



从跨文化传播视角探析泰国影视剧在中国流行的文化成因

An Analysis of the Cultural Causes of the Popularity of the Thai Movies and Teleplays in China from the Perspective of Cultural Communication

张俊霞¹

ZHANG JUNXIA

泰国农业大学、人文学院

Faculty of Humanities, Kasetsart University

E-mail: junxia0429@163.com

吴琼²

KANOKPORN NUMTONG

泰国农业大学、人文学院副教授

Associate Professor in Faculty of Humanities, Kasetsart University

E-mail: kanokporn.n@ku.th

Received: 18 April 2021 / Revised: 12 May 2021 / Accepted: 14 June 2021

摘要

21世纪以来，泰国影视剧开始在国际市场上崭露头角，在中国影视市场上也打开了一小片天地，相继被引入到中国。泰国电视剧、电影甚至广告都开始在中国电视台和网络上热播。普通大众化的叙事视角，以简单的爱为核心进行创意、民族化的传播内容、国际化的拍摄手法，都让中国观众耳目一新，在中国迅速赢得了一波观众的喜爱。泰国影视剧以跨文化传播的视角向国际观众传达了其独特的民族文化、饮食文化、阶级文化、宗教文化和人性文化等。

关键词： 泰国影视剧 跨文化 传播 文化成因

ABSTRACT

Since the beginning of the 21st century, Thai Movies and Teleplays have begun to emerge in the international market and have been up-and-coming in China, and they have been introduced to Chinese audiences one after another. Thai teleplays, movies and even commercials have begun to be broadcast on Chinese TV stations and the Internet. Perspectives



from ordinary populist narrative, creativity centered on ordinary and simple love, content on nationalized communication, and international shooting techniques have caught the attention of Chinese audiences and quickly won lots of audiences in China. Thai Movies and Teleplays convey their unique national culture, food culture, class culture, religious culture and humanity culture to international audiences from the perspective of cross-cultural communication.

Keywords: Thai Movies and Teleplays, Cross culture, communication, Culture backgrounds

一、泰国影视剧在中国的传播现状

近些年，泰国影视剧相继在中国主流电视台及网络播出，跨文化传播得到快速发展，在中国掀起了一股“泰国影视热”。安徽卫视近些年引进了数十部泰国电视剧，比如承载着很多95后中国年轻观众回忆的泰国电视剧《天使之争》、《爱在旅途》、《一诺倾情》和《丘比特的圈套》。2006年泰剧《凤凰血》在CCTV1套和8套播放3次，中国观众反应热烈。2008年湖南卫视播出的《出逃的公主》当时在中国有着不小的收视率。2018年Google全球地区电视剧类热搜排行榜中，泰剧《天生一对》排名第三，中国网友也纷纷打卡，豆瓣评分高达8.3。最近，在中国网络播出的泰剧《以你的心诠释我的爱》，好评如潮，豆瓣评分更高达9.4，剧中还出现了不少中国元素。在中国，豆瓣评分一直在影视剧市场具有很高的权威性和影响力，评分高低在一定侧面上反映出了影视剧的制作水平及受欢迎程度，当在豆瓣上搜索泰国影视剧时，出现了644部泰国电视剧和729部泰国电影，很多评分都在8分以上，由此可见，泰国影视剧在中国市场上不仅占有一席之地，还受到了热捧。另外，从2014年开始，泰版《浪漫满屋》、《我要成为超级巨星》都曾出现在新浪微博热搜榜上。2018年，很多部泰剧也都上过热搜，比如《天生一对》、《假冒小姐》、《炽爱游戏》等。此外，《不期而爱》、《一年生》、《逐月之月》等同性题材剧在中国网民中也火爆起来。据微博2020年用户发展报告显示，微博用户加速年轻化，90后和00后占比接近80%，泰国影视剧、泰国明星不时出现在微博热搜上，在一定程度上也反映出泰国影视剧在中国90后和00后这一年轻群体中影响力日趋增大。

2017年《天才枪手》电影版上映，此影片赢得了极好的观众口碑和巨大的票房成功，是泰国年度票房冠军，在中国香港和台湾上映创下了泰片纪录，在中国内地仅仅上映10天票房突破了2亿元，完全打破了泰国电影在中国的票房纪录。另外，受中国网友推崇的还有泰国校园青春片，如《初恋这件小事》、《Yes or No》、《暹罗之恋》和《下一站说爱你》等等，平采娜(Baifern)和马里奥(Mario)主演的《初恋那件小事》，被其真实温暖纯粹的初恋之情所打动，成为青春的一种永恒记忆。电影《小情人》更是受到中国观众喜爱，豆瓣评分更是高达8.6。2003年上映的《拳霸1》成为当年最火的动作片之一，豆瓣评分是7.8。泰国恐怖鬼片近些年在国际市场发展迅猛，泰国恐怖片融合了自身的宗教信仰和民俗风情的背景，开始在世界各大影坛异军突起，比如口碑爆棚的恐怖片《鬼夫》、《连体阴》、《鬼影》、《恶魔的艺术2：邪降》等。



二、泰国影视剧在中国的影响力

泰国影视剧在中国电视台及网络上的热播，受到越来越多的中国观众特别是年轻受众的热捧，引起各方注意，影响力不可小觑。首先我们就从中国知网“关键词”搜索的相关数据情况进行分析，其中和关键词“跨文化传播”相关的学术期刊高达 2612 篇，学位论文 1226 篇，会议 66 场次；其次搜索关键词“泰国电影”，相关学术期刊 114 篇，学位论文 19 篇，会议 1 次；最后是泰国电视剧，相关学术期刊 3 篇，学位论文 6 篇。学术研究与社会热点不无联系，有时还成为学术研究的风向标，从图 1 的数据情况可以看出，越来越多的学者注意到了泰国影视剧在中国的传播影响力，因此学术研究者开始从学术研究角度出发研究泰国影视剧在中国掀起“泰风”的原因所在，日益增多的文章数量也是一种影响力见证。

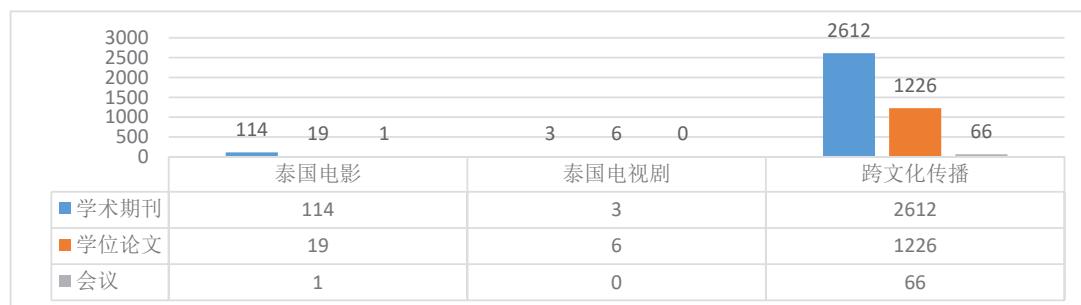


图 1：中国知网关键词搜索数据情况

图 2 是“泰国电影”、“泰国电视剧”及“泰国旅游”的百度搜索指数趋势图，除了全世界因疫情按下暂停键以来，从趋势图可以看出，泰国电视剧和电影在 2011-2013 达到峰值，之后泰国电视剧又出现数个峰值，泰国电影一直保持平稳的搜索量。泰国旅游自从 2015 年以来一直保持着很高的搜索增长量，2020 年 1 月 1 日，泰国国家旅游局成都办事处来渝举办“神奇泰国？因为有你”活动，活动中泰国国家旅游局成都办处处长陈冠智先生分享了一组数据，2019 年中国赴泰国游客人数约为 1098 万人次，同比增长 4.2%，占整个东亚旅游人数的 40.3%。



图 2：数据来源于百度指数趋势研究 <https://index.baidu.com/v2/main/index.html>



对于大多数中国游客，对泰国的初步印象除了一部分来自于泰国旅游宣传片之外，另一部分则来自于在中国传播平台上播放的泰国影视剧及在泰国拍摄的中国影视剧。影视剧作品通过叙述故事情节、表现人物的同时都会包含外景地大量的历史、宗教、习俗、饮食、自然人文风光等信息，这些信息随着故事情节的发展而传递给观众，使他们对泰国的印象和感知都有了新的认识，丰富了对泰国文化的理解，也刺激了去泰国旅游的想法。这些打上泰国本土深刻印记的影视剧在实施跨文化传播时，既能够打造泰国的文化品牌，又能加深中国民众对泰国文化的认知。据调查，90.3%的人有看过或者经常看泰国电视剧的经历，其中有 60.4%的观众认为自己看完泰国影视剧后，会有想到泰国旅游的想法。2012 年在泰国拍摄的中国电影《人再囧途之泰囧》，在中国拿下了 12 亿的票房神话。从趋势图可以看出，从 2013 年开始泰国旅游的搜索指数开始上升，之后笔者再去清迈旅游时，各大旅行社已经把《泰囧》在清迈的拍摄地开发成了中国游客的打卡景点之一，由此可见影视剧带来的巨大的影响力。

三、跨文化传播的意义及载体

2018 年 8 月习近平总书记在全国宣传思想工作会议上发表重要讲话：“要推进国际传播能力建设，讲好中国故事、传播好中国声音，向世界展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力和中华文化影响力”。由此可见，跨文化传播国家形象对于一个国家的意义和重要性。所谓跨文化传播，是指处于不同文化背景的社会成员之间的人际交往与信息传播活动，与涉及到各种文化要素在全球社会中迁移、扩散、变动的过程，及其对不同群体、文化、国家乃至人类共同体的影响。跨文化传播既是一种古老的人类历史文化现象，也是现代人的一种生活方式和重要技能，也是各国文化和世界文化发展繁荣的主要推动因素之一。良性的跨文化传播有利于在尊重世界民族文化多样性的基础上构建文化共同体，对世界的交融有着现实意义。同时，跨文化传播也是国家软实力的具体体现，对国家的形象建构有着极大的作用。但跨文化传播需要面对不同的民族，复杂的宗教信仰，各国之间也有不同的经济文化差异，更需要面对复杂的自然环境和文化背景，不同的文化背景也形成不一样的精神需求和审美差异，跨文化传播的难度也可想而知。因此跨文化传播不仅要从文化认知理念出发，设置一些话题度和传播力强的议题，更需要专业人士寻找和突破传播力、影响力强的平台和载体来实现有效的跨文化传播。

跨文化传播的主要方式之一就是艺术，艺术是人类共同的财富，是无国界的。影视剧是全世界广泛普及的艺术形式，仍然是一种被广泛认可的跨文化传播的形式和桥梁。比如影响亚洲及全世界的“韩流”就是通过韩国影视剧传播开的。影视剧包含丰富的文化信息，每一部影视剧都能折射出一定的地域文化特性。这些文化特性包括所在地区人们的价值观、思维方式、宗教信仰和风俗习惯等。随着互联网技术的日益普及及提高，“地球村”的概念早已深入人心，人们想了解不同国家不同文化的需求也日益增加，影视剧就是开启和了解不同文化的窗口之一。在影视剧的创作过程中，充分挖掘和利用本国独有的民族文化，可以满足国外观众对异国文化的需求，比如泰国影视剧传播给世界的文化包括校园青春文化、佛教文化、泰拳文化、人妖文化和同性恋文化等等，以现代的形



式展示了泰国传统文化的精髓。影视剧是展现世界各民族文化、讲好各国故事，实现跨文化传播的重要载体。

四、泰国影视剧跨文化传播内容

(一) 宗教文化

泰国有 95% 的佛教徒，佛教是泰国代代相承的传统宗教，被尊称为国教，是泰国人日常生活的重心，上至泰国皇室，下至普通民众，结婚仪式、成年仪式、教育仪式及生活种种，都以佛教作为规范，引导泰国人民拥有善良、平和和隐忍的性格，成为普通民众一种重要的精神寄托。佛教是泰国影视剧的核心要素，同时也是泰国影视剧跨文化传播的文化基础。泰国影视剧的创作遵循着传统的是非观、价值观和伦理道德，传播了佛教所宣扬的善恶有报、大爱和宽容理念，用信仰的力量打动人心成为泰国影视剧实现文化传播的重要方式。佛教文化在中国也有着源远流长的历史，在中国也有相当一部分佛教徒，虽然中、泰两国佛教流派不同，对事情的看法也不一样，但深受孔儒思想影响的中国民众，也保持着“仁”和“宽恕”的信念，这也和泰国佛教所宣扬的善恶有报、大爱和宽容理念有相通一致之处，产生一种宗教文化认同心理。

佛教的“业报轮回”观念也植根于泰国恐怖片之中，人在今世所受的苦是由于前世所造的孽，而人在今世中的行为会对来世产生影响。在泰国鬼片中，活着的人如果被鬼索命纠缠，一定是做了某些“恶”。例如《鬼影》中的男主人公“东”亲母目睹女朋友被强奸，懦弱的他却选择了逃避，女朋友含恨死去变成了鬼魂，杀死了冒犯她的几名强奸犯，最后却整日骑到男友“东”的脖子上，让他永世不得安宁，最后折磨到住进了疯人院度过余生。同时，从朗斯·尼美毕达(Nonzee Nimibutr)导演的《三更之轮回》、《鬼债》到《恶魔的艺术》等，都是围绕“生死轮回”来展开，故事情节的核心都来源于对“轮回”的诠释。这也和中国传统文化对“善有善报，恶有恶报”的理念不谋而合。

(二) 传统与现代相融合

泰国影视剧中传统与现代的融合主要体现在两个方面，第一主要是泰国影视剧本土化的叙事内容和国际化的表达方式相结合。纵观泰国电影发展史，二十世纪七、八十年代，泰国影视剧特别是泰国电影经历了惨淡的低谷时期，很多电影从业者转向美国特别是去好莱坞学习西方电影的拍摄手法和表达方式，学成归国之后，泰国电影经历了“改头换面”的新发展时期，比如，《黑虎的眼泪》被称为泰国的西部片，第一次代表泰国参展戛纳电影节，还被美国买走了国际发行权。《哥鲁达》是《哥斯拉》的泰国版，《不归单程路》是泰国版的《邦尼与克莱德》，《大狗民》被誉为泰国版的《天使爱美丽》。这些影片在坚持泰国本土特色的同时，探索和建立民族与世界、传统与现代的联系，用国际化的视听语言将传统的泰国传统故事包装到现代化的影像叙述中。另外，泰国电影着力于通过先进的电影手段来重现流传于泰国民间的宗教神话、传奇、史诗，或将奇幻的传统文化、



习俗等融入当代泰国社会的现实语境，或以泰国独有的文化景观为题材来制作影片，凸显影片的泰国文化内蕴。所以说这是一种民族性与现代艺术形式的融合。

第二个融合是西方的消费主义和泰国传统生活方式的冲击，笔者曾经在经济发展相对滞后的泰国东北部一所农村职业技术学校工作，学生基本都是附近农民的孩子，以种植农作物为主，自给自足。虽然学校条件比较简陋，学生穿着也比较朴素，但却生活无忧无虑，开心快乐。后来因为工作，来到了首都曼谷，灯红酒绿的夜生活，琳琅满目的奢侈品和诱人的美食，极大的冲击着我们每一个人消费欲的膨胀。20世纪70年代中期至1997年亚洲经济危机，由于受西方的文化影响以及泰国采取的开放型经济政策，泰国社会受到外来的消费主义冲击较为剧烈，并与传统生活方式及观念产生了激烈的冲突。消费主义的蔓延像是一张大网，都市是其中网结的连接点，受到外来文化冲击最为直接；而乡村则像是这一张大网的网眼，成为传统文化最后的栖息地。城市与乡村的冲突从一定角度来看，其实也是消费主义与传统生活方式的冲突。《旅馆天使》、《公民2》是查崔查勒姆·尧克尔职业生涯的早期作品，分别创作于1973年和1984年，都以敏锐的视角关注了泰国在现代化进程中消费主义观念与传统文化及生活方式的冲突对抗。1978年改革开放之后，中国经济得到了蓬勃发展，经济环境和消费方式都发生了很大的变化，之前父母一代倡导的节俭、储蓄的传统消费理念和现代倡导的提前消费理念大相径庭，难免也产生现代和传统的冲击，由此可以看出，泰国影视剧传达出的冲突也部分反映了中国社会现实发展情况，使中国观众产生共鸣心理。

(三) 人性文化

泰国人民在佛教文化的侵染下，在宽容自由的社会大环境下，再加上炎热潮湿的天气，人性中关于“热情”、“微笑”和“爱”的表达呼之欲出，让人如沐春风一般。观众在看泰国校园电影时，看完都觉得很真实，很有代入感，仿佛自己回到了青葱年少的岁月。校园时期的爱情也好，友情也好，都给人一种温暖美好向往的感觉，虽然在故事中有青春的迷茫、挣扎、幼稚和不知所措，甚至是做出错误的选择，但最终都会走向觉悟、理解和和谐，这就是人性中最需要的“爱”吧。泰国影视剧中对“爱”的诠释是那种朴素自然，却能打动我们内心深处对爱的向往和期许，最直接的感受就是“轻松自然”，让灵魂深处的喧嚣得到片刻的安宁。中国民众身处日新月异的现代社会，带来物质享受的同时，却也面临很多的生活、工作和家庭压力，这种压力需要得到暂时的停歇和释放，泰国影视剧的真实平淡自然就带给了中国观众一种放松温暖的感觉。另外，也有很多中国人特别喜欢观看泰国的广告，脑洞大开，不看到最后真不觉得这是赤裸裸的商业广告，却是一份温暖打动人的心的故事，直视人灵魂深处最柔软所在。这种轻松自然也导致了越来越多中国人把“泰国游”作为海外游的首站，甚至出现多次“泰国游”的现象。

另外，在泰国影视剧中，对同性恋文化和人妖文化保持着宽容的态度，泰国影视剧一直在诠释着这样一种理念，我们每个人无法选择自己的性别和出身，但可以选择我们喜欢的生活方式。这两种文化却没有被主流社会被接纳，甚至持排斥态度，不被社会和亲人所接受，苦闷压抑地生活，这也是泰国同性恋和人妖题材的电影深受中国年轻网民受欢迎的重要原因之一，因为这种宽容和大爱



引起了一部分中国观众内心深处的共鸣。电影《暹罗之恋》、《Yes or No》，都是描述同性之间的爱情，这种爱是宽容自由的，影片没有站在道德的制高点去评判这种爱是对或者错，却都是正面积极的。世界上的爱千千种，爱本身是没有错的。《初恋这件小事》通过描述了小水的初恋经历，传递了初恋的青涩美好，最后小水完成了青春的蜕变，走向青春阶段的一种美好状态，爱无关美丑、胖瘦和贫富，每个人都能获得生活和生命的一种自我实现，生命因此也得到尊重。这种回归传统，找回人情味的期待，足够的爱和关怀的社会让人很有安全感，这也和有些中国父母禁止孩子早恋产生了冲突，泰国电影让冲突中找到了一种温暖和美好，也引起了反思。

（四）阶级文化

现代泰国社会仍然是一个传统而饱受宗法的父权社会，男尊女卑的男权主导社会。随着社会的发展，男女平等思想越来越深入人心，阻力重重。泰国女人既漂亮又聪明能干，各行各业都能看到女人边照顾孩子边努力工作的身影，即使这样，男人仍然主导着这个社会。这个情况却也和中国差不多。中国一直在倡导人人平等，但中国地大物博，不同地区经济水平和文明水平差异很大，很多地方仍然存在“重男轻女”的社会现象，虽然女人的家庭地位和社会地位已经得到了很大的提高，但一些负面新闻不时出现，这和泰国社会父权社会，男尊女卑也有相似之处。同时，泰国社会也是一个阶级社会，泰语存在各种敬辞，出行接待特别注重礼节，各种细节处处体现了身份和社会地位的差异。从泰国影视剧里可以看出阶级贫富的差异，拿《天才枪手》为例，电影中呈现出的贫富差距代表了的社会阶层不同的社会价值观。电影中的4个主角：小琳、班克、格蕾丝和小巴，就分别代表了泰国不同阶层。不同的阶层代表不同的生活方式，不同的生活方式就决定了各自的命运。有些命运可以通过后天的努力可以改变，有些确实先天注定的。

（五）喜剧文化

泰国电视上各种喜剧表演、影视剧的情节设计不仅很人性化，更让人开怀一笑。在《鬼夫》中有这样一段对话，男主人公马戈对娜娜有这样一段告白：“你知道我很怕鬼，但我更怕生活中没有了你，只有一件事，你永远不要再倒挂在天花板上，我不喜欢，差点把我吓坏了。”这些充满人情味的情节设计让人暂时忘却了这是一部恐怖片。这部电影上加入了很多喜剧要素，成为最大的特色和亮点。马戈的四个朋友，在影片上主要是插科打诨，他们疑神疑鬼的夸张表演让本来凄美的人鬼故事变得轻松而温暖，由此而带来一种温情基调，在营造恐怖气氛、追求恐惧观感的同时，也着力于制造喜剧效果。泰国影视剧在处理这些细节上更自然，更能消除我们内心的恐惧，引起国外观众设身处地的共鸣，让人觉得更轻松。游走泰国大街小巷经常看到生活在社会底层的劳苦大众三三两两几杯啤酒，一些简单小吃能开心得聊几个小时，这就是泰国影视剧喜剧幽默效果的来源吧，艺术来源于生活，高于生活。近些年，喜剧电影也逐渐被中国大众所追逐，2021年贾玲导演的喜剧电影《你好，李焕英》票房破54亿人民币，说明在生活压力日趋增大的今天，喜剧电影也日益更受欢迎。



(六) 饮食文化

一个国家特有的文化，不仅表现在语言、习俗和生活习惯上，更表现在独有的饮食文化上。饮食是一个国家的形象名片，也是跨文化交流的载体之一。比如湖南卫视综艺节目《中餐厅》就是立足于国际，把中国美食文化走向世界，节目有很多跨文化元素的应用，比如装饰、语言等。古语说：“民以食为天”，食物不仅仅是表现食材不同的做法，更是体现出了一个国家民族的气质和性格。食物本身也是一种客观存在的物质，作为人类共同的生理需求，在某种意义上是一种共同的“语言”。泰国菜，泛指泰国民族的饮食文化。泰国菜以酸、辣、咸、甜、苦的平衡为特点。泰国菜有四大菜系，分别为泰北菜、泰东北菜、泰中菜和泰南菜，反映泰国四方不同的地理和文化。很多去泰国旅游吃过正宗泰国菜的都赞不绝口，比如冬阴功、烤鸡、菠萝饭、猪颈肉、椰汁嫩鸡汤、柠檬鱼和咖喱鱼饼等等。没有去过泰国旅游的国人尝试甚至喜欢上泰国菜，很大一部分都来自于泰国电视剧和电影上展现出的泰国饮食文化，比如在电视剧《天生一对》中给人留下深刻印象的就是女主做泰国美食的几个片段，色香味俱全，迅速征服了男主及众人。还比如泰国经典美食电影《暹罗厨房》，更是刺激着人的食欲和味蕾。泰国菜菜色鲜艳，红绿相间、不仅是新鲜蔬菜瓜果的艳丽清新，还是鱿鱼等众海鲜的肉感，都让观众耳目一新，大饱眼福，忍不住要去泰国餐馆饕餮美食一顿。泰国电视剧在传达故事情节的同时，出现了很多泰国美食，美食具有人类“共有知识”特征的文化，难免不禁让人欲尝试向往之。

五、总结

以上便是泰国影视剧在中国市场实现跨文化传播的核心元素，通过分析对比，可以看出，由于中泰地缘上相邻，文化渊源相近，泰国影视剧所传达的思想感情部分符合中国传统观念，能够使中国观众心理上找到一种文化认同和共鸣之感，这也是泰国影视剧在中国受欢迎的根本原因。随着日新月异的网络科技变化，视觉享受越来越冲击着人类的生活，一个国家和民族的影视艺术，只有在民族文化中找到精髓，才能有更强的生命力，在艺术表现手法上不断推陈出新，更新颖地体现一个国家民族独特的性格、气质和价值观，才能越来越受到国外观众的认可和欢迎，使泰国文化在海外得到更持续有效的跨文化传播。



附录：近些年备受中国观众喜欢的部分泰国影视剧名字及豆瓣评分（节选）

	泰文名字	中文名字	上映时期	豆瓣评分
泰国电视剧	ແປລັກຄັນດ້ວຍໄຈເຮອ	以你的心诠释我的爱	2020	9.3
	ພຸຕິກາຣົນທີ່ຕາຍ	亡者之谜	2020	8.7
	ຕັ້ນຫນ່ອລື້	同心启航	2020	8.2
	ຈລາດເກມສຶກ The Series	天才枪手（剧版）	2020	8.4
	ຄນລະທີ່ເດືອກັນ	无可替代	2020	8.2
	ທຖ້າງຈີບເຮອ	爱情理论	2019	8.7
	ເຂົາມາເຊົ່າມີ່ງໜ້າໆ ລຸ່ມຜົມຄົ່ບ	清明时节爱上你	2019	8.7
	ນັກເຮັດວຽກ	超凡少年	2018	8.7
	ເລືອດຂັ້ນຄນຈາງ	血浓于水	2018	8.3
	ບຸພເສັນນິວາສ	天生一对	2018	8.2
	ເກມເສັ່ນທ່າ	炽爱游戏	2018	8.2
	ເຕັກໃໝ່	禁忌女孩	2018	8.4
	ໂປຣເຈກຕ໌ ເອສ ແດວະໜີຣີສ: ພື້ນ້ອງລູກ ໜີໄກ່	极限 S: 羽毛球篇	2017	9.1
	ຫລັງ່ພ	火之迷恋	2017	7.9
	ເຫຼືອນເກື້ອງເດືອນ	逐月之月	2017	7.9
	I Hate You I Love You	我恨你我爱你	2016	8.0
	ພິມສວາທ	毒爱	2016	8.2
	ນໍ້າຕາການເທິພ	丘比特的眼泪	2015	8.0
	ວຸ່ນນັກ ຮັກເຕີມບ້ານ	浪漫满屋	2014	7.9
	ວິນິດາ	一诺倾情	2010	8.1
	ດອກຮັກຮົມທາງ	爱在路上	2010	7.8
	ສູຕຣາເສັ່ນທ່າ	爱的烹饪法	2009	8.9
	ເລືອດຂັ້ນຕິຢາ	出逃的公主	2003	8.0
泰国电影	Classic Again ຈດ້ານາຍ ສາຍັນ ຮ່ມວິເສະໜ	假如爱有天意	2020	7.4
	ຈລາດເກມສຶກ	天才枪手	2017	8.2
	ພື້ນາກພະໂຫັນ	鬼夫	2013	7.2
	ສິ່ງເລືັກເລືັກທີ່ເຮົາກວ່າ...ຮັກ	初恋这件小事	2010	8.4



泰国电影	ข้าพี้ดินสลาย	永恒	2010	7.4
	อยากรัก ก็รักเลย	相爱就爱	2010	7.5
	รถไฟฟ้า...มาหานะเรอ	下一站，说爱你	2009	7.8
	หนีตามกาลีเลโอ	亲爱的伽利略	2009	7.9
	ปิดเทอมให้ผู้ หัวใจว้าวุ่น	荷尔蒙	2008	7.5
	Ong bak 2	拳霸 2	2008	6.3
	เต็กหอ	鬼宿舍	2006	7.5
	เฉื่ิม	午夜之爱	2005	7.9
	Alone	冬荫功	2005	7.3
	ลองของ	恶魔的艺术 2: 邪降	2005	7.5
	ชัตเตอร์ กดติดวิญญาณ	鬼影	2004	7.7
	ทวีกพ	暹罗复兴	2004	8.2
	หมานคร	大狗民	2004	7.9
	แฟfnฉัน	小情人	2003	8.6
	องค์บาก	拳霸	2003	7.8
	กุมภาพันธ์	早春二月	2003	8.3
	ข้างหลังภาพ	画中情思	2001	8.1
	นางนาก	鬼妻	2000	6.6
	Kawao tee Bangpleng	月亮的孩子	1994	7.8

参考文献

- 罗瑶. 泰国电影在中国市场营销策略问题分析及对策建议. [J]. 科技经济导刊, 2020, 28 (07)
- 杨银凤. 电视剧跨文化传播的分析. [J]. 文化产业, 2021, (10)
- 崔颖, 倪崑皓. 从“黄金时代”到“世纪危机”: 20世纪下半叶泰国电影的发展历程. [J]. 未来传播, 2020, 27 (01)
- 肖忠平. 探讨泰国电影<热带疾病>的编剧策略. [J]. 文教资料, 2019, (36) :199-200+154
- 尤祥宇, 郑菲. 媒介融合背景下跨文化传播应对策略. [J]. 传媒论坛, 2021, 4 (08)
- 秦仕宇. 探讨泰国电影的文化特征-以《天才枪手》为例. [J]. 科技资讯, 2019, 17 (32) : 225-226
- 赵春灿. 乌托邦之症: 泰式“小清新”电影的成长策略. [J]. 视听, 2019, (11) : 80-81
- 史可扬、康思齐. 21世纪以来泰国电影的类型融合叙事策略. [J]. 当代电影, 2019, (11) : 76-79
- 陈红宇. 泰国电影文化在中国的传播分析. [J]. 成都大学学报, 2019, (05) : 86-91



- 赵彤. 论泰国青春片中的泰国精神. [D]. 辽宁: 辽宁师范大学戏剧电影与电视艺术
- 田霖. 泰国电影中消费主义观念与传统生活方式的对抗. [J]. 亚非研, 2018, (01) :249-262
- 李敏. 泰国电影跨文化传播分析. [J]. 国际传播, 2018, (04) :79-85
- [泰] SUPITCHA TAVEETANAVIRIYA. 泰国“后现代”电影<鬼妻的丈夫>. [J]. 世界文化, 2018, (07) :25-27
- 崔颖、朱丹华. 新世纪泰国恐怖电影的女性关照和喜剧倾向研究. [J]. 浙江传媒学院学报, 2018, (03) :59-63+142
- [泰] Kaninsij Kingputtapong. 泰国灵异电影的艺术特点及发展趋势研究. [D]. 浙江: 浙江大学戏剧与人文科学
- 张晓艳, 治金鑫. 由泰国电影<天才枪手>透视网络语境中校园题材电影的元融合. [J]. 电影介绍, 2018, (20) :52-55
- 段召阳. 泰国影视热趋势对中国赴泰出境旅游的影响. [J]. 中国传媒科技, 2011, (12) :108-110
- 孙英春. 跨文化传播学. [M]. 北京: 北京大学出版社, 2015, 239-249
- 杨静. 跨文化传播视角下中国美食英译传播研究—评《用英语介绍中国美食》. [J]. 食品科技, 2021, 46 (03)
- 陈棻. 泰国电视剧在中国的传播研究. [D]. 重庆市: 重庆大学传播学, 2011
- 邓晚晴, 刘英杰. 跨文化视角下宫崎骏动画电影符号的传播与再创. [J]. 视听. 2021, (03)
- 李奕, 刘君平. 基于文化场域的跨文化传播能力提升路径研究. [J]. 学习与实践, 2021, (03)
- 郭东霓. 中国荧屏渐涌泰剧热潮. [N]. <http://news.hexun.com/2011-07-07/1312238404.html> . 2011
- 骆艺娴, 郭小平. 日本料理的跨文化传播及其对中餐文化国际化的启示. [J]. 传媒观察, 2021, (03)
- Chanchanok Boonanant. Watching Thai-The Consumption of Thai Film-television by Chinese University. [D]. Shanghai: Shanghai International Studies University
- lanluo. Cultural Stereotypes in Cross-cultural Communication. [J]. Innovation and Social Science Research. Volume 8, Issue 3. 2021
- Silva. Encyclopedia of Consumer Culture. [J]. SAGE Publications . 2011
- Thairath. “Following trends of Thai series in China, who is the most popular Thai star on Weibo?”. [online]. <https://thairath.co.th/content/1116609> . 2017
- “微博2020用户发展报告”. [online]. <https://data.weibo.com/report.2021/03/12>



Author (1) Information (第一作者信息)

	Name and Surname (姓名) : JUNXIA ZHANG
	Highest Education (最高学历) : Graduate degree
	University or Agency (任职院校或单位) : Kasetsart University
	Field of Expertise (专业领域) : Eastern Languages
	Address (地址) : Faculty of Humanities, Kasetsart University, 50 Ngawongwan Rd. Chatuchak, ladyao, Bangkomb 10900, Thailand

Author (2) Information (第二作者信息)

	Name and Surname (姓名) : Kanokporn Numtong
	Highest Education (最高学历) : Doctor degree
	University or Agency (任职院校或单位) : Kasetsart University
	Field of Expertise (专业领域) : Eastern Languages
	Address (地址) : Building 4, Faculty of Humanities, Kasetsart University, 50 Ngawongwan Rd. Chatuchak, ladyao, Bangkomb 10900, Thailand