是艺术风格方面。本文使用同样的问题进行调查而收集数据。

### 一、三色庙建筑特色的调查

#### 1. 黑庙的建筑特色

表 3-6 黑庙的建筑特色知觉

建筑特色知觉	知觉能力水平		结果
	$\bar{x}$	S. D	
<p>1. 在三色庙里的各栋楼明显地看见各栋楼的领域（下图），如佛堂领域、僧房领域、木房子、粘土砖房子等。加上，可以理解泰国北部文化的概念。</p>  <p>白庙和蓝庙的建筑风格的相连接结构</p>	3.78	1.268	知觉
 <p>黑庙的建筑风格的相连接结构</p> <p>访客→服务楼和亭子→木/粘土/混凝土文化组→塔万·杜奇尼</p>			
<p>2. 透过建筑风格的特色可以联想到另一个地方或者事物，譬如，白描建筑风格的一部分可以知觉到神人或者仙人居住的须弥山；黑庙的</p>	3.80	1.189	知觉

建筑风格可以知觉到私人地区的家；蓝庙的 建筑风格可以知觉到天堂。			
3. 白、黑、蓝庙宇的建筑风格是泰国佛教和 泰式应用艺术风格的融合。	3.93	1.208	知觉
4. 透过建筑风格可以明显地知觉到艺术家的 想像力或者思路、泰国特色文化与泰国北部特 色文化融合的相连。	3.96	1.214	知觉
5. 建筑风格是独一无二，举世无双的。	4.05	0.989	知觉
<b>总 和</b>	<b>3.90</b>	<b>1.050</b>	<b>知觉</b>

如表 3-6 所示，对于黑庙的建筑特色的知觉分别 5 个问题。建筑特色知觉的总和为 3.90 分。根据等距尺度，各题的知觉能力水平是在 3.41-4.20 分之间，在 5 点量表中是属于 4 点，说明“知觉”的意思。其中，得到最高平均数是第 5 题，有 4.05 分，便是被调查者认为建筑风格是独一无二，举世无双的。得到最低平均数是第 1 题，有 3.78 分，便是建筑结构的概念涉及塔·达察尼先生的思想、思路以及想象力。

## 2. 白庙的建筑特色

表 3-7 白庙的建筑特色知觉

建筑特色知觉	$\bar{x}$	知觉能力水平	
		S. D	结果
1. 在三色寺院里的各栋楼明显地看见各栋楼的 领域（下图），如佛堂领域、僧房领域、木 房子、粘土砖房子等。可以理解泰国北部文化 的概念。	3.86	1.295	知觉



白庙和蓝庙的建筑风格的相连接结构



黑庙的建筑风格的相连接结构

2. 透过建筑风格的特色可以联想到另一个地方或者事物，譬如，白描建筑风格的一部分可以知觉到神人或者仙人居住的须弥山；黑庙的建筑风格可以知觉到私人地区的家；蓝庙的建筑风格可以知觉到天堂。	4. 04	1. 118	知觉
3. 白、黑、蓝庙宇的建筑风格是泰国佛教和泰式应用艺术风格的融合。	4. 02	1. 163	知觉
4. 透过建筑风格可以明显地知觉到艺术家的想像力或者思路、泰国特色文化与泰国北部特色文化融合的相连。	4. 10	1. 133	知觉
5. 建筑风格是的独一无二，举世无双的。	4. 13	1. 012	知觉
<b>总 和</b>	<b>4. 03</b>	<b>1. 044</b>	<b>知觉</b>

从表 3-7 可以看出，白庙建筑特色知觉的总和为 4.03 分。根据等距尺度，各题的知觉能力水平是在 3.41-4.20 分之间，在 5 点量表中是属于 4 点，说明

“知觉”的意思。其中，得到最高平均数也是第 5 题，有 4.13 分，便是被调查者认为建筑风格是独一无二，举世无双的。得到最低平均数也是第 1 题，有 3.86 分，便是建筑结构的重要性涉及白庙创始人许龙才的思想、思路以及想象力。

### 3. 蓝庙的建筑特色

表 3-8 蓝庙的建筑特色知觉

建筑特色知觉	知觉能力水平		结果
	$\bar{x}$	S. D	
1. 在三色寺院里的各栋楼明显地看见各栋楼的领域（下图），如佛堂领域、僧房领域、木房子、粘土砖房子等。加上，可以理解泰国北部文化的概念。	3.78	1.299	知觉
<p>白庙和蓝庙的建筑风格的相连接结构</p>  <p>黑庙的建筑风格的相连接结构</p>			
2. 透过建筑风格的特色可以联想到另一个地方或者事物，譬如，白描建筑风格的一部分可以知觉到神人或者仙人居住的须弥山；黑庙的建筑风格可以知觉到私人地区的家；蓝庙的建	3.88	1.140	知觉

筑风格可以知觉到天堂。

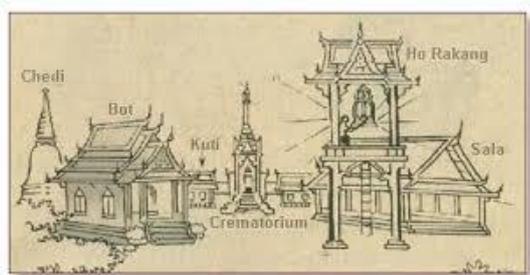
3. 白、黑、蓝庙宇的建筑风格是泰国佛教和泰式应用艺术风格的融合。	3.98	1.180	知觉
4. 透过建筑风格可以明显地知觉到艺术家的想像力或者思路、泰国特色文化与泰国北部特色文化融合的相连。	4.05	1.167	知觉
5. 建筑风格是的独一无二，举世无双的。	4.08	1.089	知觉
<b>总 和</b>	<b>3.95</b>	<b>1.073</b>	<b>知觉</b>

按表 3-8 的数据，蓝庙建筑特色知觉的总和为 3.95 分。根据等距尺度，各题的知觉能力水平是在 3.41-4.20 分之间，在 5 点量表是属于 4 点，说明“知觉”的意思。其中，得到最高平均数也是第 5 题，从大体的角度来看建筑特色而知觉的，有 4.08 分，便是被调查者认为建筑风格是独一无二，举世无双的。得到最低平均数也是第 1 题，是对于建筑特色与艺术家 Phuttha Karbkaew 先生的心里思想，有 3.88 分，便是建筑结构的重要性涉及蓝庙兴修人才 Phuttha Karbkaew 先生的思想、思路以及想象力。

#### 4. 清莱三庙建筑特色比较分析

表 3-9 清莱三庙建筑特色比较分析

建筑特色知觉	知觉能力水平		
	黑庙	白庙	蓝庙
1. 在 3 色寺院里的各栋楼明显地看见各栋楼的领域（下图），如佛堂领域、僧房领域、木房子、粘土砖房子等。加上，可以理解泰国北部文化的概念。	知觉 3.78 (1.268)	知觉 3.86 (1.295)	知觉 3.78 (1.299)



### 白庙和蓝庙的建筑风格的相连结构



### 黑庙的建筑风格的相连结构

2. 透过建筑风格的特色可以联想到另一个地方或者故事，譬如，白描建筑风格的一部分可以知觉到神人或者仙人居住的须弥山；黑庙的建筑风格可以知觉到私人地区的家；蓝庙的建筑风格可以知觉到天堂。	知觉 3.80 (1.189)	知觉 4.04 (1.118)	知觉 3.88 (1.140)
3. 白、黑、蓝庙宇的建筑风格是泰国佛教和泰式应用艺术风格的融合。	知觉 3.93 (1.208)	知觉 4.02 (1.163)	知觉 3.98 (1.180)
4. 透过建筑风格可以明显地知觉到艺术家的想像力或者思路、泰国特色文化与泰国北部特色文化融合的相连。	知觉 3.96 (1.214)	知觉 4.10 (1.133)	知觉 4.05 (1.167)
5. 建筑风格是的独一无二，举世无双的。	知觉 4.05 (0.989)	知觉 4.13 (1.012)	知觉 4.08 (1.089)
<b>总 和</b>	<b>知觉 3.90 (1.050)</b>	<b>知觉 4.03 (1.044)</b>	<b>知觉 3.95 (1.073)</b>

从表 3-9 可以看出，黑、白、蓝庙的建筑特色知觉的对比分析。在表格的总和中显示各座庙的知觉能力水平是在 3.90-4.03 分之间，按等距尺度，在 3.41-4.20 分之间，而在 5 点量表中是属于 4 点，说明“知觉”的意思。其中，白庙的算术平均为 4.03，得到第 1 位，蓝庙的为 3.95，属于第 2 位，而黑庙的为 3.90，是排在最后一位。另外 5 个问题的分析如下：

第 1 题, 关于建筑特色与各位艺术家的思想和想象力的关系, 如建筑结构的含义以及艺术家的想法和看法。其中, 白庙得到最高分为 3.86, 而且黑庙和蓝庙得到同分为 3.78。依等距尺度 (Interval Scale), 说明被调查者都对三色庙建筑特色有知觉的。不过, 黑庙与蓝庙虽然获得同分, 但从标准差 (S.D) 的角度来看, 发现黑庙的为 1.268, 而蓝庙的为 1.299。这显示被调查者对黑庙建筑特色的知觉比蓝庙的高。通过对比可知, 白庙是第 1 位、黑庙是第 2 位, 蓝庙是第 3 位。

第 2 题, 关于建筑特色风格与其它事物或者重要性的关系, 也就是说, 通过建筑特色风格可以让被调查者联想到另一个事物或者地方等, 这些事物或者地方是他们已认识或知道的积累经验。其中, 白庙也是获得最高分为 4.04 (第 1 位), 蓝庙的为 3.88 (第 2 位), 而黑庙的为 3.80 (第 3 位)。由此可见, 这三座庙在 3.41-4.20 分之间, 说明被调查者知道或知觉对于建筑特色风格与其他事物或者重要性关系的该 3 座庙的。

第 3 题, 对于泰式建筑特色风格, 指的是纯粹泰式佛教建筑风格和建筑风格的融合, 换句话说就是, 将现代建筑风格与传统泰式建筑风格搭配, 表现出另一种精美建筑特色风格。全部的三色庙都表示 “知觉” 的意思。白庙又获得最高分为 4.12, 占第 1 位, 第 2 位是蓝庙的为 3.98。黑庙排在最后一位为 3.93。

第 4 题, 是指被调查者通过建筑特色风格可以知觉艺术家的想象力或者思路, 而且能力感觉到泰国建筑特色风格以及泰国北部建筑特色风格的。从表格的数据中, 被调查者对白庙的最知觉的, 为 4.10。接下来的是蓝庙的为 4.05。最后的是黑庙为 3.96。

第 5 题, 建筑风格是独一无二, 举世无双的, 说明的是从整体的角度来看被调查者是如何知觉的。白庙得到最高分为 4.13; 黑庙得到 4.08, 占第 2 位; 蓝庙得到最低分, 为 4.05。

综上所述, 被调查者对三色庙的建筑特色风格拥有知觉能力水平, 在 5 点量表是属于 4 点。

## 二、艺术特色的调查分析

### 1. 黑庙的艺术特色

表 3-10 黑庙的艺术特色知觉

艺术特色知觉	知觉能力水平	
	$\bar{x}$	S. D
		结果

1. 对于壁画和绘画，各条文非常详细，美丽精致，并准确地描述事物，明显地表示图画上的含义，一看就猜到任何事物。另外，利用新技术（AR）来表达艺术家的思想，使图片动起来，更容易理解的。	4.13	0.099	知觉
2. 雕塑包括木雕以及灰泥雕塑。这些雕塑样式确实具有精致，而且可以感知到其雕塑的情感，何况，表达艺术家审美情感的。如各种野生动物表示在雪山林花园上散步走走、在木房子里的柱子是严肃的巨人、纳嘎蛇在台阶前的锋利牙齿表示严肃而崇拜等。	3.93	1.066	知觉
3. 采用颜色不仅提高艺术品的美丽，而且含有代表的意义。即白色表示纯粹或者纯正；蓝色表示佛陀将佛法在全世界推而广之的意义；黑色表示自己喜爱的颜色，但有灭杀或者防治白蚁、蚂蚁及昆虫等的好作用。加上黄红色表示情绪和权力的。	4.14	0.964	知觉
4. 各个艺术品的风格可以明显地表达泰国文化的价值观、泰国北部生活方式等的这些文化方面。	4.10	1.059	知觉
5. 对于佛教的应用艺术风格。每位艺术家的手法是妙手丹青，无人能比。	4.03	1.123	知觉
<b>总 和</b>	<b>4.07</b>	<b>0.896</b>	<b>知觉</b>

如表 3-10 所示，对于黑庙的艺术特色的知觉分别 5 个问题。艺术特色知觉的总和为 4.07 分。根据等距尺度，各题的知觉能力水平是在 3.41-4.20 分之间，在 5 点量表中是属于 4 点，说明“知觉”的意思。其中，得到最高平均数是第 3 题，有 4.14 分，是指采用颜色的方法和颜色价值，说明的是颜色不仅提高艺术品的美丽，而且含有代表的意义。得到最低平均数是第 2 题，有 3.93 分，是指木雕以及灰泥雕塑的 2 种雕塑不仅表现美丽精致的样式，而且可以感知到其雕塑的情感，加上，表达艺术家审美情感的。

## 2. 白庙的艺术特色

表 3-11 白庙的艺术特色知觉

艺术特色知觉	知觉能力水平		结果
	$\bar{x}$	S.D	
1. 对于壁画和绘画, 各条文非常详细, 美丽精致, 并准确地描述事物, 明显地表示图画上的含义, 一看就猜到任何事物。另外, 利用新技术 (AR) 来表达艺术家的思想, 使图片动起来, 更容易理解的。	4.08	0.950	知觉
2. 雕塑包括木雕以及灰泥雕塑。这些雕塑样式确实具有精致, 而且可以感知到其雕塑的情感, 表达艺术家审美情感的。如各种野生动物表示在雪山林花园上散步走走、在木房子里的柱子是严肃的巨人、纳嘎蛇在台阶前的锋利牙齿表示严肃而崇拜等。	4.06	0.962	知觉
3. 采用颜色不仅提高艺术品的美丽, 而且含有代表的意义。即白色表示纯粹或者纯正; 蓝色表示佛陀将佛法在全世界推而广之的意义; 黑色表示自己喜爱的颜色, 但有灭杀或者防治白蚁、蚂蚁及昆虫等的好作用。加上黄红色表示情绪和权力的。	4.15	1.009	知觉
4. 各个艺术品的风格可以明显地表达泰国文化的价值观、泰国北部生活方式等的这些文化方面。	4.15	0.957	知觉
5. 对于佛教的应用艺术风格。每位艺术家的手法是妙手丹青, 无人能比。	4.10	1.020	知觉
<b>总和</b>	<b>4.11</b>	<b>0.859</b>	<b>知觉</b>

从表 3-11 可以看出, 白庙艺术特色知觉的总和为 4.11 分。根据等距尺度, 各题的知觉能力水平是在 3.41-4.20 分之间, 在 5 点量表是属于 4 点, 说明“知觉”的意思。其中, 得到最高平均数也是第 3 题和第 4 题, 有 4.15

分。第3题是指采用颜色的方法和颜色价值，说明的是颜色不仅提高艺术品的美丽，而且含有代表的意义。第4题是指以整体的角度来看，各个艺术品可以明显地表达泰国艺术文化，包括泰国北部生活方式文化的。虽然这2题是同分的，但从标准差(S.D)的角度来看，第3题为1.009，而第4题为0.957，显示说明被调查者对第3题的知觉没第4题的高。得到最低平均数是第2题，有4.06分，是指木雕以及灰泥雕塑的2种雕塑不仅表现美丽精致的样式，而且可以感知到其雕塑的情感，加上，表达艺术家审美情感的。

### 3. 蓝庙的艺术特色

表 3-12 蓝庙的艺术特色知觉

艺术特色知觉	知觉能力水平		结果
	$\bar{x}$	S.D	
1. 对于壁画和绘画，各条文非常详细，美丽精致，并准确地描述事物，明显地表示图画上的含义，一看就猜到任何事物。另外，利用新技术（AR）来表达艺术家的思想，使图片动起来，更容易理解的。	4.13	1.031	知觉
2. 雕塑包括木雕以及灰泥雕塑。这些雕塑样式确实具有精致，而且可以感知到其雕塑的情感，何况，表达艺术家审美情感的。如各种野生动物表示在雪山林花园上散步走走、在木房子里的柱子是严肃的巨人、纳嘎蛇在台阶前的锋利牙齿表示严肃而崇拜等。	4.15	0.968	知觉
3. 采用颜色不仅提高艺术品的美丽，而且含有代表的意义。即白色表示纯粹或者纯正；蓝色表示佛陀将佛法在全世界推而广之的意义；黑色表示自己喜爱的颜色，但有灭杀或者防治白蚁、蚂蚁及昆虫等的好作用。加上黄红色表示情绪和权力的。	4.07	0.956	知觉
4. 各个艺术品的风格可以明显地表达泰国文化的价值观、泰国北部生活方式等的这些文化方面。	4.05	1.058	知觉

5. 对于佛教的应用艺术风格。每位艺术家的手法是妙手丹青，无人能比。	4.09	1.074	知觉
<b>总和</b>	<b>4.10</b>	<b>0.913</b>	知觉

按表 3-12 的数据，蓝庙艺术特色知觉的总和为 4.10 分。根据等距尺度，各题的知觉能力水平是在 3.41-4.20 分之间，在 5 点量表是属于 4 点，说明“知觉”的意思。其中，得到最高平均数也是第 2 题为 4.15，是指木雕以及灰泥雕塑的 2 种雕塑不仅表现美丽精致的样式，而且可以感知到其雕塑的情感，加上，表达艺术家审美情感的。得到最低平均数也是第 4 题为 4.05，是指以整体的角度来看，各个艺术品可以明显地表达泰国艺术文化，包括泰国北部生活方式文化的。

#### 4. 三色庙艺术特色的比较

表 3-13 蓝庙的艺术特色的知觉对比

艺术特色知觉	知觉能力水平		
	黑庙	白庙	蓝庙
1. 对于壁画和绘画，各条文非常详细，美丽精致，并准确地描述事物，明显地表示图画上的含义，一看就猜到任何事物。另外，利用新技术（AR）来表达艺术家的思想，使图片动起来，更容易理解的。	知觉 4.13 (0.099)	知觉 4.08 (0.950)	知觉 4.13 (1.031)
2. 雕塑包括木雕以及灰泥雕塑。这些雕塑样式确实具有精致，而且可以感知到其雕塑的情感，何况，表达艺术家审美情感的。如各种野生动物表示在雪山林花园上散步走走、在木房子里的柱子是严肃的巨人、纳嘎蛇在台阶前的锋利牙齿表示严肃而崇拜等。	知觉 3.93 (1.066)	知觉 4.06 (0.962)	知觉 4.15 (0.968)
3. 采用颜色不仅提高艺术品的美丽，而且含有代表的意义。即白色表示纯粹或者纯正；蓝色表示佛陀将佛法在全世界推而广之的意义；黑色表示自己喜爱的颜色，但有灭杀或者防治白蚁、蚂蚁及昆虫等的好作用。	知觉 4.14 (0.964)	知觉 4.15 (1.009)	知觉 4.07 (0.956)

加上黄红色表示情绪和权力的。

4. 各个艺术品的风格可以明显地表达泰国文化的价值观、泰国北部生活方式等的这些文化方面。	知觉 4.10 (1.059)	知觉 4.15 (0.957)	知觉 4.05 (1.058)
5. 对于佛教的应用艺术风格。每位艺术家的手法是妙手丹青，无人能比。	知觉 4.03 (1.123)	知觉 4.10 (1.020)	知觉 4.09 (1.074)
<b>总 和</b>	<b>知觉 4.07 (0.896)</b>	<b>知觉 4.11 (0.859)</b>	<b>知觉 4.10 (0.913)</b>

从表 4.2.8 可以看出，黑、白、蓝庙的艺术特色知觉的对比分析。在表格的总和中显示各座庙的知觉能力水平是在 4.09-4.11 分之间，按等距尺度，在 3.41-4.20 分之间，而在 5 点量表中是属于 4 点，说明“知觉”的意思。其中，白庙的算术平均为 4.11，得到第 1 位，蓝庙的为 4.10，属于第 2 位，而黑庙的为 4.07，是排在最后一位。加上，在 5 个问题中，是如下分析而说明：

第 1 题，对于壁画和绘画的方面，是指艺术条纹、艺术结构、表现手法以及描述法，也就是说，被调查者是否能感受到壁画或者绘画的美丽，透过其壁画或者绘画是否能猜出事物、了解事物等。若以 AI 新科技来说明其壁画或绘画，他们是否能更知觉或理解的。其中，黑庙与蓝庙是得到最高分为 4.13。就算这 2 座庙获得同分，但以标准差 (S.D) 来进行分析，发现黑庙的为 0.099，而蓝庙的为 1.031，于是被调查者对黑庙的知觉比对蓝庙的高。然而，白庙得到的为 4.08 分。由此可见，虽然被调查者借对该三色庙是在“知觉”等级的，但他们最有知觉的是黑庙，第 2 位的是蓝庙，第 3 位的是白庙。

第 2 题，对于木雕以及灰泥雕塑的这 2 种雕塑，是指这些雕塑样式确实具有精致，而且可以感知到其雕塑的情感，何况，表达艺术家审美情感的。根据表 4.2.8，不难看出，蓝庙获得最高分为 4.15（第 1 位），白庙的为 4.06（第 2 位），而黑庙的为 3.93（第 3 位）。由此可见，这 3 座庙借在 3.41-4.20 分之间，说明被调查者拥有对于该 3 座庙的雕塑的特点。

第 3 题，对于采用颜色的，是指应用颜色的优点或价值观，提高艺术品的美丽、增加艺术品的魅力以及含有代表的意义。全部三色庙都表示“知觉”

的意思。白庙又获得最高分为 4.15，占第 1 位，第 2 位是黑庙的为 4.14。蓝庙排在最后一位为 4.07。

第 4 题，对于艺术品的整体，是指被调查者透过各个艺术品能多少知觉泰国文化的价值观、泰国北部生活方式等的这些文化方面。从表格的数据中，被调查者对白庙最知觉的为 4.15。接下来的是黑庙的为 4.10。最后的是蓝庙为 4.05。

第 5 题，对于艺术的特色风格，是指佛教的应用艺术风格，而且各位艺术家的手法是妙手丹青，无人能比。其中，白庙是得到最高分为 4.11；蓝庙得到的为 4.10，占第 2 位；黑庙得到最低分的为 4.07。

综上所述，被调查者对三色庙的艺术特色风格是拥有知觉能力水平，在 5 点量表是属于 4 点。

加上，学者为了准确地调查分析被调查者对黑、白、蓝庙的知觉能力水平，学者已在问卷表的第 4 部分建立三色庙的排序题而使用百分比进行分析，数据结果是如下：

表 3-14 三色庙知觉能力水平

	黑庙		白庙		蓝庙	
	频率	百分比	频率	百分比	频率	百分比
1. 非常了解	24	24%	56	56%	20	20%
2. 了解	49	49%	22	22%	27	27%
3. 最少了解	27	27%	22	22%	53	53%
总和	100	100%	100	100%	100	100%

从以上的数据可以看出，被调查者对三色庙的整体知觉方面。以非常了解的程度来看，所有的被调查者中有 56%将白庙排在第 1 名。排黑庙在第二名的被调查者占所有的被调查者的 24%，而蓝庙的有 20%。由此可见，按从高到低的顺序排列，在三色庙的整体知觉中，他们最非常知觉或者非常了解的是白庙、黑庙以及蓝庙。

### 第三节 中国游客对汉语服务满意度的调查分析

本节是相关中国游客对黑、白、蓝庙的汉语服务满意度，总共有 9 个问题，分别市场营销组合的 7 个方面：产品、价格、渠道、促销、人、有形展示以及过程。论文使用同样的问题进行调查和收集数据。

#### 一、中国游客对黑庙汉语服务满意度的调查分析

表 3-15 黑庙汉语服务满意度的调查分析

景点展示、设施、管理和汉语服务情况	$\bar{x}$	满意度	结果
		S. D	
1. 各艺术品和建筑具有独一无二的风格，美丽精致、奢华、有耳目一新的知觉感。另外透过这些艺术品和建筑风格可以理解艺术家的灵感和想像力，佛教文化的理念，以及应用艺术的专业才能。	4.04	1.034	满意
2. 对中国游客来说，在三色庙的票价以及其他费用是合理的，不贵的，或是不便宜的。	3.97	0.102	满意
3.1 到三色庙路游览的线方便、安全。景点提供交通车、公车站、停车场等。	3.87	1.098	满意
3.2 订票或买票的方式方便性。销售纪念品和其他物品也很方便。中国游客不仅可以在现场购买，还可以通过正式网站、第三方平台、旅游 APP 等购买而支付或刷卡。	4.09	1.074	满意
4. 有关三色庙的资料信息，中国游客可以通过广告、公告、新闻等这些信息渠道获得。这些渠道的信息会时常更新，内容可靠或准确。	4.03	1.077	满意
5. 三色庙的管理人员拥有沟通和解决问题的	4.11	0.973	满意

能力。汉语表达标准。对中国游客提供服务方面：态度和蔼，有礼貌、微笑、服务快捷和友好等。			
6.1 对中国游客参观和欣赏各个地点的管理方式。	4.11	1.024	满意
6.2 各景点的参观时间	4.06	1.043	满意
7. 三色庙的综合设施：如停车场、厕所、餐厅、休息处、方向标志、集合点等，有方便性、干净、良好的接待顾客和管理措施。	4.16	1.022	满意
<b>总和</b>	<b>4.05</b>	<b>0.947</b>	<b>满意</b>

如表 3-15 所示，对于黑庙汉语服务满意度的总和为 4.05。根据等距尺度，各题的满意度水平是在 3.41-4.20 分之间，在 5 点量表中是属于 4 点，表明“满意”。在 9 个问题中，得到最高平均数是第 7 题，有 4.16 分，说明在市场营销组合的过程方面，是指整体的管理措施以及接待顾客的方法。得到最低平均数是第 3.1 题，有 3.87 分，说明在市场营销组合的渠道方面，是指游客往来黑庙的路线方式以及路线的方便性。

## 二、中国游客对白庙汉语服务满意度的调查分析

表 3-16 白庙汉语服务满意度的调查分析

景点展示、设施、管理和汉语服务情况	$\bar{x}$	满意度	结果
		S. D	
1. 各艺术品和建筑具有独一无二的风格，美丽精致、奢华、有耳目一新的知觉感。另外透过这些艺术品和建筑风格可以理解艺术家的灵感和想像力，佛教文化的理念，以及应用艺术的专业才能。	4.07	1.037	满意
2. 对中国游客来说，在三色庙的票价以及其他费用是合理的，不贵的，或是不便宜	3.89	1.043	满意

的。			
3.1 去三色庙路游览的线方便、安全。景点提供交通车、公车站、停车场等。	3.92	1.116	满意
3.2 订票或买票的方式方便性。销售纪念品和其他物品也很方便。中国游客不仅可以在现场购买，还可以通过正式网站、第三方平台、旅游 APP 等购买而支付或刷卡。	4.05	1.067	满意
4. 有关三色庙的资料信息，中国游客可以通过广告、公告、新闻等这些信息渠道获得。这些渠道的信息会时常更新，内容可靠或准确。	3.99	0.980	满意
5. 三色庙的管理人员拥有沟通和解决问题的能力。汉语表达标准。对中国游客提供服务方面：态度和蔼，有礼貌、微笑、服务快捷和友好等。	4.07	0.998	满意
6.1 对中国游客参观和欣赏各个地点的管理方式	4.10	0.948	满意
6.2 各景点点的参观时间	4.10	1.000	满意
7. 三色庙的综合设施：如停车场、厕所、餐厅、休息处、方向标志、集合点等，有方便性、干净、良好的接待顾客和管理措施。	4.11	0.994	满意
<b>总和</b>	<b>4.03</b>	<b>0.921</b>	<b>满意</b>

从表 3-16 可以看出，白庙汉语服务满意度的总和为 4.03 分。根据等距尺度，各题的知觉能力水平是在 3.41-4.20 分之间，在 5 点量表中是属于 4 点，说明“满意”的意思。其中，得到最高平均数也是第 7 题，有 4.11 分，说明在市场营销组合的过程方面，是指整体的管理措施以及接待顾客的方法。得到最低平均数是第 2 题，有 3.89 分，指的是该景点的价格，如门票和商品价格等。

### 三、中国游客对蓝庙汉语服务满意度的调查分析

表 3-17 蓝庙汉语服务满意度的调查分析

景点展示、设施、管理和汉语服务情况	$\bar{x}$	满意度	结果
		S. D	
1. 各艺术品和建筑具有独一无二的风格，美丽精致、奢华、有耳目一新的知觉感。另外透过这些艺术品和建筑风格可以理解艺术家的灵感和想像力，佛教文化的理念，以及应用艺术的专业才能。	4.12	1.018	满意
2. 对中国游客来说，在三色庙的票价以及其他费用是合理的，不贵的，或是不便宜的。	4.05	0.989	满意
3.1 去三色庙路游览的线方便、安全。景点提供交通车、公车站、停车场等。	4.00	1.101	满意
3.2 订票或买票的方式方便性。销售纪念品和其他物品很方便。中国游客不仅可以在现场购买，还可以通过正式网站、第三方平台、旅游 APP 等购买而支付或刷卡。	4.11	1.081	满意
4. 有关三色庙的资料信息，中国游客可以通过广告、公告、新闻等这些信息渠道获得。这些渠道的信息会时常更新，内容可靠或准确。	4.13	1.031	满意
5. 三色庙的管理人员拥有沟通和解决问题的能力。汉语表达标准。对中国游客提供服务方面：态度和蔼，有礼貌、微笑、服务快捷和友好等。	4.06	0.973	满意
6.1 对中国游客参观和欣赏各个地点的管理方式。	4.13	0.971	满意

6.2 各景点的参观时间。	4.16	1.042	满意
7. 三色庙的综合设施：如停车场、厕所、餐厅、休息处、方向标志、集合点等，有方便性、干净、良好的接待顾客和管理措施。	4.16	1.012	满意
<b>总和</b>	<b>4.10</b>	<b>0.942</b>	<b>满意</b>

按表 3-17 的数据，蓝庙汉语服务满意度的总和为 4.10 分。根据等距尺度，各题的知觉能力水平是在 3.41-4.20 分之间，在 5 点量表中是属于 4 点，说明“满意”的意思。其中，得到最高平均数是第 6.2 题和第 7 题为 4.16。第 6.2 题是相关有形展示的方面，是指对游客在某地点提供参观时间，使得游客可以娱乐地欣赏或者参观某地点，简单地说就是，在一个地点不挤满了人的意思。这样可以掌握对游客提供服务。第 7 题是说明在市场营销组合的过程方面，是指整体的管理措施以及接待顾客的方法。虽然这 2 题是同分，但从标准差 (S.D) 的角度来看，发现第 6.2 题的为 1.042，而第 7 题的为 1.012，于是被调查者对第 7 题的满意度比第 6.2 题的高。然而，得到最低平均数是第 3.1 题为 4.00，说明在市场营销组合的渠道方面，指的是游客往来黑庙的路线方式以及路线的方便性。

#### 四、对三庙汉语服务满意度的比较分析

表 3-18 三色庙汉语服务满意度的对比分析

景点展示、设施、管理和汉语服务情况	满意度		
	黑庙	白庙	蓝庙
1. 各艺术品和建筑具有独一无二的风格，美丽精致、奢华、有耳目一新的知觉感。另外透过这些艺术品和建筑风格可以理解艺术家的灵感和想像力，佛教文化的理念，以及应用艺术的专业才能。	满意 4.04 (1.034)	满意 4.07 (1.037)	满意 4.12 (1.018)
2. 对中国游客来说，在三色庙的票价以及其他费用是合理的，不贵的，或是不便宜的。	满意 3.97 (0.102)	满意 3.89 (1.043)	满意 4.05 (0.989)

3.1 去三色庙路游览的线方便、安全。景点提供交通车、公车站、停车场等。	满意 3.87 (1.098)	满意 3.92 (1.116)	满意 4.00 (1.101)
3.2 订票或买票的方式方便。销售纪念品和其他物品也很方便。中国游客不仅可以在现场购买，还可以通过正式网站、第三方平台、旅游 APP 等购买而支付或刷卡。	满意 4.09 (1.074)	满意 4.05 (1.067)	满意 4.11 (1.081)
4. 有关三色庙的资料信息，中国游客可以通过广告、公告、新闻等这些信息渠道获得。这些渠道的信息会时常更新，内容可靠或准确。	满意 4.03 (1.077)	满意 3.99 (0.980)	满意 4.13 (1.031)
5. 三色庙的管理人员拥有沟通和解决问题的能力。汉语表达标准。对中国游客提供服务方面：态度和蔼，有礼貌、微笑、服务快捷和友好等。	满意 4.11 (0.973)	满意 4.07 (0.998)	满意 4.06 (0.973)
6.1 对中国游客参观和欣赏各个地点的管理方式	满意 4.11 (1.024)	满意 4.10 (0.948)	满意 4.13 (0.971)
6.2 各景点的参观时间	满意 4.06 (1.043)	满意 4.10 (1.000)	满意 4.16 (1.042)
7. 三色庙的综合设施：如停车场、厕所、餐厅、休息处、方向标志、集合点等，有方便性、干净、良好的接待顾客和管理措施。	满意 4.16 (1.022)	满意 4.11 (0.994)	满意 4.16 (1.012)
<b>总 和</b>	满意 <b>4.05</b> <b>(0.947)</b>	满意 <b>4.03</b> <b>(0.921)</b>	满意 <b>4.10</b> <b>(0.942)</b>

从表 3-18 可以看出，黑、白、蓝庙汉语服务满意度的对比分析。在表格的总和中显示各座庙的满意度是在 4.03-4.10 分之间，按等距尺度，在 3.41-4.20 分之间，而在 5 点量表中是属于 4 点，说明“满意”的意思。其中，蓝

庙的算术平均数为 4.10，得到第 1 位，黑庙的为 4.05，属于第 2 位，而白庙的为 4.03，是排在最后一位。具体分析如下：

第 1 题：关于产品方面，是指各座庙，包括建筑特色风格以及艺术特色风格等，如各艺术品和建筑的风格别具一格，精致、奢华，给人赏心悦目的知觉感。同时，透过这些艺术品和建筑风格看到艺术家的灵感，创作理念和想像力。在三色庙中，蓝庙是取得最高分为 4.12，白庙的为 4.07，黑庙的为 4.04。

第 2 题：关于价格方面，是指中国游客对各处的门票、商品价格以及各种各样的费用是否满意的。根据数据，被调查者对三色庙的门票价格都在表示满意的范围内。具体数据是蓝庙的满意度为 4.05，黑庙的为 3.97，白庙的为 3.89。中国游客对蓝庙的价格最满意，其次是黑庙和白庙。

第 3.1 题和第 3.2 题：关于渠道方面，说明向游客提供产品或服务的路径，如透过新科技的方式来提供产品或服务，在网站订票，在公车站买门票，提供接驳公车的服务等。按第 3.1 题的数据显示，他们最满意蓝庙的为 4.00，对白庙的为 3.92，对黑庙的为 3.87。按第 3.2 题的数据发现，他们对蓝庙的满意度为 4.11，对黑庙的为 4.09，对白庙的为 4.05。因此被调查者都对蓝庙最满意。

第 4 题：关于促销方面，是指三色庙宇的资料信息，中国游客透过广告、公告、新闻等这些信息渠道接受资料信息的。这些渠道日常传递更新的信息，而内容可靠或准确的。在三色庙中，蓝庙获取最高分为 4.13，黑庙的为 4.03，白庙的为 3.99。

第 5 题：对于人的方面，是指管理人员拥有沟通能力以及解决问题技巧，尤其以汉语为标准。而且，对中国游客提供服务时，表现乐观的态度，如有礼貌、眉开眼笑、服务速度快、友好等。其中，被调查者对黑庙的该方面最满意为 4.11，而对白庙的为 4.07，而对蓝庙的为 4.06。

第 6.1 题和第 6.2 题，关于有形展示方面，指的是中国游客参观各座庙是否有任何特别的感觉或者感受到不同的好印象，如参观时间，参观的管理方式等。这会影响到参与环境的气氛，如在某地点不应该挤满了人，否则后来的人就没有位置站着拍照、没有位置可以站着欣赏艺术品的美丽等。在第 6.1 题中，蓝庙获得最高分为 4.13，黑庙的为 4.11，白庙的为 4.10。在第 6.2 题中，蓝庙也获得最高分为 4.16，白庙的为 4.10，黑庙的为 4.06。由此可见，被调查者对蓝庙的该方面是最满意。

第 7 题，对于过程的方面，是指顾客获得服务前所必经的过程。在该 3 座庙中，被调查者对黑庙与蓝庙最满意的，有同分为 4.16，但从标准差 (S.D) 的角度来看，黑庙的有 1.022，蓝庙的有 1.012，因此被调查者对黑庙的满意比蓝庙的高。至于白庙的有 4.11。

综上所述，被调查者都对三色庙汉语服务的各个方面是满意的，在 5 点量表中是属于 4 点。

加上，论文为了准确地调查分析被调查者对黑、白、蓝庙的整体满意度，已在问卷表的第 4 部分建立三色庙的排序题而使用百分比进行分析，数据结果是如下：

表 3-19 三色庙的整体满意度

	黑庙		白庙		蓝庙	
	频率	百分比	频率	百分比	频率	百分比
非常满意	30	30%	48	48%	22	22%
满意	49	49%	35	35%	16	16%
最少满意	21	21%	17	17%	62	62%
总和	100	100%	100	100%	100	100%

从以上的数据可以看出，被调查者对三色庙的整体满意度。以非常了解的程度来看，所有的被调查者中有 48%将白庙排在第 1 名。排黑庙在第二名的被调查者占所有的被调查者的 30%，而蓝庙的有 22%。由此可见，按从高到低的顺序排列，在三色庙的整体知觉中，他们最非常知觉或者非常了解的是白庙、黑庙以及蓝庙。

## 第四章 对清莱三色庙文化展示与汉语服务的评估

### 第一节 对清莱三色庙旅游景点的 SWOT 分析

“SWOT 分析”是对企业内外部的各种方面的内容进行综合和概括的一个众所周知的工具，包括优势（Strengths）、劣势（Weaknesses）、面临的机会（Opportunities）以及威胁（Threats）。透过 SWOT 分析可以看出在自己企业的强项和最多机会的地方，同时也看出自己企业的弱项和各个风险，而可以预期未来发展的事情或者防止未来发生的问题，并让企业的战略变得明朗。<sup>[1]</sup> 本次的外部分析是利用总体环境的 PEST 模型，包括政治（Political）、经济（Economic）、社会（Social）以及科技（Technological）。<sup>[2]</sup> 本文对清莱三色庙的艺术特色，旅游景点服务和管理进行了 SWOT 分析。

表 4-1 三色庙的 SWOT 分析

三色庙的优势（Strengths）		
白庙	黑庙	蓝庙
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 白庙展示了清莱的兰纳文化，把佛教理念与白庙的建筑艺术相融合。</li><li>2. 庙宇的建筑和艺术作品以白色为特征，吸引大量游客前来观光旅游。</li><li>3. 在色彩的搭配上，建造了金色的卫生间，种白色与金色搭配，融合了白庙的色彩，使这座建筑在色泽上优雅别致，颇具特色。</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 以黑色为其建筑的基调</li><li>2. 形似庙宇，实则是一座黑色艺术为主体的博物馆，吸引好奇的游客。</li><li>3. 黑庙展现不同建筑风格。展品主要来自欧亚地区的各种宝物，一些展品反映了湄公河文化。</li><li>4. 黑庙的建筑风格以兰纳文化为基本元素，各种建筑设计展现了设计者的想象力，也叙述了设计者自己的</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 选择蓝色为主调，象征着蔚蓝的天空，寓意佛法无边，佛恩荡荡。</li><li>2. 一座高 20 米的黄蓝色佛塔，体现了兰纳风格的现代作品，即传统艺术特色、佛教理念和现代艺术风格的融合。</li><li>3. 蓝庙展示了设计者亲手画的作品。这些绘画用料上以黄色和蓝</li></ol>

[1] MBA 智库·百科. SWOT 分析模型：SWOT 分析步骤 [EB/OL]. <https://wiki.mbalib.com/zh-tw/SWOT%E5%88%86%E6%9E%90%E6%A8%A1%E5%9E%8B>. [2022-03-15]

[2] HardcoreCEO. SWOT Analysis 是什么？如何有助于企业的发展？ [EB/OL]. <https://hardcoreceo.co/swot-analysis/>. [2022-03-17]

	故事。	色为主，表现出了不同的风格和艺术特色，吸引了不少旅客。
<b>共同的优势</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 以庙宇的颜色为特色，以人艺术而非自然风光吸引好奇的游客。</li> <li>2. 以精湛的艺术为特点，展示泰国的设计风格。</li> <li>3. 以建筑技巧和佛教理念相结合为特征。</li> <li>4. 以泰国当代艺术风格、绘画与雕塑相融合。</li> <li>5. 在一定程度上提供了汉语服务。</li> <li>6. 提供了一些良好的景点服务设施</li> </ol>		
<b>三色庙的劣势 (Weaknesses)</b>		
<b>白庙</b>	<b>黑庙</b>	<b>蓝庙</b>
<p><b>一、建筑和艺术品的展出方面</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 三色庙的有些建筑结构与建筑风格看得不清使用的目的，包括艺术家的想象力以及事物来历。</li> <li>2. 木雕和灰泥雕塑的样式是一般，有些雕塑艺术品缺少 审美情感。</li> </ol> <p><b>二、景点的交通和管理方面</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 白庙的交通不太方便。黑庙地点位于一条村庄路的居民住宅集中区域，离大陆有点远，又不方便又不安全。</li> <li>2. 在白庙在有大量中国游客来访时，管理能力不足。</li> <li>3. 白庙门票和费用比与其两座庙高。</li> </ol> <p><b>三、在汉语服务方面</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 大部分的出版媒体与其他传统媒体缺少有关三色庙的中文信息。</li> <li>2. 网络媒体以及社交媒体缺少中文资料介绍三色庙，方便中国旅客了解三色庙的建筑风，艺术特色，文化理念和设计者的创作意图。</li> <li>3. 汉语服务人员的中文解说水平不够，人员不足</li> <li>。有些中国游客的是通过中文导游了解一下三色庙的文化背景。</li> <li>4. 三色庙景点虽然有一些中文标识，但缺少有关三色庙的介绍资料。</li> </ol>		
<b>三色庙的机会 (Opportunities)</b>		
<b>白庙</b>	<b>黑庙</b>	<b>蓝庙</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 清莱政府支持本地的旅游事业，改善而发展旅游市场。</li> </ol>		

3. 三色庙的建筑艺术和创新风格，给当代社会提供了新的文化艺术体验。
4. 泰国文化和建筑艺术吸引了很多外国旅客，特别是中国游客，促进了当地旅游业和文化艺术的发展和创新。
5. 佛教思想与现代建筑艺术相结合，开创了清莱旅游以人文景观为主导，而非自然风景来吸引旅客的新型旅游模式。
6. 三色庙的建筑艺术把佛教思想加以弘扬，展现了泰国北方的兰纳文化，具有独到之处，大有进一步发展的前景。

### 三色庙的风险/竞争 (Threats)

白庙	黑庙	蓝庙
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 与其他旅游项目一样，容易收到政治、经济和环境等因素的影响。特别是新冠肺炎的全球流行，给泰国当地旅游业造成了很大的影响，来三色庙的游客大为减少。</li> <li>2. 在正常情况下，人文景观的旅游与自然景观的旅游之间存在着一定的竞争，只有创新和开发新的旅游项目，才能吸引旅客，特别是加强跨文化的旅游的开发。</li> <li>3. 中国游客一度成为来泰国旅游的主要客源，如何提升汉语服务的质量，为中国游客提供必要的旅游资信，让中国游客更好地了解泰国文化和风土人情，也是三色庙进一步搞好人文旅游的重要方面。</li> <li>4. 旅游业的发展与良好的旅游设施，交通服务是分不开的。面对其他旅游景点的竞争，改善三色庙的旅游设施，旅游环境和交通状况，语言服务，方便游客的往来是非常必要的。</li> </ol>		

从以上的 SWOT 分析可以分别为相同性和差异性两个方面。

#### 一、清莱三色庙的相同性

从优势的方面来看，首先，三色庙是各有各的特色，说明是独一无二，举世无双的。其次，透过建筑特色风格可以感知泰国文化。再次，该三座庙的整体服务，对中国游客来说，表现满意的，譬如说，环境气氛良好、周边有休息处、提供干净厕所、提供餐饮店、有停车场、有礼品店等。

在劣势的方面来看，透过建筑结构和建筑特色风格看不出建设目的、使用的目的和领域。

从机会的方面来看，大部分的人关注对于新技术的信息越来越多，尤其是在新常态 (New Normal) 相当改变人们的生活方式。目前网路和手机成为人生

最基本要求之一。加上，新一代的年轻人选择自由行的趋势愈来愈高。另外，泰国清莱被称为艺术之城，清莱政府提出清莱府有丰富旅游资源的策略，如历史旅游、文化旅游以及健身旅游。何况，除了清莱府是国境边界上的贸易区，泰国-中国自由贸易区的 R3A 路线，清莱机场还对中国游客提出直飞航班。

从风险的角度来看，新冠疫情的控制情况、发生新种传染病以及国内外的战争和抗议情况等都会直接和间接影响旅游业的发展。旅游业的竞争是激烈的，

虽然三色庙的景点有自己的独特的建筑艺术风格，但也需要进一步改善和创新，加强管理，改善设施，为游客提供更多的文化艺术作品，弘扬泰国文化。

## 二、清莱三色庙的差异性

从优势的方面来看，黑庙的绘画明显地展示手法技巧以及某事物，并且利用增强现实（Augmented Reality，简称 AR）AR 新技术来表现图画的含义，透过 QR Code 扫描而看出图画动起来。白庙建筑特色风格明显地展示艺术家的想象力和思想，可以相连其他事物。白庙明显地表现应用泰国艺术技巧，就是将西方卡通人物和事物放在壁画上，于是提高参观者的吸引力。蓝庙壁画不仅表示艺术之美，而且可以明显的描述佛教事物。另外，木雕和灰泥雕塑的样式具有精致，可以感知它们的情感。蓝庙位于清莱市中心附近，交通很方便而有安全感。何况，门票和费用便宜，资料信息有可靠性的。

在劣势的方面来看，黑庙位于村庄路里，离大路有点远，所以交通没有方便性而没有安全感。而且，透过艺术品和雕塑品的样式有点难理解艺术品的价值和艺术家的思想。至于白庙，门票和费用较高，并且获取可靠信息和更新资料信息较少，尤其是在正式网站的。透过雕塑艺术品没感知艺术家审美情感。蓝庙是缺乏拥有汉语能力的服务人员，而且采用颜色没前两座庙的有特殊感，不感知采用颜色的含义。另外，透过建筑特色风格不能相连其他事物。

从机会的方面来看，对于黑庙，清莱政府创建文化旅游路线的计划，而且喜爱艺术的新一代人数越来越多，并且泰国旅游局对艺术展览馆的支持。对于白庙，在村里的管理负责人对村民创收能力的支持，而且利用新技术来改善提供各种服务的方式。对于蓝庙，旅游者想要来欣赏其他美妙佛庙。清莱政府提升旅游服务的标准，同时也给人员提出国际服务培训课程。在清莱，具有一定汉语能力人是比较多的。为三色庙旅游景点改善汉语服务提供了汉语人才。

从风险的角度来看，对于黑庙，近几年来，清莱经济不断发展，不仅有博物馆，还有展览馆，所以这两个地方在文化提供方面可以互补。因为地点方便

服务好。面对竞争，在泰国有的佛庙模仿蓝庙来进行修缮。在未来有可能出现更多种颜色的佛庙。如果这些佛庙没有艺术含量，建筑特色和独特的风格，就会流于形式，也不能成为一个有特色的旅游景点。

从差异性的角度来看，黑庙和蓝庙的汉语服务人员借是来自住宅村子里的村民，都没有汉语沟通能力，于是在服务中遇到任何问题他们都平常用手语、翻译 APP 及说英文的，但白庙雇佣拥有汉语能力资格的服务人员，在销售处提供服务。在三色庙中只有蓝庙提供 QR 扣扫描而自读各地点的说明解释，里面是提供泰英中的主要 3 种语言。此外，在三色庙中只有白庙是对游客完全地提供服务的，如语言服务、饮食服务及安全性等。

从同样性的角度来看，该三色庙到处借有汉语标志，这些标志是由具有专业能力知识来举办的。加上，该三色庙在服务中遇到问题是外语沟通的，解决方法是以英文为主。另外，各个景点的汉语服务是由旅游公司的导游与中国游客说明描述，如景点故事简介、景点参观规定、在参观区内的各种各样艺术品等。而且，该三色景点的参观区自古以来没有 QR 扣的描述标志，因为会遮挡景色的。然而，该三色庙的被访谈者借认为在服务中发生问题的因素是来自旅游公司的导游，如不游客懂规定规则、游客乱摸或碰艺术品、导游对各个景点的资料信息不足够等。

## 第二节 对清莱三色庙汉语服务人员的评估

### 一、对白庙汉语服务人员情况

在采访中了解到，白庙有服务人员 14 人，其中男性 4 人，女性 10 人。根据在白庙工作超过 13 年的服务部长反映，白庙的服务人员具有一定的汉语服务能力，例如在白庙的销售处、纪念品及美术馆的服务人员都有外语沟通能力。他们会说泰、中、英三种语言，并且可以流利地与游客进行沟通。但在白庙其它一些地方，如佛堂附近的景点，这里的服务人员只能说一些基本的汉语，简单的词语，有时会用简单的英语以及手语与游客沟通。若不能沟通是就会请销售处的人员来协助。

在旅游设施方面，白庙景点提供了不少汉语标识牌，方便了中国游客在白庙景点游览。因为，白庙景点的道路多，中国游客自己去游览时，时常造成迷路或者走失。甚至有时需要与泰国旅游警察局联系帮忙寻找。

在旅游资料方面，此外，白庙还为游客提供了泰英的宣传册，介绍了白庙的创建人，建筑艺术和白庙的故事。但白庙目前没有提供中文的宣传册，也没有提供 QR (Quick Response) 二维码的扫描信息，避免盗版。

## 二、对黑庙汉语服务人员情况

通过对在黑庙工作超过 11 年的经理的访谈获悉，在黑庙目前有服务人员 16 人，其中男性 9 人、女性 7 人。负责接待游客的有 3 人，都是本地村民，不会说中文，只能说泰文和说一点英文。他们在接待外国游客，特别是中国游客时，沟通的方式主要是依赖翻译 APP 以及一些手语。

在疫情之前，当地有会说英、中、日等语的外语导游，有些人是被聘用的，有些是志愿者。当海外游客多时，会说外语的导游就不够了。通常，来黑庙的游客是由随团导游带领的。这些导游也会临时帮助接待其他的游客。由于这些导游的中文好，也提高了服务质量。他们能向游客解说黑庙的建筑和展出的不同艺术品的来历。由于外来导游具有较好的中文水平，在很大程度上弥补了黑庙景点服务人员汉语水平低，不能满足中文服务需要的严重缺失。调查结果显示黑庙服务人员的汉语能力差，尤其是在口语和听力方面。在没有外来导游帮助的情况下，黑庙景点的服务人员通常是靠一些用手语和翻译 APP 与中国游客沟通。为了提供汉语服务质量，黑庙景点要解决汉语服务方面的问题，不仅需要对本庙的服务人员进行汉语培训，而且需要招聘有汉语能力的人员。依靠外来导游的临时协助和中文翻译软，只能应付短期的问题，不能解决黑庙景点汉语服务差的问题。

## 三、对蓝庙汉语服务人员情况

根据在蓝庙 25 年的僧寺住持的信息，黑庙没有能提供汉语服务的人员，只有四个能说英语的沙弥。但不能说中文，只会说一些简单的中文词汇和短句。除此以外，在蓝庙工作的还有一些村民，是本地已退休的公务员。作为志愿者，他们会说一点英文，也不能说汉语。

由于在疫情前有大量的中国游客来蓝庙观光，蓝庙为解决一些汉语服务的问题，在蓝庙的景点设置了不少汉语标识牌，比较详细地用中文介绍了蓝庙的建筑艺术的来历，设计者的绘画艺术等。这些资料是由泰国旅游局以及泰国清莱皇家师范大学来提供的。这些中文信息有的使用了二维码 (QR) 的方式，中国游客使用手机扫描 QR 就能了解蓝庙中有关蓝庙和艺术作品的信息。

在蓝庙，实际上汉语服务人员是随中国旅游团来的中文导游，这些中文导游比较专业，能跟中国游客讲述蓝庙中的故事，把蓝庙中的文化艺术与生活场景相结合，使他们的介绍生动有趣，还能说一些相关的笑话，活跃了参观的气氛，受到中国游客的欢迎，享受了参观中的乐趣。但在一些情况下，这些中文导游通常是让中国游客自由参观，解答有些游客的提问。

采访调查表明，由于蓝庙没有自己的汉语服务人员，只有 4 个具有一些能说英语能力的沙弥和本地已退休的志愿者。平常是他们先向带团的中文导游说明、介绍蓝庙的来历、故事和绘画作品等，然后由中文导游再向中国游客解说。另外，蓝庙还为外国游客提供了泰、英、中三种语言的宣传册，在宣传册里有二维码 QR，外国游客可以通过扫描二维码读取有关蓝庙方面的解说信息。

### 第三节 游客对三色庙宇汉语服务的评估

本论文运用满意度理论对清莱三色庙汉语服务的满意度进行了研究。通过市场营销组合 7Ps 与软件 SPSS 分析法，论文从不同的角度对汉语服务进行分析，分析结果如下：

#### 一、游客黑庙汉语服务的评估

从整体出发，中国游客对黑庙提供汉语服务的满意度最高。在黑庙，当地管理部门提供了必要的汉语标识牌，方便中国游客旅行。如在停车场、厕所、道路的方向、礼品店、售票处等都设有汉语指示牌。在黑庙，管理人员具有有汉语沟通能力，可以为中国游客解决遇到的问题，服务态度好。由于黑庙的管理部门提供了良好的汉语服务，中国游客可以掌握参观的时间，景点的相关规定。但对景点进行介绍和解说方面，汉语服务人员的中国表达就会出现问題。讲解员的中文水平不够，所以很难向中国游客解说黑庙的文化特色，建筑风格和各种艺术品的背景。另外，景点也没有提供中文的景点资料，如简介说明等。

在交通设施方面，黑庙位于村庄路的居民住宅集中区域，交通不方便，尤其是很难搭乘公共汽车。但总的来说，中国游客对黑庙提供汉语服务是满意的，服务质量是可以的。提供的汉语标不少的，方便了中国游客。在服务态度方面，黑庙的服务人员态度好，能够了解游客的需求，有一定的职业水平。但对艺术品的介绍方面比较差，因为中文水平还不高。

## 二、游客白庙汉语服务的评估

从整体上来看，中国游客对白庙提供汉语服务的满意度是高的。在白庙，景点提供了不少汉语服务的标志牌，如标识了参观地区、休息处、售票处、取款机、餐饮区以及行走的方向等。白庙还为中国游客提供了汉语的参观规定和参观时间。服务人员具有一些汉语沟通能力，服务态度好，有效率。与黑庙一样，白庙在景点的中文简介和相关资料方面欠缺。总体上，中国游客对白庙的汉语服务是满意的。但汉语服务人员的中文水平需要提高和加强。目前的汉语水平还不能向中国游客介绍白庙的建筑风格和文化思想。

## 三、游客蓝庙汉语服务的评估

通过线上调查，中国游客对蓝庙提供汉语服务的满意度是高的。蓝庙在基本设施，参观地区、休息处、餐饮区、礼品店和路标上都提供了汉语标识。通过蓝庙的汉语服务，中国游客可以了解蓝庙的参观规定和参观时间。蓝庙对中国游客提供参观蓝庙的汉语简介和说明，方便中国游客了解蓝庙的文化特色和建筑风格。但蓝庙的汉语人员的汉语沟通能力差，还不能与中国游客进行良好的沟通。

总的来看，中国游客对清莱三色庙汉语服务的满意度是高的。最满意的提三色庙都可以在基本设施方面提供汉语服务，提供多种汉语标识。方便了中国的在三色庙的旅游观光。但对旅游景点和建筑艺术进行解说时，三色庙的汉语服务就达不到满意的程度了。另外，三色庙的线上汉语服务很差，不能为中国游客提供相关的旅游景点的信息，这些都是需要改进的。在汉语服务人员方面，蓝庙的汉语服务人员比白庙和黑庙要差，缺乏在现场提供汉语服务的人员。

## 第四节 改进三色庙管理和汉语服务的建议

通过对三色庙汉语服务的评估，对目前三色庙在汉语服务方面存在的问题提出以下改进的建议：

### 一、改进黑庙景点的管理和汉语服务的建议

1. 为了改进黑庙景点展览物，建议黑庙管理部门可以运用新技术来展示各个艺术品的来历，提高旅游者对原本固定绘画和艺术品的兴趣，即运用 R 技术来改善文化特色和汉语服务方面，这些技术包括增强现实技术（AR）、虚拟现

实技术（VR）、混合现实技术（MR）以及扩展现实技术（XR），把艺术品和雕塑变成虚拟的有动感的画面，让游客在 3D 中欣赏黑庙的艺术。

2. 加强黑庙的管理，为中国游客提供中文的旅游资料，开设中文网上资信。

3. 为汉语服务人员进行汉语培训，提供他们的沟通能力，达到能用汉语解说建筑风格和艺术品的水平。

## **二、改进白庙景点的管理和汉语服务的建议**

1. 白庙的优点是彰显了泰国文化特色之美。为了改进白庙的文化展示和汉语服务，建议白庙举办体验活动，使得国外游客和在村庄里的少年人有机会来体验和知觉泰国艺术之美和价值观，如做陶器以及线上线下绘画等。而且运用新技术来完善应用艺术的含义，并且增加参观者的吸引力。

2. 建议改善白庙的网站，上传更新信息，提供泰英中等几种语言的解说，并配上画面。

3 在参观的景点可以提供电子导游，游客跟着景点电子地图进场参观。

4. 在景点提供中文电子解说，使得参观者了解参观规定和时间。减少游客的迷路和违反景点规定的问题。

5. 培训白庙景点的汉语服务人员，加强中文水平，提高对景点解说的能力。

## **三、改进蓝庙景点的管理和汉语服务的建议**

1. 蓝庙的汉语服务人员需要加强汉语培训，与其他两庙相比，蓝庙的汉语服务人员的汉语水平是最差的。

2. 为了改进蓝庙的汉语服务，弥补汉语服务人员汉语水平低的问题，可以请汉语好的人员帮助录制中文的电子视频，或语音介绍，一边带旅游团，一边播放。

3. 在景点的服务台提供中文的景点介绍和相关资料。

4. 在景点的服务台安排汉语好的服务人员，接待中国游客，解决游客提出的问题。

5. 加强旅游现场的管理，说明游览中的注意事项，防止参观中出现不文明的行为。

#### **四、改善线上线下的服务**

1. 三色庙各景点需要改善线上线下服务。通过三色庙各自的网站，提供相关的旅游景点的信息，说明景点的建筑风格和艺术特点，以及历史背景和泰国文化等。

2. 三色庙各景点可以通过高科技的虚拟技术改进对不同展物的展示。参观者可以在虚拟世界中体验三色庙的文化特色。

3. 三色庙各景点可以提供中英泰等多种语言的二维码服务，把有关景点参观景点，注意事项，参观时间，清莱的历史背景，佛教文化和三色庙的创新设计等资信收集在一起，提供给游客。

#### **五、提升文化内涵，提高汉语能力**

1. 清莱已有 700 多年的历史，兰纳文化和佛教理念被融合在三色庙的建筑风格和艺术作品中，为了发扬兰纳文化和佛教理念，三色庙各景点需要努力挖掘泰国文化内涵，以人文景点为基础，开创更多的艺术作品。

2. 三色庙的建筑艺术吸引了大批中国游客，所以各景点的汉语服务人员需要加强外语沟通能力，特别是中文。各景点可以请汉语专业人员来举办培训课程，提高汉语服务人员的汉语水平。

#### **六、改进景点的设施，完善管理制度**

1. 根据调查发现，大部分的调查者对各个参观地点分不清，感知水平比较低，有关建筑艺术的知识很少，对这些建筑文化和内涵也不了解。另外在游览中时常发生游客四处乱走的情况，甚至走到禁止入内的地点，以及发生游客迷路而失踪等情况。为防止类似情况的发生，三色庙各景点应该提供中文版的景点地图，制定完善的管理制度，提醒游客注意，自觉遵守景点的规定，自我约束。

2. 为了提高三色庙各景点的服务质量，三色庙各景点应该为游客提供一个综合的游览项目，推出“一日三色庙”游览路线，让游客完整的了解清莱的文化和建筑艺术，充分向游客展示三色庙的建筑风格，艺术特色和文化内涵。

## 结 语

本文研究分析是清莱三色庙文化特色和汉语服务情况，以清莱的黑庙、白庙和蓝庙为例。本文采用相关文献资料与现场观察资料，对有关的中国游客进行了两个方面的问卷调查。论文相关理论设计出调查问卷。调查问卷的主要内容分为两部分：第一部分是中國游客对建筑特色和艺术特色的知觉能力，另一部分是中國游客对各座庙提供汉语服务满意度。本次研究样本是曾经来过三色庙的 100 名中國游客。论文对调查资料进行了分析，比对三色庙各景点的情况进行了对比分析。

通过调查分析，中國游客对该三色庙的文化特色的知觉水平比较高，大多数的人认为三色庙与众不同的，是泰国奇妙景点之一。分析表明，中國游客都是对三色庙的建筑艺术和富有想象力的创作感到惊叹和称赞，但对建筑的文化内涵和作品的含义却不甚了了。在汉语服务方面，中國游客基本上是满意的。但各景点缺少中文介绍，在线上也没有多少相关的中文信息。这些都是语言改进的。尽管如此，中國游客对三色庙的建筑风格和作品的艺术感染力的称赞的。

由于本次调查研究是在疫情传染而难以防控的时期，在现场上发现收集数据问题，所以本文是透过泰国网上社群收集数据，因此本文研究还不够深入。首先，论文收集资料和数据的时间比较紧，而且透过泰国网路进行调查而收集数据的，不能连接到中国网路，并且请朋友来帮忙收集数据，因此导致了问卷调查的不准确。在调查问卷的问题还有全面的地方，造成了被调查者不理解或误解，影响了问卷调查中的准确性。

未来的研究可以从几个方面考虑：（1）本文研究是调查而对比分析该三色庙的现有文化特色，于是可以深入挖掘该三色庙文化特色的内涵，（2）对于服务质量调查分析，本文运用了服务质量理论的 GAP5，所以下次可以运用其他的 4GAP 进一步调查研究。目前以颜色为卖点的佛庙日益增加，可以运用本文的相关理论对其他颜色的佛庙进行研究。（3）本次研究只发放 100 份，因为在时间有限以及个人能力的有限性。未来的研究可以增加问卷调查的数量，因为样本更多，分析结构更有准确性，而且应该在各个季节、多样发放等。

## 参考文献

- [1] 陈德春. 清莱白庙汉语服务调查分析[D]. 泰国: 华侨崇圣大学, 2018
- [2] 从数据和现状看 2021 全美及世界网络趋势 [EB/OL]. vpnMentor.  
<https://zh.vpnmentor.com/blog/%E5%B9%B4%E7%BE%8E%E5%9B%BD%E5%8F%8A%E5%85%A8%E7%90%83%E7%9A%84%E4%BA%92%E8%81%94%E7%BD%91%E5%8F%91%E5%B1%95%E8%B6%8B%E5%8A%BF%E3%80%81%E7%BB%9F%E8%AE%A1%E6%95%B0%E6%8D%AE%E5%8F%8A%E4%BA%8B/>, 2021-3-16
- [3] “黑屋” 塔顽·达察尼的最牛作品[N/OL]. Chiangmai News. 2019-2-12  
<https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/914094/>.
- [4] 李丽容. 春武里府东芭乐园汉语服务调查研究[D]. 泰国: 华侨崇圣大学, 2019
- [5] 美英. 曼谷野生动物园 (Safari) 的汉语服务调查研究[D]. 泰国: 华侨崇圣大学, 2019
- [6] 潘依莲. 中国游客赴清迈旅游满意度研究[D]. 东北大学, 2015
- [7] 郑美丽. 曼谷辉煌区唐人街与耀华力路唐人街的商业汉语应用的比较研究[D]. 泰国: 华侨崇圣大学, 2017
- [8] 钟碧云 (Soraya Sawaengsin). 基于顾客满意度的泰国普吉岛旅游发展研究: 中国旅客为例[D]. 上海大学, 2015
- [9] Atthasit Mueanmart. New Normalที่ต้องรู้ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป-โอกาสสินค้าไทยในตลาดจีน หลัง COVID-[19]SALIKA.  
<https://www.salika.co/2020/06/10/chinese-consumer-behavior-opportunity-new-normal/>, [EB/OL]. 2020-6-10
- [10] BAANDAM MUSEUM[A]. 清莱. 2021-4-5
- [11] Chanyapat Palee. A Comparison of Using Bus Transportation Services Between Chiang Mai - Chiang Rai and Chiang Mai - Nan Routes[D]. 泰国: 清迈大学, 2010
- [12] Designated Areas for Sustainable Tourism. Wat Rong Khun Model[R]. 泰国: อพท, 2018
- [13] Doitibet Duchanee. “Baandam” The Historic Art Museum of the National Artist Thawan Duchanee[D]. 泰国: 玛希隆大学, 2009
- [14] Ittichai. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนรุ่นใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป[EB/OL].  
MARKETINGOPPS. 2019-2-5.

<https://www.marketingoops.com/exclusive/insider-exclusive/the-behavior-of-the-new-generation-of-chinese-tourists-has-changed/>, 2020-12-10

- [15] Manager Online. ยอดความงาม “วัดร่องเสือเต้น” วัดสีน้ำเงินสุดวิจิตรคู่เมืองเชียงใหม่ [EB/OL]. Manager Online. 2020-11-15. <https://mgronline.com/travel/detail/9630000117901>, 2021-9-23
- [16] Museum Thailand. วัดร่องเสือเต้น [EB/OL]. <https://www.museumthailand.com/th/1236/storytelling/%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B9%80%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%99/>, 2021-9-23
- [17] Napatsavan Auekordaree. 赴泰中国游客满意度差异对比研究——以曼谷大皇宫与芭提雅金沙岛景区为例 [D]. 陕西师范大学, 2019
- [18] Ratchapon Techapongsakid. พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยวจีนรุ่นใหม่ ผู้ประกอบการ SME ควรปรับตัวอย่างไร [Z]. 泰国: The Office of SMEs Promotion, 2019.
- [19] Rosarin Suparat. Chinese Behaviour on Travelling in Muang Chiang Rai [D]. 泰国: 皇家理工大学, 2015
- [20] เมทินี สุขสวัสดิ์. เปรียบเทียบการให้บริการขนส่งพัสดุระหว่างบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กับ บริษัท เคอรี่เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี [D]. 泰国: 博仁大学, 2019
- [21] วัดร่องขุน.com. ประวัติวัดร่องขุน [EB/OL]. 2010-11-6 <http://www.xn--22cj2bwalcwa8b3a2euie.com/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99.htm> 1, 2020-12-4.

## 附录一

## 问卷调查表

แบบสอบถาม

### 中国游客对清莱三色庙的特色文化研究与汉语服务满意度问卷调查表

#### 尊敬的被调查者：

您好：首先感谢在百忙之中抽出时间参与本次的问卷调查。本次问卷调查是泰国华侨崇圣大学商业汉语专业研究生的一个课题：中国游客对清莱三色庙的特色文化研究与汉语服务满意度调查。研究内容是有关泰国旅游业的发展和大量中国游客赴泰对白庙、黑庙、蓝庙的三色庙的影响以及对三色庙汉语服务的影响。本次调查研究的资料可以为该三色庙汉语服务的知觉感和改进未来服务的帮助。请根据您的实际情况逐项填写。本次调查是匿名的，不涉及任何个人隐私，不向外泄露，不会给您个人带来任何不利的影响。非常感谢您的合作和支持。谢谢。

#### 第一部分：个人资料

解释：按照您的实际情况，请在  填写

- 性别：  男生  女生
- 年龄：  20 岁以下  21-30 岁  31-40 岁  
 41-50 岁  51-60 岁  61 岁以上
- 学历：  小学以下  中学  
 中专  大专  
 本科  硕士以上  其他 \_\_\_\_\_
- 职业：  公务员  公司职员  私营企业/个体  
 艺术家  自由职业  学生/大学生  
 其他 \_\_\_\_\_
- 收入：  2000 元以下  2000-3000 元  3000-4500 元  
 4500-6000 元  6000-8000 元  8000-10000 元  
 10000-15000 元  15000 以上
- 您是否曾经来泰国旅游？  是 我来过\_\_\_\_\_次了。  不是

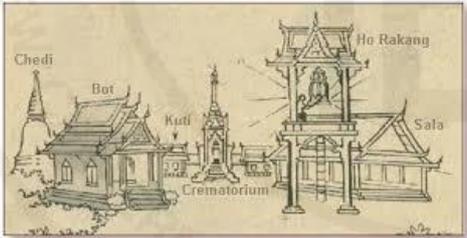
你是否曾经来清莱三色庙？

- 黑庙       是      我来过\_\_\_\_\_次了。       不是  
 白庙       是      我来过\_\_\_\_\_次了。       不是  
 蓝庙       是      我来过\_\_\_\_\_次了。       不是

## 第二部分：清莱三色庙特色文化知觉与汉语服务

解释：按照您赴泰的旅游经验，请在  的号上写 ✓

- 1= 最少知觉/理解      2= 稍微知觉/理解      3 = 一半知觉/理解  
 4= 多知觉/理解      5 = 非常多知觉/理解

三色庙 特色文化的知觉	知觉能力水平														
	黑庙					白庙					蓝庙				
<b>建筑风格</b>															
1. 在 3 色寺院里的各栋楼明显地看见各栋楼的领域（下图），如佛堂领域、僧房领域、木房子、粘土砖房子等。加上，可以理解泰国北部文化的概念。															
 <p>白庙和蓝庙的建筑风格的相连结构</p>  <p>黑庙的建筑风格的相连结构</p>															
2. 透过建筑风格的特色可以联想到另一个地方或者事物，譬如，白描建筑风格的一部分可以知觉到神人或者仙人居住的须弥山；黑庙的建筑风格可以知觉到私人地区的家；蓝庙的建筑风格可以知觉到天堂。															

3. 白、黑、蓝庙宇的建筑风格是泰国佛教和泰式应用艺术风格的融合。	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. 透过建筑风格可以明显地知觉到艺术家的想像力或者思路、泰国特色文化与泰国北部特色文化融合的相连。	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. 建筑风格是的独一无二，举世无双的。	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<b>艺术风格方面</b>	<b>黑庙</b>					<b>白庙</b>					<b>蓝庙</b>				
1. 对于壁画和绘画，各条文非常详细，美丽精致，并准确地描述事物，明显地表示图画上的含义，一看就猜到任何事物。另外，利用新技术（AR）来表达艺术家的思想，使图片动起来，更容易理解的。	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. 雕塑包括木雕以及灰泥雕塑。这些雕塑样式确实具有精致，而且可以感知到其雕塑的情感，何况，表达艺术家审美情感的。如各种野生动物表示在雪山林花园上散步走走、在木房子里的柱子是严肃的巨人、纳嘎蛇在台阶前的锋利牙齿表示严肃而崇拜等。	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. 采用颜色不仅提高艺术品的美丽，而且含有代表的意义。即白色表示纯粹或者纯正；蓝色表示佛陀将佛法在全世界推而广之的意义；黑色表示自己喜爱的颜色，但有灭杀或者防治白蚁、蚂蚁及昆虫等的好作用。加上黄红色表示情绪和权力的。	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. 各个艺术品的风格可以明显地表达泰国文化的价值观、泰国北部生活方式等的这些文化方面。	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. 对于佛教的应用艺术风格。每位艺术	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

家的手法是妙手丹青，无人能比。

### 第三部分：中国游客对清莱三色庙的汉语服务满意度

解释：按照您的实际情况，请在  填写

1=非常不满意 2=稍微满意 3=有些满意 4=很满意 5=非常满意

三色庙宇 汉语服务满意度	满意度														
	黑庙					白庙					蓝庙				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. 各艺术品和建筑的风格具有独一无二的，就是有美丽精致、奢华、刮目相看的知觉感。加上，透过这些艺术品和建筑风格可以理解艺术家的灵感力和想像力，包括佛教应用艺术的专业才能。	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. 对中国游客来说，在三色庙宇的票价以及其他费用是合理的，不贵并不便宜。	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3.1 去三色庙宇的路线有方便性而安全感，而且提供接驳公车、公车站、停车场等。	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3.2 订票或买票的方式有方便性。而且，销售纪念品和其他物品也很方便。中国游客可以不仅在现场购买的，还可以透过正式网站、第三方平台、旅游 APP 等购买而支付或刷卡的。	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. 对于三色庙宇的资料信息，中国游客透过广告、公告、新闻等这些信息渠道接受资料信息的。这些渠道日常传递更新的信息，而内容可靠或准确的。	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. 在三色庙的管理人员拥有沟通能力以及解决问题技巧，尤其以汉语为标准。而且，对中国游客提供服务时，表现乐观的态度，如有礼貌、眉开眼笑、服务速度	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

快、友好等。															
6.1 对中国游客参观和欣赏各个地点的管理方式	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6.2 各地点的参观时间	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7. 在三色庙里的综合，如停车场、厕所、餐厅、休息处、方向标志、集合点等，有方便性、干净、良好的接待顾客和管理措施。	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

#### 第四部分：其他/提出建议

**1. 就您而言，在白庙、黑庙和蓝庙的三色庙宇中您...**

1=非常了解；2=了解；3=最少了解，请在①②③号上写✓

最知觉/理解的      ①②③ 白庙      ①②③ 黑庙      ①②③ 蓝庙

汉语服务的满意感      ①②③ 白庙      ①②③ 黑庙      ①②③ 蓝庙

**2. 若疫情传染情况转变好方向，而各种社会活动可以平常营业，并且在该三色庙建造某些新具有特色文化的建筑或者展出某些新具有特色文化的艺术作品，您是否想要来欣赏？为何？**

---



---



---

**3. 若有机会下次来参观该 3 庙，您想**

---



---



---

**4. 您是否有心里话要告诉我们？**

---



---



---

## 附录二

## 采访问题

### คำถามสัมภาษณ์

#### 对三色庙宇的汉语服务人员的采访问题

1. 此处的服务人员一共有多少?  
พนักงานที่ให้บริการนักท่องเที่ยวกี่คน
2. 此处的汉语服务人员一共有多少?  
พนักงานที่ให้บริการด้านภาษาจีนทั้งหมดกี่คน
3. 汉语服务中遇到了任何问题?  
ปัญหาที่พบเจอในการให้บริการภาษาจีน
4. 遇到问题中您如何解决问题?  
วิธีการแก้ไขปัญหาในการให้บริการภาษาจีน
5. 在新型冠状病毒肺炎后，在全球的各国开放，大家都可以随时随地走走，而且在本地天天也有外国旅客来参观，您认为本地应该改善或者改变哪些服务方面？为何？  
หลังโควิด แต่ละประเทศสามารถเดินทางได้อย่างเสรี มีนักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาเยี่ยมชมสถานที่แห่งนี้ คุณอยากให้มีการปรับปรุง พัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงการให้บริการภาษาจีนอย่างไรบ้าง

## 致谢

本论文能够顺利完成不是我个人可以做到的，而是有几位老师、朋友们以及家人来帮助和支持鼓励的。

首先，我要感谢我的论文指导博士赵平。他对我的论文提出了很多宝贵的意见和建议，为论文研究的选题给出了建议。在论文的写作过程中，如果遇到问题他都能及时给予帮助和解答，给我耐心的指导和帮助。为此非常感谢赵平老师的指导。

其次，我要感谢所有教过我的老师，感谢他们循循善诱，使我学到了很多知识，开阔了眼界，对商业市场有了认识，学习了不少专业知识。通过两三年的学习使我的汉语水平有较大的提高，掌握了不少书面语和专业名词。由于各位老师教学和帮助让我提高了论文写作的能力。同时，我还要感谢在办公室工作的老师们，从来学校报名到毕业，办理各种手续都得到了他们的帮助，使我的学习能够顺利完成。

另外，我要感谢黑庙经理（泰文名字：คุณโท่ง）、白庙服务部长（泰文名字：คุณวิชัย）以及蓝庙僧寺住持（泰文名字：พระทองศักดิ์ กตสาโร）的热情帮助，在访谈中提供了汉语服务的方面信息和相关的资料，使本论文能够顺利完成。

此外，我要万分感激成功大学汉语中心的吴培筠老师，他帮我写了学习本学院的推荐信，在汉语学习方面给了我很大的帮助，提出了宝贵的建议。同时，我也要感谢各位可爱的同学们，在两三年当中无论遇到了任何问题能都互相帮助，互相鼓励，解决问题，一起往前走，直至本文的顺利完成。

最后，我要感谢家人对我选择的支持。感谢哥哥陪我在现场上搜集数据，还分享自己的经验。感谢母亲对我这个选择的支持，让我体验到商务世界，学到了很多知识，而且在困境时可以缓解压力，以乐观的心态加以面对。

总之，我要感谢所有帮助过我的人，正是有了您们的关心和帮忙，我才能按时写完论文，完成学业，使我的人生之路走得更好，更加完美，衷心感谢您们，愿大家心想事成。

林命珍

2022年4月



หนังสือยินยอมการเผยแพร่ผลงานวิจัย  
论文发表同意书

เขียนที่ 写于 มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

วันที่ 日期 4 กรกฎาคม 2565

ข้าพเจ้านาย/นาง/นางสาว 姓名 ณัฐยาน์ ลิมปกกาญจนารัตน์ รหัสนักศึกษา 学号 636004-816

ระดับ 学位  ปริญญาโท 硕士  ปริญญาเอก 博士 หลักสูตร 专业 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา 系 ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ คณะ 学院 วิทยาลัยจีนศึกษา

Email 电子邮件: lim.Natthaya29@gmail.com

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

(ชื่อภาษาไทย) 泰文题 การศึกษาเปรียบเทียบกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการให้บริการ

ภาษาจีนของวัดร่องขุน บ้านดำ และวัดร่องเสือเต้น จังหวัดเชียงราย

(ชื่อภาษาอังกฤษ) 英文题目 A COMPARATIVE STUDY OF THE CULTURAL FEATURES AND CHINESE LANGUAGE SERVICES OF THE THREE TEMPLES OF WHITE, BLACK AND BLUE IN CHIANG RAI

(ชื่อภาษาจีน) 中文题目 汉语国际教育背景下孔子学院文化传播研究——以泰国曼松德孔子学院为例

อนุญาต 同意 ให้ศูนย์บรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เผยแพร่ งานวิจัย ของข้าพเจ้าสู่สาธารณะ 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

(.....)