# 曼谷 EM 购物中心的汉语服务调查研究

# A STUDY OF CHINESE LANGUAGE SERVICE OF THE EMQUARTIER DEPARTMENT STORE

**万昌丽** [1]
**WATCHAREE BORIBOON**
华侨崇圣大学、中国语言文化学院
Faculty of Chinese Language and Culture, Huachiew Chalermprakiet University
E-mail : wanchangli2524@gmail.com

**李严锋 博士 教授** [2]
**Prof. LI YANFENG, Ph.D.**
云南财经大学、物流学院
School of Logistics, Yunnan University of Finance & Economics, P.R.China
E-mail : liyanfeng2001@163.com

Received: 28 September 2020 / Revised: 13 November 2020 / Accepted: 17 December 2020

## 摘要

目前中国游客到泰国旅游的目的，不仅仅是那些重要的景点，根据调研还发现，中国游客在曼谷旅游及逗留期间，在餐饮和购物方面的开销占有较大比重。因此，曼谷的许多购物中心纷纷增设针对中国游客的便利服务措施，就连曼谷顶级购物中心“曼谷 EM 购物中心”也不例外，这家商场主要聚焦高端购买力顾客群，作为一座大型购物中心，拥有齐全的顾客服务设施，精心的设计，成为曼谷市中心的一个地标。2017 年，这座购物中心还获得了泰国旅游局颁发的“2017 年深受中国游客喜爱奖”。

本论文的主要内容，是针对曼谷 EM 购物中心的市场营销策略和形式进行研究，包括各种形式的汉语服务及其质量。覆盖了商圈本身、商圈内的各家商店以及网站，同时也调研了中国游客对这些服务的满意度，透过问卷调查的方式，对质与量进行分析评估。本论文将说明曼谷 EM 购物中心的发展、建筑风格特色、各商家的分布、营销策略、为游客服务的特点，以及为中国游客在商场消费的情况和汉语服务提供状况，以及针对商场内汉语服务作深入调研与分析，销售人员和服务人员的汉语状况，包括中国游客对商场汉语服务的满意度调查，最后对所有内容进行总结。对汉语服务的分析研究，发现百分之四十一汉语服务质量比较差，百分之五十五汉语服务人员不能较好地于中国游客进行沟通，为了满足中国游客的需要，购物中心必须提高汉语服务质量，包括市场营销角度、汉语服务的模式、所面临的问题以及解决方案。以利于该购物中心对汉语服务进行适当改进，从而为泰国购物中心的营销汉语服务提供参考，同时也指出了缺点，那些地方要改善，尤其是汉语服务管理方面的不足，虽然不包括汉语服务质量的首要因素，但是针对这些问题提出了改善的建议和措施。

**关键词：**曼谷 EM 购物中心；汉语服务；汉语水平

# ABSTRACT

Nowadays Thailand has become a top destination for tourists from around the world, especially the Chinese. We have seen increasing numbers of Chinese tourists visiting Thailand. Tourist attractions are not their only traveling propose. The research shows that when they visit Bangkok, they spend most of their travel expenses on food and shopping. For this reason, many department stores in the city offer special services for Chinese tourists – including "The EmQuartier" which focuses on high spenders. It was opened on 27th March 2015 as one of the largest shopping complexes. Its luscious rooftop garden and outdoor waterfall have since become Bangkok's landmarks. In 2017, The EmQuartier was awarded Chinese People's Choice Awards Thailand of that year, which attests to its popularity among Chinese visitors.

The main focus of this thesis is to study the marketing models and strategies of The EmQuartier, and to assess the quality of Chinese-language services, for example, tourist centers, shops, website, etc. It also aims to evaluate the satisfaction of Chinese tourists through quantitative and qualitative analysis of questionnaire survey. Especially explains the marketing model and general services for Chinese tourists provided at the mall and Chinese services will be explored and analyzed in detail. Including will summarize all the findings regarding the marketing and Chinese-language services. The research found that in terms of quality, 41% of Chinese language services in this department store is quite poor. 55% of Chinese service staff still has many problems. The EmQuartier needs to upgrade the quality of its Chinese language service to meet the needs of Chinese tourists who visit in the department store. The thesis also points out current issues and proposes suggestions to improve the Chinese language services, which I hope will be useful in the future.

**Keywords:** The EmQuartier department store, Chinese-language services, Chinese language skills

# บทคัดย่อ

ปัจจุบันประเทศไทยถือเป็นจุดหมายด้านการท่องเที่ยวอันดับต้น ๆ ของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก และระยะเวลากว่า 10 ปีมานี้ นักท่องเที่ยวจีนก็มีแนวโน้มเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นต่อเนื่องทุกปี เป้าหมายไม่ใช่เพียงแค่การท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญต่างๆ เท่านั้น จากการสำรวจพบว่า หากพวกเขาเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ พวกเขาจะใช้เงินไปกับการซื้อของกินของใช้ในศูนย์การค้ามากที่สุด ดังนั้นศูนย์การค้าหลายแห่งในกรุงเทพฯ จึงต้องเพิ่มบริการให้แก่นักท่องเที่ยวจีนเป็นพิเศษมากมาย ไม่เว้นแม้แต่

ศูนย์การค้าที่เน้นกลุ่มคนที่มีกำลังจับจ่ายสูงอย่าง“ดิเอ็มควอเทียร์” ที่นี่เริ่มเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 27 มีนาคม พ.ศ. 2558 เป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่ให้บริการครบวงจร มีจุดชมวิวที่เป็นสวนลอยฟ้า น้ำตกและพื้นที่สีเขียวมากมาย ซึ่งถือเป็นแลนด์มาร์กแห่งหนึ่งใจกลางกรุงเทพมหานคร และในปี พ.ศ.2560 ดิเอ็มควอเทียร์ยังได้รับรางวัล Chinese People’s Choice Awards Thailand 2017 จึงเป็นสิ่งยืนยันได้ว่าได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจีนอย่างมาก

เนื้อหาสำคัญของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้คือการสำรวจกลยุทธ์และรูปแบบการตลาดของศูนย์การค้ารวมถึงคุณภาพการให้บริการภาษาจีนในรูปแบบต่างๆ ทั้งศูนย์บริการ ร้านค้า เว็บไซต์ เป็นต้น ตลอดจนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน ผ่านวิธีการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณและคุณภาพจากข้อมูลแบบสอบถาม โดยเนื้อหาหลักจะอธิบายถึงการตลาดและการให้บริการทั่วไปด้านภาษาจีนภายในศูนย์การค้า เป็นการสำรวจและวิเคราะห์การให้บริการภาษาจีน รวมถึงการสรุปผลทั้งหมดทั้งในแง่การตลาดและการให้บริการภาษาจีน ซึ่งผลการวิจัยพบว่าร้อยละ 41 การให้บริการภาษาจีนของศูนย์การค้าค่อนข้างแย่ และร้อยละ 55 พนักงานบริการภาษาจีนและพนักงานขายยังสื่อสารภาษาจีนได้ไม่ดีนัก ดังนั้นเพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจีน ศูนย์การค้าจำเป็นต้องยกระดับคุณภาพการให้บริการภาษาจีนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังนำเสนอปัญหาที่มีอยู่ตลอดจนแนวทางการแก้ไขปัญหาของศูนย์การค้าในการให้บริการภาษาจีน เพื่อเป็นประโยชน์ด้านบริการภาษาจีนในอนาคตต่อไป

**คำสำคัญ:** ศูนย์การค้าดิเอ็มควอเทียร์ บริการภาษาจีน ความสามารถด้านภาษาจีน

## 绪论

### 一、选题的背景及研究意义

近几年来，曼谷地区不断有新的百货公司及高级购物中心开张，同时也有越来越多的中国游客来到曼谷市，他们平常来旅游一次平均逗留时间为 5-7 天，在曼谷市逗留时每个人的消费大概 25,000-50,000 泰铢，其中发现购买的大多数产品百分之 70 都是自购，前第 3 名是食物、服装和化妆品。

中国游客对曼谷市的百货公司或购物中心很感兴趣，因为旅游购物是他们重要的目标，百货公司或购物中心有各种各样的产品可以购买，以及包括了游览、餐饮等多种类的服务，能满足中国游客各方面的需要，不仅吸引着更多游客，同时也吸引当地居民。

曼谷 EM 购物中心（The EmQuartier 或 ดิเอ็มควอร์เทียร์）是 EM 商区（EM District）的第二购物中心，于 2015 年 3 月开业，包括购物中心、电影院和披勒办公楼（Bhiraj Tower），由 The Mall 集团下的 City Mall Group 有限公司和 Bhiraj Buri 有限公司以合资企业的形式管理，位于素坤逸路，对面是该地区最初的 The Emporium 购物中心。 曼谷 EM 购物中心关注国外客户的重要性，以及中高端客户。

该购物中心地区包括 3 坐大楼，一是螺旋区域 The Helix Quartier 大厦（A 大厦）

这栋楼的地下室是自动停车场和休息室的所在，使成为泰国第一家使用自动停车场系统的购物中心，二是玻璃区域 The Glass Quartier 大厦（B 大厦），这栋楼有屋顶的观景点或天空悬崖，以及 45 层高的披勒办公楼，配有高速电梯，三是瀑布区域 The Waterfall Quartier (C 大厦)，该建筑的重点是 Quartier 瀑布，是目前亚洲最高的 40 米落差的人工瀑布。

2017 年曼谷 EM 购物中心从泰国旅游局获得“2017 年深受中国游客喜爱奖（Chinese People’s Choice Awards Thailand 2017）”，成为最受中国游客欢迎的购物中心，也是这个原因，使目前该购物中心的汉语服务比以前多，虽然有汉语服务，例如汉语口译人员、汉语公告、汉语公布、汉语价格标签等，却发现汉语服务方面缺少服务人员和经常误用，还不能满足购物中心的发展需求。

本论文研究的意义是通过对曼谷 EM 购物中心的营销战略和汉语服务调查分析，从该购物中心提供汉语服务、汉语网站，包括中国游客的满意情况，来说明曼谷 EM 购物中心的营销发展和汉语服务的质量，指出该购物中心在汉语服务的优势和出现的问题，包括汉语服务方面的改进建议及措施，说明提高汉语服务的方法，以提高竞争力和发展营销战略方面的重要性。

## 二、选题的研究目的、方法、范围、内容与创新性

**1.研究目的：**1）研究为经过深入调研与分析中国游客在曼谷 EM 购物中心的总体情况。；2）分析曼谷 EM 购物中心营销汉语服务的现状及存在问题，并提出相应的改进方案，帮助 EM 购物中心提升汉语营销水平。；3）促进 EM 购物中心提升面向中国游客的竞争力。

**2.研究方法：**通过文献分析法，查询和收集与本课题研究相关的研究资料和论文，说明曼谷 EM 购物中心的发展状况，营销方法，与本课题研究相关的研究状况，另外还有问卷调查法，设定调查问卷的人数，设计调查问卷表，以及中国游客来到曼谷 EM 购物中心的满意度调查和实地访谈，将定量分析和定性分析相结合。

**3.研究范围：**对曼谷 EM 购物中心服务人员的问卷调查和分析，以及相关管理人员和汉语服务人员进行访谈。另一方面对 100 位中国游客来到曼谷 EM 购物中心的满意度调查。

**4.研究内容：**曼谷 EM 购物中心的发展状况，营销方法，与本课题研究相关的研究状况，主要调查了翻译员和销售人员使用汉语与中国游客的交际能力水平，购物中心营销汉语服务的现状及存在问题，并提出相应的改进方案，帮助曼谷 EM 购物中心提升汉语营销水平。

**5.研究创新型：**研究创新可以表述为通过深入分析曼谷 EM 购物中心的营销汉语服务现状及存在问题，归纳出泰国购物中心的汉语服务普遍存在的共性问题，并基于问题和调查数据提出相应的改进措施和方法，从而为泰国购物中心的营销汉语服务提供参考。

## 三、要解决的问题

在曼谷 EM 购物中心内，虽然有提供汉语招牌服务，却发现少量，而不是全覆盖整个购物中心，同时这些汉语招牌也发现翻译错误。至于服务台的接待人员还少能用汉语服务，他们的英语能力

比汉语好，在帮助中国游客解决问题和沟通时，可能有困难，主要问题之一是该购物中心缺乏汉语专业人才。

大多数的销售人员与工作人员汉语程度不高，不能与中国游客进行沟通，没有达到良好的标准，读写方面可能不是最大的问题，加强他们的听说能力，注重汉语培训，未来的工作人员的汉语沟通才会更好。

## 曼谷 EM 购物中心的发展状况

曼谷 EM 购物中心(The EMQuartier 或 ศูนย์การค้าดิเอ็มควอเทียร์)是 EM 商区（EM District）的第二坐购物中心，于 2015 年 3 月开业，包括购物中心、电影院和披勒办公楼(Bhiraj Tower 或 ภิรัชทาวเวอร์)，由 The Mall 集团下的 The Mall Group 有限公司（是泰国的一组零售业务百货公司经营者包括 The Mall 百货公司和暹罗百丽宫）和披勒武里有限公司（Bhiraj Buri）以合资企业的形式管理，位于素坤逸路，对面是该地区最初的 The Emporium 购物中心。曼谷 EM 购物中心关注国外客户的重要性，以及中高端客户。（wikipedia，[online]，2019）

曼谷 EM 购物中心的大厦荣获 2014 年泰国房地产大奖—最佳商业建筑大楼设计奖和最佳商业建筑大楼奖，2015-2016 年荣获亚太房地产大奖--最佳商业建筑大楼奖，2017 年曼谷 EM 购物中心从泰国旅游局获得“2017 年深受中国游客喜爱奖项（Chinese People’s Choice Awards Thailand 2017）”，成为最受中国游客最受欢迎的购物中心，也是这个原因，使目前该购物中心的汉语服务比以前多，有各种汉语服务，例如汉语口译员、汉语公告、汉语公布、汉语招牌、汉语价格标签等，以便满足购物中心的发展需求。

## 曼谷 EM 购物中心对中国游客的营销策略

因曼谷 EM 购物中心位于市区，而他们的概念就是“时尚又充满绿意”，目前社会的消费者心态，“购物”已经不是消费者的第一需求，消费过程的愉悦体验和满意度需求逐渐上升，每个购物中心必须快速改变。

曼谷 EM 购物中心的设计融合了自然和城市特征，拥有引人注目的外观和标志性的建筑，打造高辨识度，加深顾客印象，以期获得人气，而顾客群对购物环境的要求也越来越高，要风格独特、色彩丰富，又要空气清新、环境优美，并且一次获得购物、社交、休闲、娱乐的全方位体验。该购物中心室内有特点，一是平冲自然与都市生活中体验场所，二是最大化地提升一站式生活服务体验和三是集成丰富的功能业态。

为满足消费者多元化的需求，应对购物中心越来越同质化的困境，目前 EM 购物中心在业态品牌上努力的工作，主要发力点在创新业态，全国或区域首店上，带给顾客更多新鲜的体验。

在品牌方面，以引进 1,000 多个时尚品牌入驻，成为东南亚销售时尚品牌最多的购物中心，多个品牌的东南亚首家旗舰店（Flagship Store）也选择开设在此，另外投入 3 亿泰铢打造自动化停车场。

曼谷 EM 购物中心一直在科技应用上不断投入，以便满足消费者个性、便捷、独特体验需求，通过应用程序平台加深对消费者的理解与互动，提供便捷便利服务环境，刺激消费者 到达，此外通过应用程序捕捉消费者资料记录，同时还有在线上的主题团购、线上商城、积分兑换等。目前为了方便中国游客购物，曼谷 EM 购物中心已开通了支付宝付款，使用支付宝还能获得两大额外优惠，从 2019 年 7 月至 2020 年 6 月 30 日在购物中心内部分商家购物时，可以享受钻石汇率。另外，外国游客还可凭护照在游客中心免费领取旅游金卡，凭卡在两家购物中心内的商店和美食广场消费可享受九五折优惠。

## 中国游客在曼谷 EM 购物中心消费的情况

大部分中国游客来到曼谷 EM 购物中心的目标，他们来到这里不光是开开心心地购物为主，他们还喜欢找到拍照的地方和坐下休息，也为了找到一个闲逛的地方，从网上调查中发现，中国游客来到曼谷 EM 购物中心的主要活动有四个方面：一是对购物中心独特空中公园、人工瀑布及玻璃桥游览拍照 ；二是一边跟精美陈列的商店拍照一边购物；三是找到休息区，坐在咖啡馆或茶馆休息；四是闲逛的地方。总结中国游客去过曼谷 EM 购物中心后的印象，在中国旅游网站上发现，大多数的中国游客喜欢这个地方的装饰，比暹罗区安静，有齐全商店和餐厅，他们对购物中心几乎都是好评论和按赞，来这里的中国游客具有很高的购买力。

另外也有各式各样的餐馆可供选择，在 B 层有美食广场、知名餐厅和美食角， 在 G 层有 Gourmet market 超市的“美食角”及泰国一镇一特产（OTOP）美食产品， 包括在 6-9 层螺旋区域有 20 多间知名品牌美食餐厅，中国游客可以挑选食物与小吃，又好又便宜，因此他们对曼谷 EM 购物中心的生活和血拼体验感到满意。

## 曼谷 EM 购物中心汉语服务提供状况

从调查发现，许多中国游客来曼谷 EM 购物中心主要是为了观光和购物，同时购物中心的语言服务 除了泰文、英文、日文和韩文服务之外，还加上了汉语服务，目前汉语语言服务和汉语标识服务比较多，不少的商店或餐饮店为中国游客提供中文的购物牌及介绍说明，至于购物中心的主要服务，也为中国游客提供中文的广告说明牌和购物中心的促销活动看板，包括提供各种方面的汉语建议内容。

曼谷 EM 购物中心的问询台，服务人员将提供泰语和英语为主，最初，遇到中国游客时，他们会用英文沟通，如果真的不懂或必须用中文沟通，柜台的服务人员会叫口译员来帮忙。

该购物中心的服务人员问询台的汉语水平低，主要问题就是服务人员很少会汉语，同时大多数服务人员几乎不懂汉语，使沟通不畅，不得不等待口译员帮助翻译，或者等不及了就使用翻译应用程式，把打泰语翻译成汉语，以及用手机的谷歌翻译系统讲泰语，然后翻译系统将回答汉语，服务人员目前经常用这样方式跟中国游客沟通。

虽然能够解决基本问题，但仍然有无效沟通的问题，中国游客会觉得很浪费时间，他们不能得到所有的信息，这显示问询台服务人员需要提高汉语水平，否则未来可能对购物中心的服务质量和中国游客数量造成有影响。

通过访谈购物中心的专业口译员，目前只有三位主要的口译员，同时所有三位还必须提供英语服务，每年在 11 月至第二年的 2 月期间，该购物中心会增加聘用两三名临时汉语口译员，因为这是中国游客来到购物中心最多的期间。

此外，该购物中心还没有针对服务人员进行专门的汉语培训，但支持服务人员的自己额外学习，有些服务人员提出要求为他们提供汉语培训，至于招募中文口译员的汉语水平必须达到 HSK5-6 级。

服务人员常常碰到的大问题就是，中国游客从不同的地方来，不是每个人会说标准的汉语，讲汉语太快，口音也很有差别，让中文不好的他们听不懂，很容易误解， 因此，一直以来服务人员常用方法是要求中国游客说慢一点。

## 曼谷 EM 购物中心服务人员与销售人员的汉语水平和服务情况

### 1. 学过汉语工作人员的比例

在问卷调查中，可以知道被调查的销售人员和服务人员曾经学过汉语的只占 11.2%，同时 88.8% 的他们没有学过汉语，大多数的工作人员都没有学过汉语，那表示中国游客目前在购物中心购物和沟通的时侯，大多数的人员都不能用汉语，跟中国游客沟通有困难。

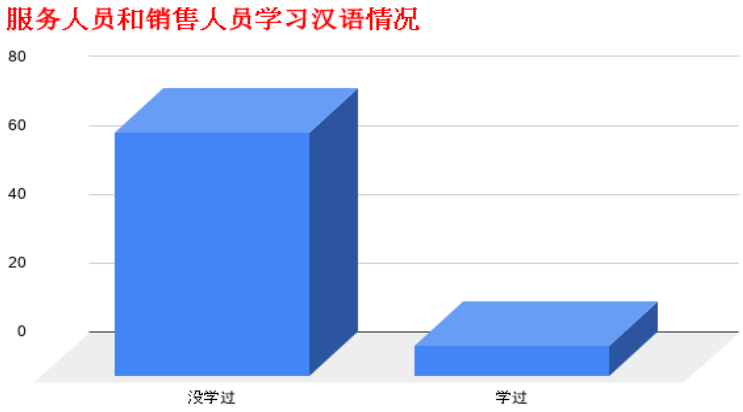


**图 1 服务人员和销售人员学过汉语的比例**

### 2. 汉语技能情况

在问卷调查中，有问到了听力、会话、阅读、写作和翻译，购物中心服务人员与销售 人员多数表示他们这些技能很差。

表 2 曼谷 EM 购物中心的服务人员和销售人员的汉语水平情况表

| 语言技能 | 汉语水平情况 | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 很好 | 好 | 一般 | 差 | 很差 |
| 听力 | 0% | 4% | 15% | 55% | 26% |
| 会话 | 0% | 6% | 20% | 54% | 20% |
| 阅读 | 0% | 4% | 12% | 40% | 44% |
| 写作 | 0% | 3% | 7% | 65% | 25% |
| 翻译 | 0% | 3% | 6% | 54% | 37% |

从表 2.5 发现，购物中心服务人员与销售人员的汉语水平情况可以看到，在总体上大部分的工作人员认为他们的汉语水平差及很差。在听力方面，超过一半的工作人员认为差，占 55%。在会话方面有 54%的工作人员也认为差。只有在阅读方面不到一半的占 40%，在写作方面最多，占 65%，因为他们认为在工作时没机会写作，同时在翻译方面认为差，占 54%，大多数都认为自己的汉语技能都差或很差。因该购物中心的销售人员比服务人员很多，从问卷调查显示服务人员的汉语水平比销售人员强，而在总体上大多数都是差或很差。

**3.购物中心工作人员与中国游客沟通情况**

接受调查的工作人员与中国游客交流时主要遇到的问题：一是认为他们自己的汉语水平比较少，中国游客讲的话，他们都听不懂，二是中国游客说得太快，使他们听不清楚，三是有一些中国游客讲话时有不同的方言口音，他们认为听不太懂中国顾客在说什么。

表 3 曼谷 EM 购物中心的服务人员和销售人员与中国游客交流遇到的问题

| 内容 | 百分比 |
|---|---|
| 中国游客说得很快 | 16.7% |
| 中国游客口音问题 | 8.3% |
| 汉语水平太少 | 75% |

## 对曼谷 EM 购物中心服务人员汉语服务质量的反映

销售人员和服务人员的汉语技能调查结果是：占 41%是差，一般占 32%，这表示中国游客在购物中心内，可能遇到销售人员会讲汉语或不会讲汉语有关，因此遇到会讲汉语的销售人员，中国游客都觉得好，遇到不会讲汉语的销售人员，中国游客会觉得差。同时占 1%的中国游客觉得很好，因为他们遇到咨询服务台的汉语口译员，这显示大多数都认为销售人员的汉语沟通水平不高，还需要进行改进。

中国游客对购物中心的汉语服务工作人员有意见，在购物中心遇到的主要问题占 53% 是销售员不会讲汉语或会讲汉语一点点，因此中国游客认为该购物中心的汉语服务人员需要提高他们的口语水平，其次是听力，然后是阅读和书写的技能。

**表 4 中国游客对服务人员汉语服务的反映**

| 总体汉语服务情况 | 很好 | 好 | 一般 | 差 | 很差 |
|---|---|---|---|---|---|
| 中国游客的反映 (%) | 1% | 18% | 32% | 41% | 8% |

## 中国游客建议需要增加的汉语服务

中国游客需要增加哪些方面的汉语服务，通过问卷调查和中国游客访谈，他们提出了一些建议是，每个楼层应该增加主要销售和服务项目指南及地图的汉语说明，包括增加汉语咨询点和购物中心汉语路线指示牌，以及提供汉语菜单。

## 曼谷 EM 购物中心汉语水平的评估

在问卷调查中，有问到了听力、会话、阅读、写作和翻译能力，购物中心的服务人员与销售人员多数表示，他们这些技能都很差，平常大多数的工作人员不能与中国游客进行沟通，交流有困难，在沟通困难时，他们会用英语与中国游客沟通。

由于大多数销售人员的汉语都没学过或是初级水平，使他们不能推介产品或者回答问题，有时必须用手机或计算器翻译功能帮助，以及叫来口译员来帮忙，中国游客要等一段时间，这样情况使每个人都浪费时间。

对曼谷 EM 购物中心的工作人员，大多数销售人员与服务人员都没学过汉语，一些有学过的工作人员只学过了 1 年不超过 5 年，汉语水平太低，而且他们平常也很少有机会使用汉语，所以都忘掉了，只有几个服务人员和口译员才能与中国游客进行很好的沟通。

在调查中还发现，因为销售人员的听说读写能力差，该购物中心必须立刻提高工作人员的汉语能力水平，同时服务台的一些工作人员需要努力提高他们自己的汉语能力，更多学习汉语，以便在面对中国游客发生问题的情况下，可以跟他们良好沟通，提供满意的汉语服务，曼谷 EM 购物中心目前还没有为工作人员提供汉语服务培训，通过访谈服务台的汉语口译员发现，在招募时，除了英语能力一定很好之外，指定汉语水平必须通过汉语水平 考试五级以上才能通过该购物中心的标准。

## 解决问题的建议和改进措施

### 一、加强购物中心的汉语培训，提高汉语水平

通过调查分析，针对销售人员和服务人员的汉语听说能力太低，这会对曼谷 EM 购物中心汉语服务质量带来影响，因此管理部门应该加强对购物中心的汉语服务培训，支持销售人员和其他工

作人员提高他们的汉语水平，有学习汉语的机会，以及举办汉语培训班。另外，汉语培训重点应该注意到汉语口语、听力和商业词汇练习，包括对中国文化与中国人的生活习惯的了解，鼓励他们主动加强自己的汉语水平。

## 二、招聘汉语人才，解决工作人员不足的问题

曼谷 EM 购物中心的销售人员及口译员都认为，他们缺乏良好汉语沟通的人员，购物中心应该招聘有良好汉语听说能力的人员，这种方式能解决汉语人才不足的问题，减轻了培训的成本，提高汉语服务质量，满足中国游客的需求。

## 三、增加汉语广告招牌与商品介绍

虽然有越来越多的中国游客来到曼谷 EM 购物中心，但他们却不清楚所要买的商品在哪个楼层，虽然在玻璃区域大厦 G 层和 M 层的大厅有全面平面图的位置，但是全部都是泰语和英语，中国游客不懂英语都不想看，他们要自己在购物中心里上下寻找，如果该购物中心在大厅门口、问询台或每个楼层能提供汉语注释的平面图及商店资料，包括广告单及小册子，就会更方便不懂泰英语的中国游客，帮助他们更容易找到要去购物的商店。 此外，还可以提供汉语二维码服务，中国游客扫二维码就能找到购物中心的地点和信 息，改善和弥补购物中心在汉语信息招牌上的不足。

## 四、增加正式的汉语名字

目前泰国的其他购物中心都具有正式汉语名称，例如暹罗百丽宫（Siam Paragon）、暹罗天地（ICONSIAM）、暹罗中心（Siam Center）等，曼谷 EM 购物中心也是一样的，应该有正式汉语名字，让中国游客能记住购物中心的一样名称。

## 结论

泰国的购物中心业务发展至成长阶段时，曼谷市场的密度会很快增加，同类大型的购物中心之间竞争激烈，整个曼谷 EM 购物中心以现代概念和城市自然为主，把全球名牌奢侈品店和泰国的商品及各种美食融入在一起，满足不同的游客需求。游客能一边浏览购物中心的美景，一边购物和品尝美食，这里目前吸引了大多数的外国游客，特别是中国游客。

至于营销策略，曼谷 EM 购物中心的概念是“时尚又充满绿意”，因为他们知道现代的消费者心态，大多数的消费者期望的大型购物中心是现代化与丰富化，购物已经不是第一需求，为了强调购物中心的特色，购物中心可依靠建筑物外观整体设计与室内环境规划，以及气氛的营造结合潮流趋势。此外，增加服务项目和多样化，以建造现代化的形象，所以必须快速改变，除了特别建筑设计和提供了多种特色商店之外，还提供了泰语、英语、日语、韩语及汉语服务，为来到购物中心的大量外国游客提供方便。

本论文通过调查分析来说明曼谷 EM 购物中心汉语服务情况，指出汉语服务在购物中心中的作用，服务人员和销售人员的汉语水平基本情况，服务质量和存在的问题，以及对这些问题的改进建议和措施。

本次研究的目的是通过调查曼谷 EM 购物中心服务人员和销售人员，以及口译员汉语 水平与汉语应用的情况，显示出他们的汉语水平与服务质量在销售人员和专业服务人员 之间较大差异，从问卷调查，访谈和文献资料的分析，指出了购物中心在汉语服务方 面的人才不足，他们不能与中国游客进行良好沟通，还必须改进的措施和建议。

曼谷 EM 购物中心的专业服务人员分为 2 种，分别是口译员和服务台的人员，他们的汉语水平高，主要工作是接待和解答来购物中心的中国游客各种问题，他们能用汉语和英语进行沟通，同时商店各家的销售人员，大多数他们的汉语沟通能力差，包括没有汉语基础，接受调查的销售人员和服务人员曾经学过汉语的只占 11.3%，同时 88.8% 没有学过汉语，应该关注的情况是，没学过汉语的销售人员和服务人员，占到 87.5%，其次学习 1 年不超过 5 年占 8.8% 而已，其余 5 年以上的占 3.8% 就已经是专业的服务人员，调查指出，购物中心的服务人员与销售人员学过汉语很少，包括学习汉语的时 间很短，他们的汉语学习不够，汉语水平不高。

除了提供汉语服务的人员之外，曼谷 EM 购物中心还提供多方面的汉语服务，例如汉语网页、汉语标识、二维码、支付宝、汉语广告、外国人的会员卡等。至于汉语网页，里面有泰语、英语和汉语文字服务，虽然目前网站汉语资料比泰英双语资料少，但是未来，也有计划进一步改善汉语网页，可以为了中国游客提供及时查寻购物中心的各种信息。

研究结果表明，曼谷 EM 购物中心汉语服务方面的总体还有问题，汉语服务人员缺乏，在汉语管理上必须提升了汉语服务质量，加强对汉语服务销售人员和服务人员的培训，提高汉语沟通能力，因为他们都认为自己的汉语能力差，需要参加汉语培训，同时管理部门应该举办汉语学习班，重点于听说能力，以及购物中心有关的汉语词汇，这几年来，他们认为这些问题影响了各家商店汉语服务的质量。另外，购物中心还可以通过招聘汉语人才，增加汉语人才的工作人员，直接提高销售人员的服务质量，满足中国游客对汉语服务的需要。另一方面，购物中心应该增加必要的汉语标识、汉语平面图、汉语应用程序、汉语二维码服务和购物小册子给中国游客，以便帮助弥补销售人员汉语水平低的问题。

根据本论文，通过曼谷 EM 购物中心分析研究，完成了研究的目的，已经分析了购物中心的营销策略，直到汉语服务情况调查，指出各种很好的服务、设计和设施，同时也指出了缺点，那些地方要改善，尤其是汉语服务管理方面的不足，虽然不包括汉语服务质量的首要因素，但是针对这些问题提出了改善的建议和措施。

## 研究的不足之处

在调查研究中，研究时间不足，2019-2020 年在肺炎疫情期间，使找不到齐全的信息和在外面查找信息变得困难，因此还需要进一步深入研究。另外本研究问卷调查 了 100 名的中、港、台和其他使用汉语的国家，全部 100 份回答问卷，有 12 份无效问 卷，总计有效问卷调查为 88 份，仍然未达到目标。

# 参考文献


WITCHAREEYA RUENGPHO《MARKETING FACTORS INFLUENCING DECISION TO USE SERVICES AT SIAM PARAGON SHOPPING CENTER》,2010 年 05 月 The EmQuartier 简历. [online]. https://en.wikipedia.org/wiki/EmQuartier (2019/02/28)

中华人民共和国商务部.2018年年初赴泰中国游客市场活跃.[online].www.mofcom.gov.cn (2019/02/23)

曼谷 EM 购物中心网站. [online]. https://www.emquartier.co.th/ (2019/03/2)

曼谷 EM 购物中心维基百科（泰语）.[ออนไลน์] สืบค้นจาก : https://th.wikipedia.org/wiki/เอ็มควอเทียร์ (ธันวาคม 2562)

曼谷 EM 购物中心吸引中国游客推动达到 200%的目标 เอ็มควอเทียร์ดึงนักช็อปจีนดันยอดโต 200%.[ออนไลน์] สืบค้นจาก : https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/720855 (9 ธันวาคม 2562)

曼谷 EM 购物中心的 10 大秘诀，您可能还不知道 10 เรื่องเกี่ยวกับเอ็มควอเทียร์ที่คุณอาจยังไม่รู้.[ออนไลน์] สืบค้นจาก : https://www.marketingoops.com/reports/fast-fact-reports/10-emporium-emquartier-facts/ (12 ธันวาคม 2562)

泰国百货公司的营销趋势 ตามดูตลาดดีพาร์ตเมนต์สโตร์ วันนี้ห้างไทยอยู่อย่างไร.[ออนไลน์] สืบค้นจาก : http://www.brandage.com/article/2952/Department-Store (12 ธันวาคม 2562)


**Author (1) Information（第一作者信息）**

**Name and Surname（姓名）：**
WATCHAREE BORIBOON

**Highest Education（最高学历）：**
Master’ s Degree (Chinese Business for Communication)

**University or Agency（任职院校或单位）：**
Huachiew Chalermprakiet University

**Field of Expertise（专业领域）：**
- Chinese Business for Communication
- Mass Communication

**Address（地址）：**
159/25 Soi Charoenkrung 79 Yeak 13, Charoenkrung Rd., Watprayagrai Subdistrict, Bangkholaem District, Bangkok, 10120

Author (2) Information（第一作者信息）

| | |
|---|---|
| | **Name and Surname（姓名）：**<br>LI YANFENG |
| | **Highest Education（最高学历）：**<br>Ph.D.in Management Science and Engineering |
| | **University or Agency（任职院校或单位）：**<br>School of Logistics, Yunnan University of Finance & Economics, P.R.China |
| | **Field of Expertise（专业领域）：**<br>Logistics Management and Engineering |
| | **Address（地址）：**<br>237 Longquan Rd.,Kunming, Yunnan, P.R.China, 650221 |

คณะภาษาและวัฒนธรรมจีน
Faculty of Chinese Language and Culture