



泰国手机市场的汉语应用——以 THAI OPPO 智能手机公司为例

THE STUDY OF BUSINESS CHINESE OF SMARTPHONE MARKET IN THAILAND: CASE STUDY OF THAI OPPO CO.,LTD.

李洁兰¹

SUCHANJIRA PLOYMOOK

华侨崇圣大学、中国学学院

College of Chinese Studies, Huachiew Chalermprakiet University

E-mail : suchan.plm@hotmail.com

解琨²

XIE KUN

云南财经大学、物流学院副教授，中国

Associate Professor in School of Logistics, Yunnan University of Finance and Economics, P.R.China

E-mail : 1327773778@qq.com

Received: 22 April 2021 / Revised: 2 June 2021 / Accepted: 7 June 2021

摘要

OPPO 智能手机是来自中国的智能手机品牌，OPPO 自 2004 年进入泰国市场至今已 14 年的历史了，几年时间就登上泰国最受欢迎手机品牌第二名之一。

自从 OPPO 在泰国成立了公司后，公司对员工的需求不断增加，对泰国工作人员有语言上的要求，要求员工能有汉语的基础。除了有招聘泰国工作人员的需求外，OPPO 泰国公司也有招聘中国职员的需求，工作中会出现文化习俗和交流产生的差异。

此论文是泰国手机市场的汉语应用——以 THAI OPPO 智能手机公司为例，研究 OPPO 泰国公司工作人员的中文水平，和工作上汉语应用中出现的问题，研究职员在工作中的表现。

关键词：OPPO 智能手机 汉语技能水平 汉语应用

ABSTRACT

OPPO is the smartphone's brand from China. This brand has joined the smartphones market in Thailand since 2004. OPPO keeps working hard for developing its own brand until few years later, company succeeded to be the second most popular smartphone in Thailand. OPPO's target employee in the labor market, especially Thai employees who learn the Chinese language.



Today, Chinese language is very important and popular in Thai labor market. Furthermore, OPPO Company would like to hire Chinese employees to work together. On the other hand, there is a problem of cultural differences in communication on working.

The topic of thesis is about " The Study of Business Chinese of Smartphone Market in Thailand: Case Study of THAI OPPO Co., Ltd." The objective is to study of working, knowledge and abilities in Chinese language of THAI OPPO Company's employees. Problems have been encountered in working include studying of organization's culture which related to employees, Management, Human Resources Development in organization and the growth of OPPO brand in Thailand's smartphones market. The effect is related to employee's Chinese skills and working problem with foreigner in our company, including to summarize methods and measures how to solve the problem to employees.

Keywords: OPPO Smart phone, Chinese Skill level, Chinese Applications

บทคัดย่อ

สมาร์ทโฟนยี่ห้ออปโป้ สมาร์ทโฟนที่มาจากการประดิษฐ์จีนได้เข้ามาติดตลาดในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2547 จนถึงปัจจุบัน ตลอดระยะเวลา 14 ปี ในประเทศไทย ออปโป้ ไม่เคยหยุดพัฒนาสมาร์ทโฟนของตนจนขึ้นแท่นสมาร์ทโฟนยอดนิยมของประเทศไทยเป็นอันดับ 2 ได้ภายในระยะเวลาไม่กี่ปี

การที่บริษัทอปโป้ได้เข้ามาเปิดบริษัทที่ประเทศไทยนั้นทำให้ความต้องการด้านตลาดแรงงานของบริษัทไทย ออปโป้ ฟุ่งเป้าไปที่บุคลากรชาวไทยที่มีความสามารถด้านภาษา โดยเฉพาะภาษาจีนที่กำลังเป็นที่นิยมสำหรับตลาดแรงงานในปัจจุบันของไทยเป็นอย่างมาก นอกจากความต้องการบุคลากรชาวไทยแล้วนั้น บริษัทไทย ออปโป้ จำกัด ยังมีความต้องการที่จะรับพนักงานชาวจีนเข้ามาทำงานร่วมกัน ซึ่งอาจทำให้เกิดความแตกต่างทางวัฒนธรรมประเพณี และปัญหาการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างการทำงาน

งานวิจัยฉบับนี้คือ “การศึกษาการใช้ภาษาจีนของตลาดโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย: กรณีศึกษาบริษัท ไทย ออปโป้ จำกัด” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการทำงาน ระดับความรู้ความสามารถด้านภาษาจีน ของพนักงานภายในบริษัทไทย ออปโป้ จำกัด และปัญหาที่พบในการทำงานของพนักงาน ตลอดจนศึกษาถึงวัฒนธรรมองค์กรที่มีความสอดคล้องในการทำงานของพนักงาน การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร และการเติบโตทางการตลาดโทรศัพท์มือถือที่ห้ออปโป้ในประเทศไทย ที่ส่งผลต่อการใช้ภาษาจีนของพนักงาน และการทำงานร่วมกันกับชาวต่างชาติที่ทำให้เกิดปัญหาในการทำงาน รวมถึงสรุปวิธีการและมาตรการแนวทางการแก้ไขปัญหาที่พนักงานพบในการทำงาน

คำสำคัญ: โทรศัพท์สมาร์ทโฟนยี่ห้ออปโป้ ระดับทักษะการใช้ภาษาจีน การใช้ภาษาจีน



绪论

自从 OPPO 在泰国开了公司后使公司对劳动力市场需求增加，在对泰国工作人员中的语言上有所要求，特别是对中文的要求显得特别突出。除了有招聘泰国工作人员的需求外，OPPO 泰国公司也有招聘中国职员的需求，工作中会出现文化习俗和交流产生的差异。OPPO 公司是中国企业，两国有不同的语言、和传统习惯，思维方式等不同。公司内部面临跨文化差异，最明显的是语言差异、态度差异、价值观差异、经营理念差异、而民族差异、为了消除误解、避免冲突、达成谅解、相互理解、而避免影响到公司的发展。在公司每个部门有泰国与中国职员一起工作，在每个部门必须有泰籍职员懂中文，为了帮忙经理与职员沟通。采用文献资料分析，通过问卷调查来分析泰籍职员使用汉语工作，调查的分为，汉语沟通问题，汉语听力水平问题，汉语阅读水平问题，汉语书写水平问题。在调查过程中也分问卷如下：1. 在办公室里会讲汉语的泰籍职员，2. 在商场会讲汉语的泰籍职员。从调查结果 60 份的泰籍职员在 THAI OPPO 公司工作发现，在办公室里工作的泰籍职员和在商场工作的泰籍职员都有比较好的汉语能力，因为他们每天有使用汉语工作。此外，从调查结果也发现，除了汉语言的问题还有文化与传统差异的问题，中泰职员都有这方面的问题，由于他们还不够了解对方的文化与传统的两个国家。THAI OPPO 公司职员汉语使用比较广泛，由于董事长、首席执行官、经理、销售员、职员等等，全部都是来自中国母公司没有懂泰语，由于有些中国职员会讲英语，但是在工作当中还发现中泰职员之间还存在沟通的问题。而且大部分的泰国职员也不懂汉语，这样的情况下必须要招聘会讲汉语的泰籍职员。为了来帮助翻译、解决沟通的问题，而缩小泰国和中国职员之间文化的差距。因为 OPPO 公司是中国企业在工作任务一定有关汉语，因此在公司内汉语作为重要的语言中必不可少，被用广泛的作用，掌握汉语知识非常重要。对于泰籍职员在沟通的渠道方面，用英语、用翻译者、用泰语和汉语沟通。并且中国对泰国投资增长势头迅猛。使得商业汉语在泰国 OPPO 公司有增长的作用和重要性。通过对泰国 OPPO 公司在泰国的发展概况研究，可以看到泰籍职员的汉语能力水平技能必须得到发展、他们还需求加强汉语技能 例如，听力，阅读，口语，书写方面。必须要经常与中国职员沟通。另外就是 THAI OPPO 公司的销售人员与需要汉语销售经理助理没有足够，为了改进两种的问题，就给高固定薪水与丰富的奖金为了吸引职员来工作，为了健康发展而不断的增长。

一、选题的目的和意义

OPPO 全称广东欧珀移动通信有限公司，成立于 2004 年，是一家全球性的智能终端制造商和移动互联网服务提供商，致力于为客户提供先进和精致的智能手机、高端影音设备和移动互联网产品与服务，业务覆盖中国、美国、俄罗斯、欧洲、东南亚等广大市场。作为一个年轻的探索者，OPPO 从一开始就不甘心做一个平凡的品牌。怀着探索未知的强烈好奇心，OPPO 先后进入 MP3、MP4、蓝光高清影音、手机和移动互联网等领域。如今 OPPO 产品和服务已覆盖中国、美国、俄罗斯、欧洲、东南亚等广大市场，现正致力于打造专业化的智能手机与移动互联网公司。



从2004年以来，OPPO一直致力于这一核心理念“给世界各地的客户提供最好的服务”。2008年OPPO成功进入手机市场后就开始进入海外市场，2009年5月3日OPPO在泰国开拓到至今。如今OPPO已经开拓泰国、越南、印尼、印度、马来西亚、新加坡、墨西哥、菲律宾、中国台湾、缅甸等27个市场。在泰国，智能手机渗透率约50%，泰国Android系统占智能收集系统约75%，IOS占大约25%。泰国手游用户数增长空间巨大。其中三星智能手机的市场份额为45%。在2014年泰国智能手机市场总量约1530万台，其中三星销售了550万台，LAVA手机销售200多万台，苹果200万台左右，iMobile 100多万台，OPPO 80万台。曼谷地区的智能机比例高达6~7成。有报告称泰国整体消费的70%以上来自曼谷，简单来说泰国可支配收入较高的人群多集中在曼谷，而掌握了曼谷就等于掌握了泰国。

由于区域的销售经理是从中国派遣过来的，他们都没有泰语基础，需要泰语翻译助理，所以OPPO公司需要增加会说汉语的泰籍员工。其原因是由于OPPO公司无法增加太多会泰语的中国籍员工。OPPO公司的销量越来越好，从中国派遣过来的区域销售经理持续增加，所以需要会汉语的泰籍员工也持续增加。

研究的意义是THAI OPPO公司人力资源部门的汉语应用情况。THAI OPPO公司宣传人员通过各种渠道为每个渠道宣传与招聘，例如：Facebook、Line、到全国各大名牌大学宣传招聘、参加泰国各个地方举行的招聘会、以及泰国各大招聘排名网站。泰国各大招聘排名网站有Jobthai.com以及Jobbkk.com等等；

现在在泰国手机市场的发展越来越大，而现在在手机市场也有中国手机品牌进入到泰国手机市场。例如：OPPO，华为，Vivo，小米等手机。所以他们也要寻找泰国籍职员给他们了解更多的泰国手机市场，所以他们对会讲汉语的泰国人很关注。而现在会讲汉语的泰国人也有很多，所以中国公司很关注有会用汉语沟通交流的职员。特别是中国的手机公司。本论文选择研究OPPO公司，因为OPPO是一个在泰国很大的中国公司。

二、研究的范围与对象

研究的范围

- 1) 目前THAI OPPO公司缺乏泰籍职员汉语使用方面调查研究。通过目前所收集的资料，专门调查在泰国OPPO公司泰籍职员汉语使用状况和汉语能力水平。
- 2) 泰国人越来越多学汉语
- 3) 研究泰籍人员应用汉语帮助中国籍人员解决问题
- 4) 研究在手机市场应用汉语
- 5) 在THAI OPPO公司的每个部门必须要有会讲中文的职员
- 6) 研究OPPO手机品牌
- 7) 公司员工在使用汉语当中所出现的问题。

研究对象是调查在曼谷总部内泰国OPPO公司职员，调查泰籍职员，与汉语相关的60名人。



三、研究主要内容

本论文调查 THAI OPPO 公司的泰籍职员应用汉语工作情况发现问题，以研究汉语语言能力水平。研究数据主要通过问卷调查获得，运用统计软件对调查结果进行统计分析，同时结合访谈观察的方法。

四、研究方法

通过资料收集，问卷调查，分析泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语使用情况，以及泰籍职员汉语能力水平研究，找出文化与语言差异对企业的影响，通过分析发现问题，进而探求解决问题和改进措施。研究数据主要通过问卷调查获得，运用统计软件对调查结果进行统计分析，同时结合访谈观察的方法。

五、研究的创新性

通过对与本选题有关的论文和研究资料的查询得知，虽然有很多人研究过泰国手机市场行业方面的研究，但专门研究 OPPO 手机这个品牌的人还不是很多。本论文是对以下内容进行研究：OPPO 手机品牌在泰国市场的发展情况、OPPO 手机在泰国的 S W O T 分析与 THAI OPPO 公司的泰国职员应用汉语的情况。

THAI OPPO 公司及其在泰国市场现况分析

一、总情况

近两年，中国手机品牌纷纷出海，在东南亚市场攫取了越来越多的市场份额。IDC2017 年东南亚智能手机市场报告显示，前 5 名当中中国品牌占据三席，分别是 OPPO、vivo、华为。OPPO 和华为和去年一样，依然保持第二和第四名，2016 年排在第三名的华硕却掉出前五，被 vivo 取而代之。IDC 报告中的东南亚地区包括印尼、马来西亚、缅甸、菲律宾、泰国和越南等新兴市场国家。该地区 2017 年智能手机总出货量达到了 1 亿台，同比下降了 0.6%。2017 年，东南亚智能机市场 TOP 5 公司的超过一半，达到 63.8%，相比之下，2016 年只有 49%。东南亚市场也在步中国的后尘，日渐凸显出马太效应，市场份额向头部公司集中。

从下图可以看出，TOP 3 企业当中，出货量都获得了增长。

中国手机 品牌	2017 出货量	2017 市场份额	2016 出货量	2016 市场份额	Year-over-year change
OPPO	17.2	17.0%	13.2	13.2%	29.3%
Vivo	7.2	7.2%	3.2	3.2%	118.2%
Huawei	5.4	5.4%	5.2	5.2%	3.8%

资料来源：IDC 全球手机季度跟踪报告，2018 年 3 月 2 日



上榜的三家中国企业的数据都很亮眼，在 2017 年出货量全部迎来增长，其中 vivo 的增幅高达 118.2%，OPPO 也取得 29.3% 的增长。华为增长较少，但也有 3.8%。在上述国家当中，有两个出货量下降的国家，原因是当地一些供应商的出货量大幅下降。几家当地较小的公司在竞争中逐渐失势，而三星、OPPO、vivo、华为在中端机（200 美元-400 美元）和低端机（100 美元-200 美元）市场地位更加稳固。

（一）公司对各部门职员的汉语要求

部门	工作内容
人力资源	<ul style="list-style-type: none"> - 面试会讲汉语的泰国人 - 帮中国籍职员解决人事部的问题 - 参加招聘会 - 办理工作签证
财务部	<ul style="list-style-type: none"> - 银行汇款对账单 - 会计记录
销售部	<ul style="list-style-type: none"> - 当助理 - 汇报每天的报销 - 收集文件
Quality Test 部门	<ul style="list-style-type: none"> - 检查手机系统 - 与中国工厂联系
Service 部门	<ul style="list-style-type: none"> - 当翻译 - 记录从中国进口手机的系统
营销部门	<ul style="list-style-type: none"> - 当翻译 - 准备文件 - 与中国工厂联系
培训部门	<ul style="list-style-type: none"> - 当翻译 - 准备资料、文件
Management 部门	- 翻译资料，安排约会时间
Brand Shop 部门	- 资料翻译、口语翻译

每个部门所需人员，须通过第一次招聘与人力资源部综合筛选才能参加工作。THAI OPPO 公司是来自中国的跨国公司，使得许多应届毕业生对加入该公司工作很感兴趣。



二、THAI OPP 公司的泰籍人员在手机销售中的汉语应用情况

在 THAI OPP 公司对销售部门有关的职员分为两部分：

1. 办公室职员

办公室职员给销售部门工作支持。例如：区域行政人员的工作包括整理资料、记录区域所用的费用与总结区域所要购买手机的订单等等。在这些工作中要与区域经理的沟通交流，所以需要的职员汉语水平能力很高。在区域的行政职员不需要用汉语来进行沟通交流，但是为了提高公司的销量与支持销售部门的职员，所以才会招聘会汉语的办公室职员。

2. 销售职员

对于区域销售职员，要用泰语来与客户进行沟通交流，很多职员都不会讲汉语，所以每个区域都要有一个会讲汉语的助理来进行在工作中泰国职员与区域经理沟通交流时的翻译。在公司的销售职员有分 4 个位置，有以下：

“PC” 这个职位的工作内容是在店里服务和卖手机给客户。

“Sale Area” 管理 PC 的工作内容和解决 PC 的问题

“Area Sale Manager” 或区域销售经理管理 PC 和 Area Sale 的工作责任而责任销量的区域

“Region Manager” 或大区经理是前 3 个位置的上司，责任销量的区域而解决区域里的问题。

三、销售总监经理助理

1. 销售总监经理助理

在销售部门工作的有一个职位是“销售总监经理助理”，这个职位的要求必须要会使用中文的职员，可以跟随销售经理一起出去拜访客户进行口译、翻译文件以及收集销量资料等等。在工作当中销售总监经理助理必须要使用汉语，所以他们会发现关于使用汉语的问题。例如：不了解对方所讲的事情或不知道如何翻译，无论是口译还是笔译都是如此。因此，他们会遇到不懂的商务词汇就会使得他们在沟通方面出现问题。除了沟通的问题以外还有另外一个问题是 OPPO 公司是跨国公司，肯定会遇到文化差异的问题。

2. 具体工作

销售总监经理助理的工作内容是，协助销售总监完成各项工作，陪同销售总监走访市场，拜访客户与区域市场保持沟通联络，文档收集，总结与汇报。工作期间，销售总监经理助理也会在办公室里工作，例如：开会，与文员计算车费，油费以及电话费用等等。在商场工作时，除了拜访客户他们还要检查销售人员的工作方面，查看店里的产品与查看店里的 Display 的形象是否整齐。在两个地方他们都可以使用汉语交流工作。销售总监经理助理每天都遇到关于商务汉语的词汇、手机系统词汇、营销词汇等等。销售总监经理助理在曼谷区域有 60 位接受了访问说：“刚开始进入作为销售总监经理助理工作的时候，每天都要练习汉语词汇，做了几个月就对这些词汇都比较熟悉了，但是还需要训练听力、阅读、汉语口语以及书写。他们经常听汉语歌、看中国电



视剧，并且每天都用汉语与中国职员交流。”他们认为在大学的时候有机会去中国留学可以加强他们的汉语水平能力。所以在访问时有共分为两组。

3. 公司职员的汉语技能水平及汉语问题

3.1 没有去过中国留学的销售总经理助理

汉语使用	杰出	良好	合格	差
听	50%	40%	10%	0
说	60%	40%	0	0
读	55%	35%	10%	0
写	45%	35%	20%	0
翻译	40%	45%	15%	0

没有去过中国留学的销售总经理助理 25 位被访问，从表格比较：

- 在听方面合格占 50%，认为他们的听力水平能力合格。可以听得懂，但是有时候还听不清楚。
- 在说方面良好占 60%，认为他们说的能力水平良好，因此在工作当中都是用汉语交流，所以他们说得流利。而对方也可以理解他们的意思。
- 在读方面合格占 40%，认为他们的读能力合格，发现他们可以读汉语报告，只是有些词汇还不会读出来。
- 在写方面良好占 50%，认为他们的书写比其他方面比较好。
- 在翻译方面良好与合格都占 40%，认为他们的汉语翻译方面，有时候还翻译不对或者翻译后对方还不理解他们的意思。

从表能看出，对于没有去过中国留学的销售总经理助理最好的汉语水平能力方面为：口语技能。较差的汉语水平能力方面为：阅读技能和翻译技能。

3.2 去过中国留学的销售总经理助理

汉语使用	杰出	良好	合格	差
听	50%	40%	10%	0
说	60%	40%	0	0
读	55%	35%	10%	0
写	45%	35%	20%	0
翻译	40%	45%	15%	0

去过中国留学的销售总经理助理 35 位被访问，从表格比较：

- 在听方面占 50%，认为他们在中国留学后听力水平能力提高了很多。也能听懂中国人的口音和发音。
- 在说方面占 60%，认为他们说的汉语能力说得很流利。对口语部发现没有很大的问题。
- 在读方面占 55%，认为在读的方面他们的阅读也不错。但是对专业的词汇还不太了解那些词汇。
- 在写方面占 45%，认为书写水平能力比较合格，他们用电脑打字比较多。
- 在翻译方面占 40%，认为翻译的方面还不能完全翻译得对，可大部分翻译给同事都可以听懂。



从表能看出，对于去过中国留学的销售总经理助理最好的汉语水平能力方面为：口语技能。较差的汉语技能水平方面为：翻译技能。

以调查问卷能看出，对去过中国留学和没有去过中国留学的销售总经理助理来比汉语水平能力，去中国留学的职员已发现他们的汉语水平能力比没有去中国留学的职员好，可是他们俩组还有对汉语有关各个的问题，而他们也知道个人的问题、他们也有自己解决个人的汉语问题为了提高自己的汉语水平，为了自己有工作发展进步。因为他们也希望自己在 THAI OPPO 能够提高工作职位。除了汉语语言问题方面，他们还遇到跨文化差异的问题；

四、跨文化差异问题

“跨文化差异”是指不同国家、民族间文化的差别。不同的民族文化都有独特性、延续性、非物质性的特点，各个民族间的语言、传统、性格和生活方式不尽相同，造成各个国家、民族在文化方面的千姿百态。从跨文化的角度来看，国家（或民族）的文化背景差异，不仅是跨文化差异的来源之一，而且，每个公司的“企业文化”和“组织文化”的风格差异以及职员个体文化素质的差异，也是跨文化差异的重要来源。例如，从国家民族文化的差异来看，西方强调个性和创新，而东方更强调集体和稳健；从企业和组织文化的差异来看，高科技企业更强调创新，工厂性企业更强调稳健。

（一）跨文化差异对跨国公司的影响

1. 市场需求层面

文化对人们的消费需求欲望和消费行为有着强烈的和广泛的影响，因为大部分人尊重他们的文化，接受他们文化中共同的价值观和态度，遵循他们文化的道德规范和风俗习惯。这些特定的历史文化背景和社会价值观主导着消费者的行为方式和行为特征，而行为方式和行为特征又引发并最终决定消费者对任何产品的需求。因此，人们的消费选择不仅以商品的价值和效用函数为基础的，更重要的受制于他们的文化和价值观。

2. 经营管理层面

跨文化差异带来的经营管理困难主要有一下几点：（1）使跨国公司的管理变得更为复杂。跨文化差异决定了来自不同文化背景的职工有不同的期望和需求，以及与此相一致的为满足需要和期望的不同的行为规范和行为表现。（2）使跨国公司中的决策活动变得更为困难。由于跨文化差异，跨国公司中经常出现沟通和交流的失误和误解，使来自不同文化背景的经营管理人员难以达到一致协议，使跨国公司难以达成大家所共同接受的协议和决策，从而增加了跨国公司中决策活动的难度。（3）使跨国公司中的决策实施和统一行动步履维艰。跨文化差异使不同文化的职员对于跨国公司的决策方案和管理制度理解不同或执行不同，因而在工作中有着不同的行为表现；即使对决策和管理制度的理解是相似的，也可能导致不同的工作行为；“民族中心主义”有可能使职员为了显示其存在而故意表现出与众不同的行为。以上三点的共同作用，使跨国公司的决策实施和统一行动的难度加大了，从而使企业的决策实施和统一行动变的更加困难。



3. 外部环境层面

由于语言文字、风俗习惯、价值观念等跨文化差异，跨国企业的经营环境变得异常复杂。

4. 对汉语的要求

虽然泰籍职员会讲中文，但是他们与中国职员沟通还存在问题，分析以下：

(一) 使用专业词汇

在工作的时候会发现中国职员使用专业词汇，所以泰籍职员有可能不了解专业的词汇也会翻译错或不了解对方讲的意思。每天在工作当中他们会遇到这些词汇，所以他们要记住这些词汇，为了在工作时可以直接跟销售职员，上司或同事交通。例如：

英文	中文
Account Manager (AM)	大客户经理
Area Sale Manager (ASM)	区域销售经理
End of life (EOL)	产品生命周期终止
Master of Ceremony (MC)	(路演) 主持人
Product Box (PB)	产品机盒
PC Manager (PCM)	培训师
Purchase Order (PO)	采购单
Point of Sales Materials (POSM)	终端物料
Purchase Requisition (PR)	采购申请单
Region Manager (RM)	大区经理
Security (Secur)	防盗器
Thailand Mobile Expo (TME)	泰国手机展
Trade Marketing Specialist (TMS)	终端形象专员
Week of Investment (WOI)	库存周数
Forecast	预估
J-flag	刀旗
Leaflet/Brochure	彩页, 转单
Live Demo	演机
Memo	备忘, 通告
Model	型号
Operator	运营商
Part time	监促
Poster	海报



英文	中文
Presenter Standee	人形立牌
Pretty	(路演)模特
Price card	价格签
Product Mock Up	机模
Spec Card	参数卡

在工作当中如果不知道这些词汇，他们还可以用英语交流。但是有些中国职员不懂英语，在公司的翻译者，经理助理岗位也要对这些词汇熟悉。

（二）一般销售人员

THAI OPPO 公司的销售人员在进入公司时必须要参加销售与工作技能的培训。一般销售人员只用泰语与客户沟通，但是有一些销售人员会讲英语。在与中国销售经理工作或开会时，会有助理进行翻译与进行沟通，还有对工作中遇到的问题进行跟踪与反馈。

汉语要求

关于在人力资源部门会使用汉语的职位，要使用汉语来对使用汉语的泰国职员进行面试，帮中国职员解决人事的问题，与准备办理 Work permit (工作证) 的资料等等。从人力资源部需要招聘的每个职位来看，需要招聘的人员要求比较高。例如：汉语专业毕业、汉语水平考试成绩五级以上等等。

调查情况

从调查人力资源部门使用汉语情况可以看出，人力资源部会汉语的职员的汉语听说读写能力都很好，能够给中国职员建议，并且可以协助中国职员解决人力资源的问题与给他们准备政府资料。

五、THAI OPPO 公司泰籍职员汉语使用方面的改进措施

从 THAI OPPO 泰籍职员汉语使用情况的问题看，汉语是中国籍职员的母语沟通时他们说得很快，让泰籍职员听不清楚，解决办法是让他们重新说一遍，对不懂的词汇就问别的同事或者问懂泰语的中国籍职员。需要加强汉语口语，听力能力。训练汉语口语的目的为了能够跟别人交流，可以描述给别的同事了解对方的沟通。也要加强各种商务汉语词汇，因为在工作当中会经常遇到商务的词汇。而且听力的能力要经常跟别人交流，经常听中文广播，中国电视节目或听汉语歌就可以发展个人的听力能力。另外还要更多学习汉语语法为了加强翻译方面。经常看中国日报，中文书才能让泰籍职员的汉语翻译有发展进步。最后，学会剖析和阅读长句、不断丰富汉语词汇。



结语

OPPO 公司是中国企业，两国有不同的语言、和传统习惯，思维方式等不同。在公司内部面临跨文化差异，表明的最明确是 语言差异、态度差异、价值观差异、经营理念差异、而民族差异、为了消除误解、避免冲突、达成谅解、相互理解、而避免影响到公司的发展。在泰国 OPPO 公司用跨文化差异的方面来管理跨文化差异，具有接受跨文化差异、至少有两个语言能力与加强跨文化培训。在公司每个部门有泰国与中国职员一起工作，在每个部门必须有泰籍职员懂中文，为了帮忙经理与职员沟通。从调查结果 60 份的泰籍职员在 THAI OPPO 公司工作发现，在办公室里工作的泰籍职员和在商场工作的泰籍职员都有比教汉语能力，因为他们每天有使用汉语工作。此外，从调查结果也发现，除了汉语言的问题还有文化与传统差异的问题，中泰职员都有这个问题，由于他们还不够了解对方的文化与传统的两个国家。

参考文献

- 中国智能手机品牌 OPPO 在曼谷举行新品发布会, [online],
http://www.xinhuanet.com/thailand/2017-02/28/c_129498061.htm, 2017
- 龙伟华 (HATHAIKARN MANGKORNPAIBOON) 泰国“汉语能力标准”研究 [D]. 中央民族大学, 2012
- 看 OPPO 品牌发展史, 这几项技术领先整个手机行业, [online],
<http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1403687873/53aa93c1001008iqv>, 2018
- 耿直. 认知语言学研究应用到对外汉语教学中所面临的问题 [D]. 复旦大学国际文化交流学院, 2017
- 跨国公司跨文化差异的影响及应对措施, [online],
<https://wenku.baidu.com/view/19826c0f6c85ec3a87c2c5b3>, 2011
- 跨文化传播的基本理论命题, [online],
http://www.cssn.cn/xwcbx/xwcbx_cbx/201403/t20140311_1025022.shtml, 2014

Author (1) Information (第一作者信息)

	Name and Surname (姓名): SUCHANJIRA PLOYMOOK
	Highest Education (最高学历): Master of Arts (Chinese Business for Communication)
	University or Agency (任职院校或单位): HUACHIEW CHALERM PRAKET UNIVERSITY
	Field of Expertise (专业领域): Business Chinese
	Address (地址): 209/112 M. 3 KONGKARN 4, SOI. SUKUMVIT ROAD, BANGPOOMAI, SAMUTPRAKARN 10280



Author (2) Information (第二作者信息)

	Name and Surname (姓名) :
	XIE KUN
	Highest Education (最高学历) :
	Ph. D. (Transportation Management)
	University or Agency (任职院校或单位) :
School of Logistics, Yunnan University of Finance and Economics, P. R. China	
Field of Expertise (专业领域) :	
Logistics, Transportation Management	
Address (地址) :	
237 longquan Rd., Kunming, P. R. China. 650221	

