



วารสารวิชาการ

ภาษาและวัฒนธรรมจีน

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
HUACHIEW CHALERMPRAKIET UNIVERSITY

เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2562 ISSN 2286-9204

学术文章 (Academic article)

- การดำเนินยุทธศาสตร์ของจีนในระดับโลกและต่อภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ : ย้อนพินิจแนวคิดการผงาดอย่างสันติ (Peaceful Rise)
พลตรี ดร.ไชยสิทธิ์ ตันตยกุล (CHAIYASIT TANTAYAKUL, Maj. Gen)

研究文章 (Research article)

- 曼谷唐人街大华酒店汉语服务应用研究
THE STUDY OF USING CHINESE LANGUAGE IN SERVICE OF GRAND CHINA HOTEL BANGKOK
万里 (HIRUN RUNGVIOMLSIN)
- 泰国佛寺旅游景点汉语服务研究——以曼谷金佛寺为例
A STUDY OF CHINESE APPLICATION FOR THAI TEMPLE TOURISM :
CASE STUDY AS TRIMITR WITTAYARAM TEMPLE
许金城 (KRITSAPAT AMORNKOSIT)
- 南洋不屈心魂的流响——东南亚华文抗战语言风格略说
THE RESOUND OF INVINCIBLE SPIRIT IN NANYANG : BRIEF SANSKRIT TERMS ON
THE STYLE OF LITERARY LANGUAGE IN SOUTH - EAST ASIAN LITERATURE
ABOUT THE ANTI - JAPANESE FASCIST WAR
苏永延 (SU YONGYAN)
- 玲珑国际轮胎 (泰国) 有限公司汉语应用研究
THE STUDY OF USAGE CHINESE AT LINGLONG (THAILAND) CO., LTD.
苏尼莎 (SUNISA SIMSUE)、解琨 (XIE KUN)
- 中泰网络零售企业退货政策比较研究
A COMPARATIVE STUDY ON THE RETURN POLICY OF ONLINE RETAIL
ENTERPRISES IN CHINA AND THAILAND
张雨燕 (KANOKPORN NONGHANPITUK)
- 我们了解中国“00后”大学生吗?
DO WE UNDERSTAND ABOUT CHINA'S "POST - 00S" UNIVERSITY STUDENTS ?
吴碧兰 (UBONRAD YANA)
- 哈尼族研究出版物的整理述评
A REVIEW OF COLLATION OF THE HANI NATIONALITY RESEARCH PUBLICATION
张鑫 (ZHANG XIN)
- 曼谷水上市场汉语服务调查研究——以安帕瓦水上市场为例
A STUDY OF CHINESE USAGE IN SERVICE INDUSTRY——
TAKING AMPHAWA FLOATING MARKET AS AN EXAMPLE
林凤娇 (CHUTIKRAN AIMSUB)
- 曼谷辉煌区唐人街与耀华力唐人街的商业汉语应用比较研究
A COMPARATIVE STUDY OF BUSINESS CHINESE USAGE BETWEEN
NEW CHINATOWN (HUAI-KHWANG) AND CHINATOWN (YAOVARAT)
郑美丽 (CHALOTORN DEDSUKSOPHON)、解琨 (XIE KUN)
- 学思达教学法在汉语口语教学中的实验研究——
以泰国清莱府美赛光明华侨公立学校为例
A STUDY OF XUESIDA TEACHING METHOD IN CHINESE SPEAKING COURSE :
A CASE STUDY OF GUANGMING OVERSEAS PUBLIC SCHOOL, CHIANG RAI
姜子芳 (JIANG ZIFANG)、番秀英 (SAHATTAYA SITTIVISED)、
当湘茗 (WANWIRAT TUNGKAWET)
- 中国与泰国的地缘文化关系研究——史前时期至19世纪
ON GEO - CULTURAL RELATIONS BETWEEN CHINA AND THAILAND :
FROM ANCIENT TO 19TH CENTURY
陈锴 (CHEN KAI)

中国 国 语 言 文 化 学 刊

คณะภาษาและวัฒนธรรมจีน
Faculty of Chinese Language and Culture



วารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน
ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2562
ISSN 2286-9204

วัตถุประสงค์

เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ และเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ความรู้แลกเปลี่ยนแนวคิดทางด้านภาษาจีน วัฒนธรรมจีน จีนศึกษา และชาวจีน ในด้านสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ ครุศาสตร์ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ตลอดจนสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และเป็นแหล่งความรู้ทางด้านจีนศึกษา อันเป็นแรงจูงใจให้เกิดผลงานการค้นคว้าใหม่ ๆ ทางด้านวิจัย

กำหนดเผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน
ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

เจ้าของ คณะภาษาและวัฒนธรรมจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ พุ่มวิเศษ
รองศาสตราจารย์ ดร.อุไรพรรณ เจนวาณิชยานนท์

หัวหน้ากองบรรณาธิการ รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์

กองบรรณาธิการ

Prof. Yang Bao Yun, Ph.D.	Peking University, Beijing, China
Prof. Zhang Xi Zhen	Peking University, Beijing, China
Principal Master Teacher Lim Kwee Hua	Nanyang Technological University, Singapore
อาจารย์ Dr.Tan Chee Lay	Nanyang Technological University, Singapore
Prof. Fu Zeng You	สถาบันขงจื่อแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Assoc. Prof. Fu Feiliang, Ph.D.	Southwest University, Chongqing, China
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรณ ลิ้มปณฺสรณ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุสิทธิ์ อมรวณิชศักดิ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พัชนี ตั้งยืนยง	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.กนกพร นุ่มทอง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ ตันตยกุล	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพธร ปัจฉัยคุณธรรม	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นริศ วศินานนท์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ อิมสำราญ	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ



ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาคุณค่าบทความประจำฉบับ

Prof. Yang Bao Yun, Ph.D.	Peking University, Beijing, China
Principal Master Teacher Lim Kwee Hua	Nanyang Technological University, Singapore
Prof. Li Yan Feng, Ph.D.	Yunnan University of Finance and Economics, Kunming, China
Assoc. Prof. Fu Feiliang, Ph.D.	Southwest University, Chongqing, China
รองศาสตราจารย์ ดร.เมฆม สอดส่องฤกษ์	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไล ลิ้มถาวรานันต์	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูมิรินทร์ ภิรมย์เลิศอมร	มหาวิทยาลัยบูรพา
Assoc. Prof. Shang Hongyan, Ph.D.	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
Asst. Prof. Li Renliang, Ph.D.	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
อาจารย์ ดร.พัชรินรุจา จันทโรนานนท์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
อาจารย์ ดร.ชัยรัตน์ กิ่งแก้ว	นักวิชาการอิสระด้านภาษาจีน
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ อิ่มสำราญ	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
Assoc. Prof. Fan Jun, Ph.D.	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
อาจารย์ Dr. Zhao Ping	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
อาจารย์ Dr. Yin Yushan	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

คณะกรรมการจัดทำวารสาร

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นริศ วศินานนท์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สายฝน วรรณสินธ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ อิ่มสำราญ	กรรมการ
อาจารย์ไพศาล ทองสัมฤทธิ์	กรรมการ

เลขานุการ

อาจารย์ธวัช สิริปัญญาธิ	อาจารย์จันทิมา จิรชุกุล	อาจารย์ธนดล จิรสันติวงศ์
อาจารย์มนัสนันท์ ฉัตรเวชศิริ		

ผู้ช่วยเลขานุการ

นางสุวิทย์ บัญประเสริฐ	นางสาวเพ็ญสิริ อัครธีราเสถียร	นางสาวจิตรัตน์ ชูเลิศ
------------------------	-------------------------------	-----------------------

* บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนี้แต่ละเรื่องผ่านการกลั่นกรองจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิไม่น้อยกว่า 2 ท่าน

* บทความใน “วารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน” เป็นทรัพย์สินของผู้เขียนโดยเฉพาะ กองบรรณาธิการไม่ส่วนในความเห็นในข้อเขียนเหล่านั้น

พิมพ์ที่ : บริษัท ธนาเพรส จำกัด 9 ซอยลาดพร้าว 64 แขวง 14 วังทองหลาง วังทองหลาง กรุงเทพฯ ๑ 10310 โทร. 02 530 4114

บรรณาธิการแถลง

ภายใต้การนำของสี จิ้นผิง ผู้นำสูงสุดคนปัจจุบันของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน จีนได้ก้าวขึ้นมาเป็นอีกขั้วอำนาจที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างปฏิเสธไม่ได้จากการดำเนินยุทธศาสตร์เส้นทางสายไหมในศตวรรษที่ 21 ของจีนหรือ Belt and Road Initiative (BRI) ยิ่งเน้นย้ำภาพลักษณ์บทบาทความเป็นมหาอำนาจของจีนในเวทีโลก จีนในปัจจุบันยังมุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำโลกด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) จากยุทธศาสตร์เส้นทางสายไหมของจีนได้พัฒนามาเป็นเส้นทางสายไหมดิจิทัล (Digital Silk Road) เพื่อก่อให้เกิดการลงทุนทางด้านดิจิทัลในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งจะส่งผลต่อประเทศไทยอย่างเลี่ยงไม่ได้เพื่อปรับตัวให้ทันกับเศรษฐกิจดิจิทัลที่จีนกำลังเดินหน้าพัฒนาอย่างเต็มที่ ประเทศไทยต้องไม่หยุดที่จะศึกษาและเรียนรู้จีนในทุกมิติ

วารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางให้นักวิชาการในการเผยแพร่ แลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการทางด้านภาษาศาสตร์และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับจีนในแง่มุมต่าง ๆ โดยกำหนดตีพิมพ์เผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ คือ ฉบับแรกช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน ฉบับที่ 2 ช่วงเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม ของทุกปี โดยวารสารภาษาและวัฒนธรรมจีน ปีที่ 6 เล่มที่ 2 นี้ ประกอบด้วยบทความวิชาการและบทความวิจัยที่ทันสมัยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ภาษาจีนเพื่อธุรกิจพาณิชย์ ธุรกิจบริการ การศึกษาการเปรียบเทียบนโยบายการค้าของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ของไทยและจีน การศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางภูมิศาสตร์วัฒนธรรมของไทยกับจีน ช่วงก่อนประวัติศาสตร์จนถึงศตวรรษที่ 19 เป็นต้น

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า เนื้อหาสาระของบทความที่นำเสนอในวารสารฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อแวดวงการศึกษา และมีส่วนช่วยพัฒนาศักยภาพงานวิชาการทางด้านจีนศึกษาของไทย



(รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์)

หัวหน้ากองบรรณาธิการ



สารบัญ

หน้า

学术文章 (Academic article)

- การดำเนินยุทธศาสตร์ของจีนในระดับโลกและต่อภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ : 7
 ย้อนพินิจแนวคิดการผงาดอย่างสันติ (Peaceful Rise)
 พลตรี ดร.ไชยสิทธิ์ ตันตยกุล (CHAIYASIT TANTAYAKUL, Maj. Gen)

研究文章 (Research article)

- 曼谷唐人街大华酒店汉语服务应用研究 17
 THE STUDY OF USING CHINESE LANGUAGE IN SERVICE OF
 GRAND CHINA HOTEL BANGKOK
 万里 (HIRUN RUNGVIMOLSIN)
- 泰国佛寺旅游景点汉语服务研究——以曼谷金佛寺为例 33
 A STUDY OF CHINESE APPLICATION FOR THAI TEMPLE TOURISM :
 CASE STUDY AS TRIMITR WITTAYARAM TEMPLE
 许金城 (KRITSAPAT AMORNKOSIT)
- 南洋不屈心魂的流响——东南亚华文抗战语言风格略说 47
 THE RESOUND OF INVINCIBLE SPIRIT IN NANYANG :
 BRIEF SANSKRIT TERMS ON THE STYLE OF LITERARY
 LANGUAGE IN SOUTH - EAST ASIAN LITERATURE ABOUT THE
 ANTI - JAPANESE FASCIST WAR
 苏永延 (SU YONGYAN)
- 玲珑国际轮胎（泰国）有限公司汉语应用研究 63
 THE STUDY OF USAGE CHINESE AT LINGLONG (THAILAND) CO., LTD.
 苏尼莎 (SUNISA SIMSUE)、解琨 (XIE KUN)
- 中泰网络零售企业退货政策比较研究 79
 A COMPARATIVE STUDY ON THE RETURN POLICY OF ONLINE RETAIL
 ENTERPRISES IN CHINA AND THAILAND
 张雨燕 (KANOKPORN NONGHANPITUK)



สารบัญ

หน้า

- 我们了解中国 “00后” 大学生吗？
DO WE UNDERSTAND ABOUT CHINA’ S “POST – 00S”
UNIVERSITY STUDENTS ?
吴碧兰 (UBONRAD YANA)

95
- 哈尼族研究出版物的整理述评
A REVIEW OF COLLATION OF THE HANI NATIONALITY
RESEARCH PUBLICATION
张鑫 (ZHANG XIN)

123
- 曼谷水上市场汉语服务调查研究——以安帕瓦水上市场为例
A STUDY OF CHINESE USAGE IN SERVICE INDUSTRY——
TAKING AMPHAWA FLOATING MARKET AS AN EXAMPLE
林凤娇 (CHUTIKRAN AIMSUB)

131
- 曼谷辉煌区唐人街与耀华力路唐人街的商业汉语应用比较研究
A COMPARATIVE STUDY OF BUSINESS CHINESE USAGE BETWEEN
NEW CHINATOWN (HUI-KHWANG) AND CHINATOWN (YAOWARAT)
郑美丽 (CHALOTORN DEDSUKSOPHON)、解琨 (XIE KUN)

147
- 学思达教学法在汉语口语教学中的实验研究——
以泰国清莱府美赛光明华侨公立学校为例
A STUDY OF XUESIDA TEACHING METHOD INCHINESE SPEAKING COURSE :
A CASE STUDY OF GUANGMING OVERSEAS PUBLIC SCHOOL, CHIANG RAI
姜子芳 (JIANG ZIFANG)、番秀英 (SAHATTAYA SITTIVISED)、
当湘茗 (WANWIRAT TUNGKAWET)

165
- 中國與泰國的地緣文化關係研究——史前時期至19世紀
ON GEO – CULTURAL RELATIONS BETWEEN CHINA AND THAILAND :
FROM ANCIENT TO 19TH CENTURY
陳鐸 (CHEN KAI)

181



การดำเนินยุทธศาสตร์ของจีนในระดับโลกและต่อภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ : ย้อนพินิจแนวความคิดการผงาดอย่างสันติ (Peaceful Rise)

พลตรี ดร.ไชยสิทธิ์ ตันตยกุล

ผู้ทรงคุณวุฒิ สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม

E-mail: chaiyasit2000@yahoo.com

Received: 13 March 2019 / Revised: 29 November 2019 / Accepted: 4 December 2019



บทความนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญในการย้อนพินิจแนวความคิดการผงาดอย่างสันติ (Peaceful Rise) ในช่วงสมัยประธานาธิบดีหูจิ่นเทา ซึ่งเป็นผู้นำรุ่นที่ ๔ ของจีน ดำรงตำแหน่งเลขาธิการพรรคคอมมิวนิสต์จีนในช่วงปี ค.ศ. ๒๕๔๕ - ๒๕๕๕ ในช่วงเวลาดังกล่าวสถานการณ์การเมืองโลกเข้าสู่ยุคหลังสงครามเย็น ภายหลังจากการล่มสลายของสหภาพโซเวียตในปี พ.ศ. ๒๕๓๔ ทำให้ภัยคุกคามแบบดั้งเดิม (Traditional Threat) ที่มีการเผชิญหน้าด้วยกำลังทหารในภูมิภาคต่าง ๆ จากปัญหาความขัดแย้งในลัทธิอุดมการณ์ทางการเมืองในช่วงยุคสงครามเย็นได้ลดลงไปมาก จนนำไปสู่การถอนทหารในหลายพื้นที่และประเทศต่าง ๆ ได้ลดกำลังทหารเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศ และก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อต่อต้านภัยคุกคามในรูปแบบใหม่ (Non Traditional Threat) ที่เกิดจากปัญหาทางเศรษฐกิจและการแข่งขันทรัพยากร จนเกิดเป็นปัญหาอาชญากรรม

ข้ามชาติในหลายรูปแบบ เช่น การค้ามนุษย์ การค้าสิ่งผิดกฎหมาย ยาเสพติดและปัญหาชนกลุ่มน้อย เป็นต้น ส่งผลให้รูปแบบความมั่นคงได้ขยายขอบเขตจากการเมืองและการทหารครอบคลุมในหลายมิติมากยิ่งขึ้น (Comprehensive Security) โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ ทำให้ทุกประเทศต้องหันหน้ามาให้ความร่วมมือกัน ภายใต้การแข่งขันในการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการพัฒนาศักยภาพของประเทศ โดยมีการสร้างมาตรการความไว้วางใจระหว่างกัน (Confidence Building Measure) ในหลายรูปแบบทั้งที่ผ่านองค์กรภาครัฐและองค์กรที่มิใช่ภาครัฐ (Nongovernmental Organizations: NGOs) เพื่อสร้างความมั่นคงในภูมิภาคต่าง ๆ (Rourke, John T., 2008, pp. 147-149)

จีนเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพในการพัฒนาโดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ ซึ่งมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ย่อมมีแนวทางในการดำเนินยุทธศาสตร์ทั้งในระดับโลกและในระดับภูมิภาคเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ โดยอาจวิเคราะห์ได้จากประเด็นแนวคิดและแนวนโยบายของจีนในยุคสมัยดังกล่าว ที่ได้มีการนำเสนอต่อเวทีสาธารณะต่าง ๆ ดังนี้

แนวคิดทางยุทธศาสตร์ของจีนในระดับโลก : การผงาดของจีนอย่างสันติ (Peaceful Rise of China)

ในยุคของประธานาธิบดีหูจิ่นเทา นักวิชาการที่มีบทบาทสำคัญในการนำเสนอแนวคิดทางยุทธศาสตร์ของจีน คือ เจิง ปี้เจี้ยน (Zheng Bijian) ประธานคณะที่ปรึกษาด้านการเมืองของพรรคคอมมิวนิสต์จีนในขณะนั้น เมื่อครั้งไปเยือนสถาบันบรูคคิงส์ (Brookings Institution) ณ กรุงวอชิงตัน ดี.ซี สหรัฐฯ เมื่อวันที่ ๑๖ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๔๘ กล่าวถึงการสร้างความไว้วางใจระหว่างประเทศอันจะนำไปสู่ความร่วมมือด้านความมั่นคงระหว่างประเทศโดยเน้นว่า จีนไม่ใช่ภัยคุกคามต่อผลประโยชน์ของสหรัฐฯ รวมทั้งนำเสนอแนวคิดของการผงาดอย่างสันติของจีน (Peaceful Rise) จำนวน ๑๐ ประเด็น (Bijian, Zheng, 2005) กล่าวคือ

“... ประการแรก การพัฒนาร่วมกันและการมีผลประโยชน์ร่วมกันจะนำให้ทั้งจีนและสหรัฐฯ สามารถขยายความร่วมมือครอบคลุมทุกมิติทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การทหารและความมั่นคง...

ประการที่สอง ต้องเข้าใจความสัมพันธ์แบบพหุภาคีระหว่างจีนกับสหรัฐฯ ให้ลึกซึ้งทั้งการเป็นหุ้นส่วนในด้านการตลาด โอกาสทางเศรษฐกิจและความมั่นคง...

ประการที่สาม ผู้นำจีนมีภาระหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาในอนาคตของจีนจากจำนวนประชากรที่มากถึง 1,300 ล้านคน...

ประการที่สี่ จีนต้องเตรียมความพร้อมในยุทธศาสตร์สามก้าวในการพัฒนาเศรษฐกิจ การรักษาอุดมการณ์และการสร้างความสมานฉันท์ในสังคม...

ประการที่ห้า จีนจะพัฒนาประเทศตามแนวทางเฉพาะของตนเอง...

ประการที่หก จีนเห็นความสำคัญในเรื่องความมั่นคงด้านพลังงาน...

ประการที่เจ็ด จีนจะเป็นประเทศใหญ่ที่มีความรับผิดชอบทางเศรษฐกิจและจะไม่แสวงหาการเป็นเจ้าวงการทหารของโลก...

ประการที่แปด พรรคคอมมิวนิสต์จะยึดแนวทางสันติในการบริหารประเทศและจะไม่สร้างความหวาดระแวงให้กับสหรัฐฯ ...

ประการที่เก้า จีนได้มีความมุ่งหมายที่จะแลกเปลี่ยนคณะกรรมการเพื่อความร่วมมือระหว่างกันระหว่างจีนกับสหรัฐฯ ...

ประการที่สิบ จีนกับสหรัฐฯ ควรใช้โอกาสสร้างความร่วมมือผ่านประเด็นในด้านต่าง ๆ ให้มากขึ้น...”

แนวคิดที่ เจิง ปี้เจี้ยนนำเสนอเกี่ยวกับการก้าวอย่างสันติวิธีของจีนเพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศได้สอดคล้องกับสุนทรพจน์ของประธานาธิบดี หู จิ่นเทา(Hu Jintao) ที่ได้กล่าวในที่ประชุมในโอกาสครบรอบ ๖๐ ปีแห่งการก่อตั้งสหประชาชาติ ณ องค์การสหประชาชาติในมหานครนิวยอร์ก เมื่อวันที่ ๑๕ กันยายน พ.ศ. ๒๕๔๘ (Jintao, Hu, 2005) โดยเน้นย้ำแนวทางสันติในเวทีประชาคมระหว่างประเทศ (International Community) ว่า

“...ประชาคมระหว่างประเทศต้องมีความร่วมมืออย่างใกล้ชิดเพื่อลดความหวาดระแวงและส่งเสริมการพัฒนาร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันอย่างยั่งยืนของทุก ๆ ประเทศ...แนวโน้มของโลกในอนาคตจะพัฒนาไปสู่การมีหลายขั้วอำนาจจากกระแสการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและความก้าวหน้าที่รวดเร็วด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีทำให้ทุกภูมิภาคของโลกมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ยิ่งมีความจำเป็นที่ต้องมีความร่วมมือกันระหว่างประเทศมากขึ้นทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลกเพื่อเผชิญกับปัญหาที่ข้ามพรมแดน เช่น สภาวะแวดล้อมที่เป็นมลพิษ การแพร่ระบาดของยาเสพติด ปัญหาอาชญากรรมข้ามชาติและโรคระบาดที่ร้ายแรง เป็นต้น ซึ่งควรดำเนินการดังนี้

ประการแรก ดำเนินความร่วมมือในแบบพหุภาคีบนพื้นฐานของความมั่นคงร่วมโดยละทิ้งความหวาดระแวงในช่วงยุคสงครามเย็นและสร้างแนวคิดความมั่นคงใหม่ด้วยการสร้างความเชื่อใจ เชื่อมั่นในผลประโยชน์ ความเท่าเทียมกันและมีความร่วมมือกัน รวมทั้งมีกลไกสร้างความมั่นคงร่วมและการป้องกันความขัดแย้งอย่างสันติวิธี...

ประการที่สอง ยึดมั่นในความร่วมมือเพื่อการบรรลุผลประโยชน์ร่วมกันโดยเปิดโอกาสและลดอุปสรรคข้อจำกัดระหว่างกัน...

ประการที่สาม สร้างจิตวิญญาณของการอยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์...ประการที่สี่ ส่งเสริมการปฏิรูปองค์การสหประชาชาติและกิจกรรมระหว่างประเทศเพื่อสร้างความสงบสุขและการพัฒนาร่วมกันบนพื้นฐานของการเคารพและยึดมั่นในกฎบัตรสหประชาชาติ...”

ถ้อยแถลงของประธานาธิบดี หู จิ่นเทา เกี่ยวกับจุดยืนของจีนในเวทีประชาคมโลกและได้ต่อยอดแนวคิดของเจิง ปี้เจี้ยน ซึ่งเป็นประธานคณะที่ปรึกษาทางการเมืองของพรรคคอมมิวนิสต์จีน เกี่ยวกับบทบาทของจีนในการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ จาง หยุนหลิง (Zhang Yunling) และ ถัง ซื่อผิง (Tang Shiping) ได้วิเคราะห์บทบาทของจีนในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศจนทำให้สามารถประเมินยุทธศาสตร์ในระดับโลกหรือมหายุทธศาสตร์ของจีน (China's Grand Strategy) อันเป็นการยกระดับทางยุทธศาสตร์ในระดับภูมิภาค (Regional Strategy) (Yunling, Zhang and Shiping, Tang, 2005, pp. 48-68) สรุปได้ดังนี้

๑. จีนมุ่งคืนสู่ความยิ่งใหญ่ดังในอดีตด้วยการเป็นมหาอำนาจจากขนาดของประเทศ จำนวนประชากรและความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน แต่จีนระลึกรู้สึกอึดอัดว่าสหรัฐฯ เป็นอภิมหาอำนาจที่จีนต้อง

ความร่วมมือพื้นที่ต่าง ๆ นอกจากนี้ จีนจะเพิ่มความแข็งแกร่งของประเทศรวมทั้งความเข้มแข็งทางการทหารเพื่อรักษาสถานภาพทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก

๒. จีนต้องการดำรงความมีเสถียรภาพอันเป็นผลจากนโยบายสันติสมัยใหม่ของ เติ้ง เสี่ยวผิงและรักษาสภาวะแวดล้อมระหว่างประเทศให้มีความสงบเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ โดยการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับสหรัฐฯ และประเทศเพื่อนบ้านของจีน

๓. จีนเน้นการเป็นประเทศใหญ่ที่มีความรับผิดชอบและควบคุมพฤติกรรมของตนเองที่จะไม่มุ่งแสวงหาการเป็นผู้นำในกิจการระหว่างประเทศทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลกโดยดำเนินกิจกรรมผ่านองค์กรสถาบันและกลไกต่าง ๆ แบบพหุภาคี (Multilateral Institutions) เพื่อสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจรวมทั้งร่วมปรึกษารือระหว่างประเทศเพื่อสร้างความไว้วางใจ (Confidence Building Measures: CBMs) ในการบริหารจัดการด้านความมั่นคงบนพื้นฐานของแนวคิดความมั่นคงใหม่ (New Security Concept) ที่ก่อให้เกิดความเชื่อมั่น การเห็นประโยชน์ร่วมกัน มีความเสมอภาคกันและมีความร่วมมือกัน

๔. จีนเน้นการดำเนินการพัฒนาประเทศบนพื้นฐานของความมั่นคงและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมของโลก โดยดำเนินนโยบายอย่างอิสระและไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด รวมทั้งยึดถือกรอบปฏิบัติของสหประชาชาติและจะต่อต้านการแทรกแซงกิจการระหว่างประเทศ

การเชื่อมต่อแนวคิดทางยุทธศาสตร์ของจีนสู่ระดับภูมิภาค

สำหรับสถานการณ์ในระดับภูมิภาค หลังจากเหตุการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในเอเชียปี พ.ศ. ๒๕๔๐ ที่เริ่มต้นจากค่าเงินบาทของไทยและลุกลามไปยังประเทศต่าง ๆ ในเอเชียได้ทำให้กลุ่มประเทศในอาเซียนเห็นความจำเป็นที่ต้องร่วมมือกับประเทศจีน ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้เพื่อแก้ไขปัญหาและฟื้นฟูเศรษฐกิจในภูมิภาคร่วมกัน โดยเฉพาะจีนได้แสดงบทบาทในความเป็นผู้นำในฐานะประเทศใหญ่ที่ต้องมีภาระผูกพันในการแก้ไขปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจด้วยการรักษาระดับค่าเงินหยวนของจีนไว้เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบที่จะเป็นการซ้ำเติมต่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในภูมิภาค

มีข้อสังเกตที่ชัดเจนว่าผู้นำจีนยังคงยึดแนวทางการดำเนินนโยบายของอดีตผู้นำ เติ้ง เสี่ยวผิง ตลอดมาจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะคำปราศรัยของเติ้ง เสี่ยวผิง ครั้งสำคัญสองครั้งคือ ในวันที่ ๒๒ กุมภาพันธ์ ค.ศ. ๑๙๘๔ (พ.ศ. ๒๕๒๗) ในหัวข้อ “วิถีทางใหม่ในการสร้างความมั่นคงแก่โลก” (A New Approach Toward Stabilizing the World Situation) ที่เน้นการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในโลกโดยสันติวิธี และคำปราศรัยในวันที่ ๒๙ พฤษภาคม ค.ศ. ๑๙๘๔ (พ.ศ. ๒๕๒๗) ในหัวข้อ “การรักษาสันติภาพของโลกและการสร้างหลักประกันในการพัฒนาภายในประเทศ” (Safeguard World Peace and Ensure Domestic Development) มีสาระสำคัญสรุปได้ว่า จีนยังคงดำเนินนโยบายต่อต้านลัทธิความเป็นเจ้าเพื่อรักษาสันติภาพของโลก จีนจะเป็นส่วนหนึ่งของประเทศโลกที่สามเสมอ เนื่องจากจีนยังมีความยากจนและแม้จะร่ำรวยขึ้นก็ยังไม่แสวงหาความเป็นเจ้า จีนสนับสนุนการเจรจาปัญหาเศรษฐกิจระหว่างประเทศ จีนจะดำเนินนโยบายต่างประเทศอย่างอิสระและไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งอย่างแท้จริง และนโยบายต่างประเทศของจีนมุ่งแสวงหาสันติภาพของโลก เพื่อทุ่มเทการพัฒนาประเทศให้มีความทันสมัย (เฉียน ฉีเจิน, ๒๕๔๙, หน้า ๒๓๒-๒๓๕)



ข้อสังเกตอีกประการหนึ่งเกี่ยวกับกระแสโลกาภิวัตน์ที่ได้ส่งผลต่อการปรับตัวในการแข่งขันทางเศรษฐกิจต่อทั้งประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น กลุ่มประเทศยุโรป ฯลฯ และได้กระตุ้นให้ประเทศต่าง ๆ ทั่วทุกภูมิภาคตื่นตัวเรื่องการค้าเสรีมากขึ้นโดยเฉพาะจีน ซึ่งมีค่าแรงงานต่ำเป็นตลาดแรงงานขนาดใหญ่ มีตลาดการค้าจำนวนมาก และมีเงินทุนสำรองต่างประเทศจำนวนมากเป็นอันดับสองรองจากสหรัฐฯ เนื่องจากจีนประสบความสำเร็จในด้านการค้า จนได้ดุลการค้าจำนวนมาก ยิ่งทำให้จีนเป็นจุดดึงดูดเงินลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้น รวมทั้งเป็นฐานการผลิตขนาดใหญ่จึงเป็นผลให้เศรษฐกิจของจีนเจริญเติบโตมากกว่าร้อยละ ๑๐ ต่อเนื่องกันนานนับ ๑๐ ปี (Deng, Yong and Moore, Thomas., 2008, pp. 113-136)

การที่เศรษฐกิจของจีนเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วได้ทำให้ประเทศต่าง ๆ เกิดความหวาดระแวงว่า จีนจะนำผลที่ได้จากความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจไปพัฒนาด้านแสนยานุภาพทางการทหารจนอาจกลายเป็นภัยคุกคามต่อภูมิภาคและเป็นภัยคุกคามต่อโลก แต่จีนก็ได้ยืนยันว่าจีนไม่ใช่อภัยคุกคามทั้งทางเศรษฐกิจและการทหารโดยยกเหตุผลในเรื่องของความล้าหลังในพื้นที่ภาคตะวันตกของจีนที่มีประชากรยากจนและมีความแตกต่างกับพื้นที่ในภาคตะวันออกของจีนที่เป็นเมืองท่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งจีนต้องแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะความยากจนของประชาชน จึงไม่มีพลังที่จะไปรุกรานประเทศอื่นใด

ส่วนในทางด้านการทหารนั้น จีนก็ได้แสดงท่าทีผ่านทางเอกสารการป้องกันประเทศ (Defense White Paper) ปี พ.ศ. ๒๕๕๑ (Information Office of the State Council of the People's Republic of China, 2009, pp. 8-13) ว่า

“...จะใช้กำลังทหารไปเพื่อการป้องกันประเทศ และเน้นการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งด้วยสันติวิธี โดยสอดคล้องกับระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ รวมทั้งเน้นการฉีกกำลังระหว่างกองทัพกับรัฐบาลและกองทัพกับประชาชน...”

นอกจากนี้จีนได้แสดงท่าทีว่าจะไม่ใช้อาวุธนิวเคลียร์ต่อประเทศที่ไม่มีอาวุธนิวเคลียร์และจะไม่ใช้อาวุธนิวเคลียร์ก่อนหากไม่ถูกโจมตีด้วยอาวุธนิวเคลียร์ (Swaine, Michael D., 2005, pp. 266-285)

ปรากฏการณ์ทางการเมืองระหว่างประเทศในช่วงเวลาปัจจุบัน วิเคราะห์ได้ว่าทุกประเทศพยายามแสวงหาพันธมิตรในรูปแบบการเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Partnership) ดังกรณีของการเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ระหว่างจีนกับรัสเซียที่ได้มีการลงนามสนธิสัญญามิตรภาพและความร่วมมือในความเป็นเพื่อนบ้านที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๔ ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๕๔๖ ก็ได้มีการลงนามในแถลงการณ์ร่วมที่กรุงมอสโกเกี่ยวกับความเป็นพันธมิตรทางยุทธศาสตร์ว่าด้วยความร่วมมือระหว่างกัน รวมทั้งการมีความร่วมมือด้านความมั่นคงในกรอบขององค์การความร่วมมือเซี่ยงไฮ้ที่จีน รัสเซียและอดีตประเทศในสหภาพโซเวียต อันได้แก่ คาซัคสถาน อุซเบกิสถาน ทาจิกิสถานและเติร์กเมนิสถาน เข้าเป็นสมาชิก เพื่อที่จะแก้ไขปัญหาพรมแดนตลอดจนร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาการก่อการร้าย

นอกจากนี้ จีนยังมีความร่วมมือทางการทหารกับรัสเซียในอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ รวมทั้งการซ้อมรบร่วมในปี พ.ศ. ๒๕๔๘ เพื่อร่วมกันแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบการแผ่ขยายอำนาจของสหรัฐอเมริกา โดยจีนสนับสนุนให้รัสเซียเข้าเป็นสมาชิกในองค์การการค้าโลก (WTO: World Trade Organization) และสั่งซื้อน้ำมัน อวุธยุทโธปกรณ์ทางทหาร เช่น เครื่องบินรบ เรือดำน้ำ และเรือพิฆาตจากรัสเซีย เป็นต้นตลอดจนสนับสนุนรัสเซียในการแก้ปัญหาเรื่องดินแดนเชชเนีย ในขณะที่รัสเซียก็สนับสนุนจีนในปัญหาไต้หวันและทิเบต

รวมทั้งร่วมมือกับจีนในการคานอำนาจกับสหรัฐฯ และคัดค้านการใช้กำลังทหารของสหรัฐฯ กรณีโจมตีอิรัก โดยจีนกับรัสเซียมีจุดยืนร่วมกันที่จะสนับสนุนรูปแบบของหลายขั้วอำนาจ (Multipolar) เพื่อมิให้สหรัฐฯ ผูกขาดการเป็นขั้วอำนาจเดียว (Unipolar)

สำหรับความเคลื่อนไหวของกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งได้รับผลกระทบจากกระแสโลกาภิวัตน์เช่นเดียวกับภูมิภาคอื่น ๆ โดยเฉพาะในเรื่องการก่อการร้ายและภัยคุกคามที่เกิดจากอาชญากรรมข้ามชาติในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของภูมิภาคและกระทบต่อความมั่นคงของมนุษย์ (Human Security) อันเป็นผลมาจากการที่ประเทศในกลุ่มสมาชิกประกอบด้วย ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ บรูไน ลาว กัมพูชา เวียดนาม และพม่า ซึ่งประชากรส่วนใหญ่ในภูมิภาคนี้ นับถือศาสนาอิสลาม รวมทั้งเป็นที่ตั้งที่มีความสำคัญทางยุทธศาสตร์โดยเฉพาะเป็นเส้นทางขนส่งน้ำมันที่สำคัญและเส้นทางคมนาคมขนส่งสินค้าโดยผ่านช่องแคบมะละกา นอกจากนี้ ยังมีช่องแคบซุนดาและช่องแคบลอมบอก ซึ่งเป็นช่องแคบที่สำคัญที่เชื่อมการคมนาคมติดต่อกับทวีปออสเตรเลีย (Swaine, Michael D., 2005, pp. 276-278)

ดังนั้น ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จึงตกเป็นพื้นที่เป้าหมายของการแผ่ขยายอิทธิพลของมหาอำนาจต่าง ๆ เหนือดินแดนแถบนี้ ทำให้ประเทศในภูมิภาคนี้จึงได้รวมตัวกันเป็นกลุ่มอาเซียน (ASEAN) เพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งเพิ่มพลังอำนาจในการเจรจาต่อรองโดยมีความร่วมมือทางการเมืองผ่านกรอบการประชุมอาเซียนว่าด้วย ความร่วมมือด้านการเมืองและความมั่นคงในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (ASEAN Regional Forum: ARF) โดยมีประเทศมหาอำนาจต่าง ๆ เป็นประเทศคู่เจรจา เช่น สหรัฐฯ แคนาดา รัสเซีย จีน ญี่ปุ่น อินเดีย กลุ่มยุโรปและออสเตรเลีย เป็นต้น

จุดยืนทางยุทธศาสตร์ของจีนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

สำหรับจุดยืนทางยุทธศาสตร์ของจีนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในยุคสมัยนั้น มุ่งเน้นเป้าหมายในการสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นเพื่อสร้างหลักประกันในการรักษาความสงบ ความมั่นคงและความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจเพื่อนำพาประเทศจีนสู่ความทันสมัยโดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศรอบบ้านและเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพื่อลดอำนาจอิทธิพลของสหรัฐฯ ด้วยการเพิ่มขีดความสามารถในการปกป้องผลประโยชน์ของจีนโดยเฉพาะผลประโยชน์ในทะเลจีนใต้ ตลอดจนการแสวงหาวิธีการดำเนินความสัมพันธ์กับญี่ปุ่นซึ่งมีอิทธิพลอำนาจทางเศรษฐกิจในภูมิภาคนี้ เพื่อไม่ให้เกิดการแข่งขันและความตึงเครียดจนส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของจีน รวมทั้งไม่กระทบต่อการแสวงหาเส้นทางในการนำได้หันเข้ามารวมอยู่ภายใต้อำนาจอิทธิพลของจีน

นอกจากนั้นจีนยังมุ่งแสวงหาเส้นทางในการสร้างความสัมพันธ์ที่ก้าวหน้ากับประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพื่อปกป้องสถานะแวดล้อมให้เกื้อกูลต่อการรักษาผลประโยชน์ของจีน (Hao, Su, 2009, pp. 35-40)

สำหรับแนวทางที่จีนมุ่งดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางยุทธศาสตร์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อาศัยวิเคราะห์ขั้นตอนในการดำเนินการได้ ดังนี้

ขั้นตอนแรก การสร้างบทบาทใหม่ของการเป็นสถาบันระหว่างประเทศในภูมิภาคเพื่อความร่วมมือทั้งทางด้านเศรษฐกิจและความมั่นคง เช่น การประชุมความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก หรือ เอเปค (The Asia-Pacific Economic Cooperation: APEC)

ขั้นตอนที่สอง มุ่งใช้กลไกของสถาบันระหว่างประเทศที่มีพัฒนาการที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาในภูมิภาคโดยเฉพาะหลังวิกฤติทางเศรษฐกิจในเอเชีย ได้แก่ กรอบการประชุมอาเซียนบวกสาม (ASEAN+3 หรือ ASEAN Plus Three: APT)

ขั้นตอนที่สาม มุ่งส่งเสริมและสนับสนุนต่อการสร้างบรรทัดฐานของสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือ อาเซียน (The Association of Southeast Asian Nations: ASEAN) ในการต่อต้านการขยายอำนาจอิทธิพลเพื่อครองความเป็นเจ้า (Hegemonic Power)

ขั้นตอนที่สี่ เร่งดำเนินการให้สถาบันระหว่างประเทศมีกลไกในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในภูมิภาค เช่น กลไกของการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน หรือ อาฟต้า (ASEAN Free Trade Area: AFTA) และ กรอบการประชุมอาเซียนว่าด้วยความร่วมมือด้านการเมืองและความมั่นคงแห่งเอเชีย-แปซิฟิก (ASEAN Regional Forum: ARF) เป็นต้น

ขั้นตอนที่ห้า มุ่งยกระดับความเชื่อมั่นของกลไกเพื่อความร่วมมือด้านความมั่นคงทั้งในรูปแบบทวิภาค (Bilateral) และพหุภาคี (Multilateral) ให้มีความสมดุลที่จะผลักดันให้เกิดประชาคมความมั่นคง (Security Community) ของภูมิภาคต่อไป

ขั้นตอนสุดท้าย ส่งเสริมแนวทางของความสัมพันธ์ในความร่วมมือด้านความมั่นคงทั้งที่เป็นทางการ (Formal Security Approach) และที่ไม่เป็นทางการ (Informal Security Approach) โดยตั้งคณะทำงานร่วมกันเพื่อลดข้อจำกัดในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งการมีกิจกรรมร่วมกัน

เครื่องมือด้านนโยบายต่างประเทศเพื่อความมั่นคงของจีนในการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดตามแนวทางขั้นตอนต่าง ๆ ที่ได้กล่าวแล้วนั้น จะทำให้จีนมีสถานะความเจริญรุ่งเรืองเหมือนเช่นในอดีตกาลกลับคืนมาอีกครั้งหนึ่ง ด้วยการก้าวขึ้นมาเป็นมหาอำนาจหลักในภูมิภาคอย่างสันติวิธีหรือการผงาดอย่างสันติ โดยการสร้างความมั่นคงโดยนำบทเรียนจากอดีตมาปรับปรุงแก้ไขเป็นแนวทางในการนำประเทศให้รอดพ้นจากการถูกแทรกแซงจากอำนาจอิทธิพลของประเทศตะวันตกและสามารถดำเนินนโยบายการป้องกันประเทศเพื่อรักษาความมั่นคงและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจรวมทั้งเป็นหลักประกันในการดำเนินนโยบายต่างประเทศได้อย่างเป็นอิสระ (Dongxiao, Chen, 2008, pp. 27-44)

แนวคิดด้านความมั่นคงและการเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์

การดำเนินนโยบายเพื่อความมั่นคงของจีนมุ่งนำไปสู่การเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Partnerships) กับประเทศต่าง ๆ โดยมีการประเมินสถานะแวดล้อมด้านความมั่นคงระหว่างประเทศว่า จะยังไม่มีสงครามขนาดใหญ่ในภูมิภาคที่จะเป็นอุปสรรคต่อโอกาสการพัฒนาประเทศของจีน แต่กระแสโลกาภิวัตน์จะกระพือต่อการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศอื่นทำให้ประเทศต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการพึ่งพาอาศัยกันมากขึ้น (Interdependence) โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ ความสมดุลในด้านกำลังอำนาจหลังจากยุคสงครามเย็นที่ได้มีการเปลี่ยนแปลงจากระบบสองขั้วอำนาจไปอยู่ภายใต้การถูกรอบงำโดยสหรัฐฯ ในลักษณะของการเป็นขั้วอำนาจเดียว แต่ในอนาคตระบบความมั่นคงจะมีพัฒนาการไปสู่การมีหลายขั้วอำนาจ รวมทั้งจะมีการเผชิญหน้ากับความท้าทายของความมั่นคงในรูปแบบใหม่ (Non Traditional Security Challenges) เพิ่มมากขึ้นทั้งจากการก่อการร้าย การแพร่กระจายของอาวุธที่มีอำนาจร้ายแรง และภัยพิบัติรุนแรงทางธรรมชาติ เป็นต้น

การผงาดของจีน (Rise of China) จะมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจและความมั่นคงของโลก ซึ่งจีนต้องมีการบทบาทในการสร้างกฎระเบียบรวมทั้งบรรทัดฐานขององค์ระหว่างประเทศในรูปแบบพหุภาคีเพื่อรักษาผลประโยชน์ของจีนร่วมกับประเทศต่างๆ แต่ปัญหาความไม่มั่นคงในเรื่องพลังงาน ทำให้จีนต้องแสวงหาแหล่งพลังงานใหม่ ๆ ดังนั้น สภาวะแวดล้อมด้านความมั่นคงดังกล่าวทำให้จีนนำเสนอแนวคิดความมั่นคงใหม่ (New Security Concept) ที่ได้เริ่มต้นศึกษาทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับความมั่นคงมาตั้งแต่ ปี ค.ศ. ๑๙๙๓ จนแล้วเสร็จในปี ค.ศ. ๑๙๙๔ และในปี ค.ศ. ๑๙๙๗ จีนได้เสนอแนวคิดความมั่นคงใหม่ในที่ประชุมอาเซียนว่าด้วยความร่วมมือด้านการเมืองและความมั่นคงแห่งเอเชีย-แปซิฟิก ครั้งที่ 4 ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย

แนวคิดความมั่นคงใหม่ (New Security Concept) จะเน้นความเท่าเทียมกัน (Equality) การเจรจาหารือ (Dialogue Trust) ผลประโยชน์ร่วม (Mutual Benefit) และความร่วมมือ (Cooperation) โดยมีองค์ประกอบ ๓ ประการ (Shenxia, Zheng., 2008, pp. 8-15) คือ

๑. ความมั่นคงร่วม (Common Security) โดยแก้ปัญหาความขัดแย้งอย่างสันติวิธี (Peaceful Resolution of International Disputes) ซึ่งอาจเปรียบเทียบความมั่นคงร่วมเป็นวัตถุประสงค์ (Objective) ของแนวคิดความมั่นคงใหม่

๒. ความร่วมมือด้านความมั่นคง (Cooperative Security) โดยมีมาตรการสร้างความไว้วางใจ (Confidence Building Measures) เช่น การพบปะพูดคุยปรึกษาหารือทางยุทธศาสตร์ การร่วมมือเพื่อความมั่นคงในภูมิภาค การร่วมมือกันแก้ปัญหาความมั่นคงในรูปแบบใหม่ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการรักษาสันติภาพ และการแลกเปลี่ยนทางการทหาร ฯลฯ ซึ่งเปรียบได้กับการเป็นแนวทาง (Approach) ของแนวคิดความมั่นคงใหม่

๓. การพัฒนาความมั่นคง (Development Security) ให้มีเสถียรภาพอย่างยั่งยืน ซึ่งเปรียบได้กับการมีรากฐานที่สำคัญ (Foundation)

เหตุผลสำคัญในการดำเนินนโยบายความมั่นคงของจีนดังกล่าว ในประการแรกเนื่องจากสภาพลักษณะทางภูมิรัฐศาสตร์ที่จีนมีเขตแดนติดต่อกับประเทศต่าง ๆ รวม 14 ประเทศ และในจำนวนนั้นเป็นประเทศที่มีอาวุธนิวเคลียร์ถึง 4 ประเทศ (ได้แก่ รัสเซีย อินเดีย ปากีสถาน และเกาหลีเหนือ) ในประการที่สอง จีนต้องเผชิญหน้ากับพันธมิตรของสหรัฐฯ ได้แก่ ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ ฟิลิปปินส์และไทย ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งมิตรและศัตรูของจีน และประการสุดท้าย ความบาดหมางในความสัมพันธ์ระหว่างจีนกับญี่ปุ่นซึ่งเป็นมหาอำนาจหลักทางเศรษฐกิจของโลก รวมทั้งความใกล้ชิดระหว่างจีนกับเกาหลีเหนือ ซึ่งจีนประเมินว่า สหรัฐฯ จะดำเนินการต่อจีนใน ๓ ลักษณะ (Lampton, David M., 2008, pp. 271-273) คือ ลักษณะแรก มุ่งรังแกและจำกัดการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างจีนกับประเทศต่าง ๆ ลักษณะที่สอง ปกป้องผลประโยชน์เศรษฐกิจของสหรัฐฯ

โดยสร้างอุปสรรคต่อสินค้าและการบริการของจีน ลักษณะที่สาม สหรัฐฯ จะเร่งการแข่งขันกับจีนโดยเพิ่มระดับมาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานและประสิทธิภาพในการบริการสาธารณะ เช่น คุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ ฯลฯ

สรุป

เมื่อย้อนพิจารณาการดำเนินยุทธศาสตร์ของจีนในยุคของประธานาธิบดีหูจิ่นเทา ซึ่งเน้นการพัฒนาและสร้างความร่วมมือกับนานาประเทศ สะท้อนแนวคิดสำคัญ คือ “การผงาดของจีนอย่างสันติ” จะเห็นได้ว่ามีแกนหลักที่สำคัญ สรุปได้ดังนี้

๑. มุ่งรักษาผลประโยชน์ที่สำคัญยิ่งของประเทศในสามประการใหญ่ๆ คือ ประการแรก การดำรงอยู่ของระบบพื้นฐานความมั่นคงแห่งชาติภายใต้พรรคคอมมิวนิสต์จีน ประการที่สอง การปกป้องอธิปไตยและบูรณภาพแห่งดินแดน ประการที่สาม การพัฒนาทางสังคมและความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนตามแผนที่ได้กำหนดไว้

๒. มุ่งสร้างสภาพแวดล้อมให้มีสันติภาพเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยเน้นหลักการอยู่ร่วมกันอย่างสันติคือการเคารพอธิปไตย การไม่รุกรานซึ่งกันและกัน การไม่แทรกแซงกิจการภายในของกันและกัน การให้ความเสมอภาคต่อกันและการใช้วิธีการสันติในการอยู่ร่วมกัน

๓. ปัญหาทางยุทธศาสตร์ที่จีนถือว่าเป็นกิจการภายในของจีนได้แก่ ดินแดนไต้หวัน, มณฑลซีจ้วง (ทิเบต) เกี่ยวกับปัญหาฮอกเคี๋ยและไคมา และปัญหาชนกลุ่มน้อยในมณฑลซินเจียง รวมทั้งลัทธิที่จีนประกาศให้เป็นลัทธิเอกภพนิยมคือ ฝ่าหลุนกง

เอกสารอ้างอิง

เฉียน ฉีเจิน. (๒๕๔๔). *บันทึกการทูตจีน ๑๐ เรื่อง*. อาทร พึ่งธรรมสาร (แปลจากต้นฉบับภาษาจีน). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มติชน.

Bijian, Zheng. (2005). *China's New Road of Peaceful Rise and Chinese – U.S. Relations*. Brookings Institution, (Speech Paper), June 16, 2005.

Deng, Yong and Moore, Thomas.(2008). “China Views Globalization: Toward a New Great-Power Politics?” in Lennon, Alexander T. J. and Kozłowski, Amanda.(ed.). *Global Powers in the 21st Century : Strategy and Relations*. Massachusetts: MIT Press., 113-136.

Dongxiao, Chen. (2008). *Building up a Cooperative & Co-progressive New Asia: China's Asia Strategy towards 2020*. Shanghai: Shanghai Institutes for International Studies.

Goh, Evelyn. (2008). “Great Powers and Hierarchical Order in Southeast Asia” in *International Security* (Winter2007/08), Volume 32, Number 3, 145.

Hao, Su. (2009). “Harmonious World : The Conceived International Order in Framework of China's Foreign

Affairs” in Iida, Masafumi. (ed.). *China's Shift : Global Strategy of the Rising Power*. Tokyo : The National Institute for Defense Studies, Japan., pp. 29-55.

Information Office of the State Council of the People's Republic of China. (2009). *China's Nation Defense in 2008*, Beijing: Information Office of State Press.

Jiechi, Yang. (2009). *Broaden China – US Cooperation in the 21st Century*. (speech). <http://www.fmprc.gov.cn>

Jintao, Hu. (2005). Building Towards a Harmonious World of Lasting Peace and Common Prosperity.

(speech). <http://www.fmprc.gov.cn>

Lampton, David M. (2008). *The Three Faces of Chinese Power: Might, Money, and Minds*. California: University of California Press.

Rourke, John T. (2008). *International Politics on the World Stage*. 12th ed. New York: McGraw-Hill.

Shambaugh, David. (2008). “The New Strategic Triangle: U. S. and European Reactions to China's Rise” in Lennon, Alexander T. J. and Kozlowski, Amanda.(eds.). *Global Powers in the 21st Century : Strategy and Relations*. Massachusetts: MIT Press., 151-173.

Shenxia, Zheng. (2008). “China's Peaceful Development and Asia-Pacific Security” in China Association for Military Science. *Peaceful Development and Security in the Asia – Pacific Region*. Beijing: Military Science Publishing House., 8-15.

Swaine, Michael D. (2005). “China's Regional Military Posture” in Shambaugh, David. (ed). *Power Shift : China and Asia's New Dynamics*. California : University of California Press., 266-285.

Yunling, Zhang and Shiping, Tang. (2005). “China Regional Strategy” in Shambaugh, David. (ed). *Power Shift : China and Asia's New Dynamics*. California: University of California Press., 48-68.

	Name and Surname (姓名) : CHAIYASIT TANTAYAKUL, Maj. Gen.
	Highest Education (最高学历) : Ph. D. (Political Science) Ramkhamhaeng University
	University or Agency (任职院校或单位) : Office of the Permanent Secretary for Defence
	Field of Expertise (专业领域) : International Relations, China Politics
	Address (地址) : 116 Soi 19/5 Mooban Auh-suk, Pattanakarn Road, Suanluang Bangkok, Thailand 10250



曼谷唐人街大华酒店汉语服务应用研究

THE STUDY OF USING CHINESE LANGUAGE IN SERVICE OF GRAND CHINA HOTEL BANGKOK

万里

HIRUN RUNGVIMOLSIN

Huachiew Chalermprakiet University , Thailand

E-mail: the_arkz@hotmail.com

赵平 博士

ZHAO PING; Dr.

Huachiew Chalermprakiet University , Thailand

E-mail: zhaoping1880@gmail.com

Received: 15 August 2019 / Revised: 11 October 2019 / Accepted: 23 October 2019

摘要

泰国是世界最著名的旅游胜地之一，吸引了不少中国游客来泰国旅游，中国人已成为泰国的第一大入境游客。泰国旅游业的发展也促进了泰国酒店业的发展。泰国曼谷唐人街的大华酒店日常接待大量中国游客，做好汉语服务对酒店来说是很重要的。研究的目的是通过调查大华酒店服务人员汉语水平与汉语应用的情况，说明汉语服务对提高酒店服务质量，吸引中国游客。

论文主要通过收集相关文献资料、调查问卷、访谈和观察对泰国大华酒店的汉语服务情况进行分析研究。这项研究采访了 1 位酒店管理人员，对 70 位大华酒店的汉语服务人员和对中国游客来酒店服务 100 人进行了问卷调查。论文对这些资料进行了定性和定量分析。

论文通过对曼谷唐人街大华酒店汉语服务的分析研究，发现大华酒店的汉语服务质量比较差，汉语服务人员在汉语服务方面还存在不少问题。酒店的汉语服务人员不能较好地与中国客户进行沟通。为了满足中国游客的需要，大华酒店需要提高酒店的汉语服务质量，加强酒店的中文服务，以适应大量中国游客来泰国旅游和入住酒店的需求。本论文针对酒店在汉语服务方面出现的问题，研究者提出了加强汉语培训、招聘汉语人才和提议增加酒店的中文信息。

关键词： 大华酒店 汉语服务人员 汉语服务 中国游客



ABSTRACT

Thailand is a famous place of the world where attract a lot of Chinese tourists to visit in this country, so they are a first group to travel in it. The Thailand tourism business development help to promote Thai hotels include Grand China Hotel welcomes a lot of them to relax. Moreover using Chinese language in hotel service is more important. This research have a purpose to survey Chinese language level of personnel and situation in using it that describes raising the service qualities to push and develop this hotel.

This thesis compiles analysis information paper through the interview hotel's manager in using a questionnaire from this service personnel and tourists in Grand China Hotel with stochastic.

This thesis has researched using Chinese in the service of the Grand China Hotel in Bangkok, Chinatown. The research found that the quality of Chinese language services in this hotel is quite bad. Other side the Chinese language service of the hotel staff still has many problems. The Chinese-speaking staff of the hotel are not also communicating this language. Currently, there are quite a lot of hotels in Yaowarat that make a serious competition to be able meeting the needs of Chinese tourists. Grand China Hotel needs to upgrade the quality of its Chinese language service to meet the needs of Chinese tourists to stay in the hotel.

Keywords: Grand China Hotel, Chinese personnel service, Chinese language service and Chinese tourists

绪论

一、选题的背景及研究意义

曼谷是泰国的热门城市，是泰国政治经济文化的中心，曼谷有许多旅游景点，每年都可以吸引很多外国游客来泰国旅游。在中国经济高速发展的强大推动下，中国出国旅游的人数逐年增长。根据泰国旅游和体育部 2016 年 12 月 29 日公布的数据，2016 年泰国入境游客人次和旅游收入均较去年明显增加，中国游客达到 877 万人次，较去年增加了 10.56%，促进了泰国旅游业的大力发展。

曼谷大华酒店（Grand China Hotel Bangkok）原名大华公主酒店，是曼谷的一家有名酒店，建立于 1993 年，大华酒店是一家 4 星级酒店，酒店拥有 155 间现代的客房，酒店为游客提供了良好的服务。是屹立在唐人街的最高大厦。现今大华酒店位于在曼谷市热闹的唐人街中心地带，附近湄南河，酒店地处交通便利地区。已成为当地旅游的优选住宿点。这座富有华夏风采的名副其实的“中国城”，唐人街的街区长约 2 公里，矗立在泰京城西，由三聘街、耀华力路、石龙

军路三条大街以及许多街巷连接而成。它是老曼谷的街区之一，已有 200 多年历史。

唐人街耀华力路是游客喜欢观光购物和餐饮的地方。在这里可以看到传统的中华文化和泰国华人的生活面貌。耀华力路不仅吸引了很多西方游客，也吸引了大量中国游客。这里的不少华人说的潮州话，商业用语以泰语、中国方言为主。随着中国游客的不断增加，中国普通话的使用开始出现在唐人街的一些旅游服务行业。唐人街上的大华酒店日常接待不少中国游客，提供商务汉语服务的使用对酒店来说是很重要的。酒店服务人员汉语服务的水平直接影响着酒店的服务质量和对中国游客的吸引力。目前大华酒店可以提供简单的中文服务。中国游客的反映是酒店从经理到服务员保安都会简单说几句中文。泰国旅游业的发展促进了泰国酒店业的发展。大华酒店的发展和提供汉语服务与泰国整个旅游业的发展联系在一起的。

服务人员的商务汉语在酒店业中的应用，不仅能促进泰国酒店服务业的发展，加强游客对泰国酒店服务业的信心与游客的满意度更多，而且能让很容易对谈话和说的明白，进一步酒店业的发展与大华酒店的服务。

本论文通过提供汉语服务的酒店业中的状况进行分析，发现还存在许多方面的问题，提出改善的建议，以及提高酒店业服务人员的汉语水平，影响吸引中国游客来泰国酒店服务。进一步搞好酒店经营服务。

二、主要研究的目的、方法、内容和创新性

(一) 研究的目的

本论文研究的目的是通过调查 70 位大华酒店服务人员汉语水平与汉语应用的情况，说明汉语服务对提高酒店服务质量，吸引中国游客，推动酒店发展的提高盈利的重要作用；同时指出酒店在汉语服务方面优势和不足，提出改进措施和建议。

(二) 研究的方法

收集资料方法包括

1. **文献法：**收集论文研究所需要的文献和相关的研究资料，通过文献研究对大华酒店的汉语服务情况进行分析研究。
2. **访谈法：**通过对酒店的管理人员、服务人员和中国游客的访谈，搜集汉语服务管理、汉语水平和顾客对酒店汉语服务的反映情况。
3. **问卷调查法：**一是对大华酒店汉语服务人员状况的问卷调查，包括（酒店服务人员的汉语水平情况，酒店汉语服务工作和管理情况）。调查的对象是 70 名服务人员。二是对中国游客的问卷调查，包括酒店汉语服务的质量，对酒店汉语服务的满意度。调查中国游客来曼谷大华酒店服务 100 人。
4. **观察法：**查看大华酒店里汉语服务人员具体的工作情况，酒店汉语文字服务的情况，包括



酒店汉语信息情况：如菜单、传单、标识牌和宣传等。以及在网站调查真实住客评论内容由用户提交的意见，实情以酒店实际情况为准。

论文在对相关资料的收集后，对这些资料进行定性和定量分析，以达到本论文研究的目的，取得预期的研究成果。

(三) 研究的主要内容

1. 大华酒店服务人员的基本情况，汉语水平情况，汉语服务人员的工作情况，酒店的管理情况，中国游客对酒店汉语服务的反映情况和影响对中国游客选择来大华酒店服务的因素。
2. 评估调查分析的情况，指出酒店服务人员汉语应用中优势和不足，以及遇到的问题。
3. 指出产生问题的原因，提出对汉语服务改进的措施和建议。

(四) 论文研究的创新性：

本论文通过对相关研究资料的查询，但还没有对专门针对曼谷唐人街大华酒店汉语服务方面的研究。本论文针对大华酒店汉语服务的研究是对曼谷唐人街汉语服务的一项深入研究，具体体现在通过唐人街最高大华酒店汉语服务的研究，说明汉语服务加强了大华酒店的经营，提升服务质量，对吸引中国游客，发展酒店企业和泰国旅游服务业的发展都具有促进作用。本研究对酒店汉语服务的改进，酒店的发展具有现实意义。

三、泰国酒店业的发展概况

由于泰国酒店业总体上发展良好，服务周到，设施比较完善，能满足不同游客的不同层次的需要，所以得到了游客普遍良好的满意度。

2014 年泰国出现了政治不稳定的情况，但泰国酒店业已经快速地恢复起来，连续两年酒店业表现强势。泰国在 2015 年和 2016 年继续创造了新的达到游客访问纪录。泰国酒店业在 2016 年表现良好，从 2016 年第一季度开始泰国客房的平均房价已经上涨了 8%至 10%。可以看出来一个积极的迹象，虽然房价已经上涨了，但是影响对酒店业不大，因为泰国酒店业房价本身偏低，（蚂蜂窝网站，[online]，2017）。2016 年泰国入境外国游客人次和旅游收入比去年明显增加，外国游客达到 3,260 万人次，较去年增加 9%。泰国全国酒店平均入住率大约为 66.6%，去年同期相比提高 1.48%。

泰国作为 2016 年受中国游客欢迎目的地的第一名，酒店业与旅游业一起高速发展。2017 年酒店业的平均收入大约达到 564,000 亿泰铢至 574,000 亿泰铢，比 2016 年增加 3.7-5.5%。酒店业的主要收入来自客房服务，会展和婚礼。近几年来，入住酒店游客人数第一的是中国游客、第二是印度游客，第三是台湾游客。

2017 年泰国酒店业面对旅游业的快速发展，外国游客的不断增加，出现了不少新的经营商。这些酒店的新经营商是推动 2017 年酒店业增加的群体。泰国酒店业的竞争也日趋激烈。特别是 3



星级以下的酒店，面临提高住宿率和房价巨大压力。（ศูนย์วิจัยกิจการไทย，[online]，2017）。2017 年泰国旅游业和体育部与政府制定了促进和提高中国旅游市场品质的计划，让旅游业成为了泰国的主要收入来源。从以下来自泰国国家旅游局研究中心的资料中我们可以看到这种情况。

表 1.1.3 2015 年至 2017 年 泰国酒店和客房数量表

年份	酒店数量（家）	同比增长	客房数量（间）	同比增长
2015 年	13,657	——	541,752	——
2016 年	16,933	23.99	680,757	25.66
2017 年	17,317	2.34	696,568	2.19

资料来源：泰国国家旅游局研究中心 2017-7-17

大量中国游客喜欢选择入住酒店比其他住宿方式多达 79%，但是 2017 年游客的行为趋势正在转变，大多年轻的游客开始青睐于度假短租、公寓或者入住 3 星级酒店。影响中国游客选择来酒店的因素主要是酒店的设施、自身安全性、名声和价格等。中国游客在 2017 年酒店住宿的费用比 2016 年增长了 6%。另外，酒店餐厅的消费占酒店整个消费中的比率最大。酒店提供的客房服务和商务中心对中国游客也非常重要。中国游客在泰国住宿希望有良好的基础设施及服务。为了满足中国游客的需要，酒店必要改进服务，尤其是能提供汉语服务、中文标识牌、中文版旅游指南和酒店中文网站等。

四、曼谷唐人街区的发展状况

（一）曼谷唐人街商业经营概况

在曼谷市华人人口众多，大约有 50 多万人。唐人街不仅是华人聚居的地区，也是工商业特别繁华的热闹市场。唐人街上大部分的商店经营者都是华裔。浓浓的潮汕风情充斥着整个街道。在唐人街可以看到传统的中华文化和泰国华人的生活面貌。在唐人街人们可以看到很多中文广告招牌，招牌上有泰语和汉语两种文字。

在语言方面，除了潮州话外，还有客家话、广东话和闽南话。这里的华人主要是潮州人，潮州话是他们的母语。大部分的商业经营者使用泰语或潮州话。唐人街的华人已经在泰国生根，大部分从华侨变成了泰国的公民。泰语逐渐变成了他们的“母语”。唐人街的华裔大多数已经是满口流利的泰语，很少人会讲中文，主要是老一辈人还可以讲潮州话，年轻人大都不会讲了。当地人基本上是用泰语和潮州话交流。但大多数华人不会讲普通话。外国游客来到这里主要用英语沟通。小部分餐厅可以提供英语菜单。近几年来，随着中国改革开放，使得中国经济高速发展，中国人去外国旅游的人数日益增加。随着中国游客的不断增加，中国普通话的使用开始出现在唐人街的一些旅游服务行业。在曼谷唐人街的商业活动中，一些餐饮店、便利店、酒店、珠宝店和金

店的服务人员，在与中国游客沟通时可以用一些简单的中文。有些人员可以说流利的中文。

（二）曼谷唐人街酒店经营概况

曼谷以湄南河、大皇宫为旅游景点的主线。曼谷市区最为著名的景点是大皇宫、玉佛寺、金佛寺、黎明寺、四面佛和唐人街。唐人街耀华力路是游客喜欢观光购物和餐饮的地方。耀华力路不仅吸引了很多西方游客，也吸引了大量中国游客来旅游。

曼谷唐人街上的酒店数量多，可以选择余地大。曼谷唐人街的酒店从一星级到四星级。酒店的星级是按其建筑、装饰、维修保养状况、设备、设施条件、服务质量的高低、管理水平和服务项目的多少以及环境来评定的。具不完全统计，唐人街主要街道两旁共有约 27 家酒店，按客房和床位的数量可分为 3 种，一是大型酒店：有 6 家。这些酒店客房在 100 间以上，如大华酒店、曼谷森塔拉中央车站酒店和曼谷美丽华酒店等。二是中型酒店，拥有 4 家，这些酒店的客房在 50-100 间，如上海曼谷庄园酒店、中国大酒店和普通广场旅馆等。三是小型酒店拥有 17 家，客房在 50 间以下，如曼谷唐人街禅室酒店、唐人街查科酒店和诺恩亚奥瓦拉特酒店等。

作为一个曼谷市区的著名旅游景点，曼谷唐人街的住宿条件设施和服务从普通到中级和高级都有。这些酒店住宿设施完善，价格适宜，可满足游客不同层次的需求。除了酒店游客还可以选择唐人街大上各种旅馆和公寓。这些旅馆或公寓同样提供良好的设施和服务。因此，游客前往曼谷唐人街，无论是长居或是短留，可以选择不同种类的酒店和旅店。

曼谷唐人街有五大酒店包括上海曼谷庄园酒店、曼谷美丽华酒店、曼谷森塔拉中央车站酒店、大华酒店和中国大酒店。这些酒店是曼谷唐人街的最好酒店。唐人街最受推崇的是精品酒店，大多采用怀旧设计，个性化客服在泰国可谓有口皆碑。曼谷唐人街的所有最佳酒店，而便是优中选优。根据目前曼谷唐人街的酒店数量非常多，为了能够满足游客的需要和游客的人数逐年增长，导致市场竞争日益激烈。曼谷唐人街的各个酒店有不同经营管理，各个酒店有自己的特征。发现大部分曼谷唐人街酒店的主要经营原则包括以下几个方面。

1. 组织管理方面

曼谷唐人街酒店和其它酒店的管理部门差太多。这些酒店主要有五大部门包括餐饮部、客房部、销售部、财务部和人力资源部。有些酒店受酒店集团管理，如曼谷森塔拉中央车站酒店，有些酒店是家庭管理，有些酒店是个管理，还有些酒店是股份制管理。大部分发现小型酒店的组织结构简单直接，不像大型酒店有良好的经营管理系统，

2. 市场营销方面

大部分曼谷唐人街酒店的市场营销渠道主要是通过网络对酒店进行营销，创造客房销售收入。这些网站是 Hotels、Agoda 和 Booking。另外，还通过公关宣传。这些酒店有不同的市场策略和目标市场。曼谷唐人街的酒店竞争激烈，促销和优惠活动吸引游客入住酒店。

3. 服务方面

酒店的经营是以顾客为中心，尽量为顾客提供良好的服务。不仅在客房，餐饮等方面提供良

好的服务，而且也提供外语服务，主要是英语服务。由于近几年来中国游客越来越多，一些酒店也开始提供一些简单的汉语服务。

五、大华酒店服务人员的汉语水平情况

目前来泰国旅游的中国游客不断增加，许多酒店业都需要能说汉语的服务人员。本次研究对大华酒店员工的汉语服务情况进行了问卷调查。

1. 汉语学习情况

通过调查大华酒店的服务人员已经学习汉语在 1-2 年的人最多，共计 23 个人，占总数 32.9%。其次没学过汉语的有 19 人，占总数 27.1%。学习汉语 1 年以下的有 17 人，占总数的 24.3%。学习汉语 5-6 年的有 7 人，占总数 10%。学习汉语 3-4 年的有 4 人，占总数 5.7%。

2. HSK 考试情况

一般来说，虽然学过多年汉语，也不一定能说好中文，与中国游客较好地沟通。新汉语水平考试（HSK）是一项国际汉语能力标准化考试。HSK 总共 6 级，注重考查考生的汉语能力，也是公司企业衡量汉语能力的一个证明。大华酒店服务人员大多没有参加过 HSK 考试，有 53 个人，占总数 75.7%。参加过 HSK4 级考试的有 9 人，占总数 12.9%。考过 3 级的占 5.7%。考过最高级 HSK6 级的有 1 人，占总数 1.4%。

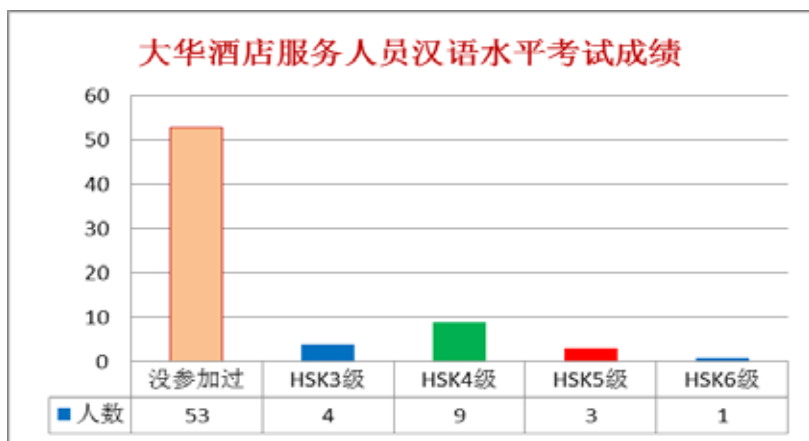


图 2.2.2 大华酒店服务人员汉语水平考试的成绩

3. 汉语水平情况

大华酒店的 70 位服务人员对自己的汉语水平进行了自我评估。评估的内容包括听力、口语、阅读和写作四个方面。根据问卷调查，将大华酒店服务人员不同的汉语水平进行统计分析，分为五个等级，用平均值 $\text{mean}(\bar{x})$ 表示总体的一般水平。测量尺度通常设置很好为 5 级、良好为 4 级、一般为 3 级、差为 2 级、很差为 1 级。本次对汉语水平评估的判断是：平均值在 1.00-1.49 = 汉语程度很差；1.50-2.49 = 汉语程度差；2.50-3.49 = 汉语程度一般；3.50-4.49 = 汉语程度良好；4.50-5.00 = 汉语程度很好。以下是大华酒店服务人员对自己的汉语水平评估表。评估标准是用数字表示。汉语程度由高到低，用数字 5 到 1 来评估。



表 2.2.11 大华酒店服务人员的汉语水平评估表

程 序	项 目	汉语水平等级					平均值	程 度
		5	4	3	2	1		
1	听力	4	7	18	32	9	2.50	一般
		5.7%	10.0%	25.7%	45.7%	12.9%		
2	口语	2	8	17	26	17	2.31	低
		2.9%	11.4%	24.3%	37.1%	24.3%		
3	阅读	4	2	4	7	53	1.52	低
		5.7%	2.9%	5.7%	10.0%	75.7%		
4	写作	3	2	3	10	52	1.48	很低
		4.3%	2.9%	4.3%	14.3%	74.3%		

1. 在听力方面

70 位大华酒店服务人员的汉语水平都比较低。有 32 人占 45.7%，在听力方面评分为“差”，人数最多。有 18 人员选择回答“一般”，人占 25.7%。

2. 口语方面

有 26 人占 37.1%，评分为“差”。有 17 人占 24.3%，评分为“一般”和“很差”。

3. 阅读方面

大部分人员在阅读和写作方面的评分为“很差”。有 53 人，占 75.7%的人员认为自己在阅读方面“很差”。表示“差”的占 10%。认为“很好”和“一般”的各占 5.7%。仅有 2.9%的人认为自己在阅读方面良好。

4. 写作方面

针对“写作方面的汉语水平”大华酒店服务人员有 52 人占 74.3%，认为“很差”，认为“差”的占比 14.3%；认为“很好”和“一般”的各占 4.3%。仅有 2.9%的人认为自己在写作方面良好。

综合以上大华酒店服务人员对汉语水平的自我评估，大部分服务人员对自己的汉语水平是“一般”和“不太满意”，有 34.3%的受访者认为“一般”。有 28.6%的受访者表示不太满意。大华酒店的一半受访者认为自己在汉语口语方面最有问题，有 35 人，占总数 50%。另有 28 人认为自己在听力方面最有问题，占总数 40%。大华酒店的服务人员总体上认为自己的汉语水平“一般”。需要提高自己汉语水平，加强汉语学习，参加汉语培训，以提高酒店的汉语服务质量。

六、对大华酒店汉语服务人员的评估

大华酒店的汉语服务主要在两个方面：一个是酒店汉语服务管理方面，另一个是酒店汉语服务人员方面。



（一）酒店汉语服务管理方面

大华酒店的汉语服务设施与其它酒店相比是比较好的。通过调查可知大华酒店提供的汉语服务主要有：

1. 24 小时酒店大厅服务台汉语服务
2. 中文广告标识牌
3. 大华酒店商场店铺中文索引
4. 商品中文目录、中文食品广告
5. 水疗休闲健身中心（Spa）的中文服务目录
6. 餐厅的中文菜单
7. 提供中文培训

（二）汉语服务人员方面

面对大量中国游客来泰旅游的形势，为了满足中国游客的来大华酒店入住的需求，大华酒店不仅提供了一些中文标识牌和书面中文服务，而且也提供了汉语服务人员，为中国游客办理入住和退房等手续和解答一下酒店服务的各种问题。大华酒店汉语服务人员汉语水平情况通过问卷调查和中国游客的反映，表现为以下几个方面：

1. 在汉语听力方面

问卷调查和酒店服务人员自我评估中可知，这些人员汉语听力水平较差，但基本上可以沟通。大多数服务人员只会听一些基本常用的酒店中文用语，如果超出酒店基本用语范围，这些服务人员就可能听不懂了。另外，中国游客来自不同的省份，不一定都能说标准的普通话，他们的口音不同，也影响了服务人员的中文听力，听不懂他们说的是什么。

2. 在汉语口语方面

酒店服务人员在自我评估中认为自己的汉语口语水平不高。调查表明，酒店服务人员与中国游客沟通时主要是用口语，使用简单的酒店方面的词语。服务人员的中文程度还达不到与中国游客深入交谈和介绍其他服务方面的程度，如安排旅游活动、说明酒店的规则，解答和处理中国游客提出的问题等。

3. 在汉语阅读方面

大华酒店的汉语服务人员在自我评估中认为自己的汉语阅读能力差。一方面是他们主要的工作是与中国游客口语交谈，一般不阅读中文信息，汉语阅读方面使用比较少。另一方面，这些服务人员本身的中文阅读能力也不好。

4. 在汉语写作方面

通过调查，大华酒店的汉语服务人员汉语写作能力很低的，与汉语阅读一样，在他们的工作中都很少使用到，甚至根本就用不到。酒店客户登记都是用电脑，使用泰文，所以他们的汉语写作能力很差。一些服务人员会汉语拼音，他们可以在电脑上打中文与中国游客沟通。



总的来说，大华酒店汉语服务人员汉语词汇少，服务人员词汇积累不多，主要是酒店专业的词汇量不够，跟中国游客沟通经常会遇到困难。大多数服务人员缺乏持续训练，有些服务人员经常使用中文。在使用汉语的时候服务人员觉得没有自信，怕发生错误，所以不太敢说。另外，这些服务人员的汉语语法也不好，在使用汉语时，语句表达上有不少错误，会造成中国游客理解上的困难。

七、对中国游客反映的评估

1. 对酒店汉语服务人员的评估

通过问卷调查，大多数受访的中国游客认为酒店汉语服务人员的中文水平一般。汉语服务人员的人数少。他们的主要问题是口语和词汇量少。从这个评估中反映出目前大华酒店汉语服务人员的中文水平有待提高，特别是在听说方面需要加强。与此同时，还要多了解中国文化，增加中文的语汇。

2. 对酒店中文服务的评估

根据调查结果，多数中国游客认为酒店有提供中文菜单，标识牌和酒店介绍。中国游客的这些评估显示，大华酒店在中文文字方面的服务基本上能够满足顾客的需要，在一定程度上弥补了酒店在中文口语服务上的不足。但如何提高酒店在中文信息提供方面的质量，为顾客提供更多的中文信息，还有不少方面需要改进和提升。

3. 对中国游客影响因素的评估

从调查中，我们可以了解到影响中国游客选择大华酒店的不同因素。

影响因素排在第一位的是：

- 酒店周边环境干净和安全 (4.43)
- 酒店的汉语标识牌 (4.32)
- 酒店周边交通情况 (4.19)
- 酒店客房的卫生 (4.02)

影响因素排在第二位的是：

- 酒店总体服务质量 (3.90)
- 酒店的管理 (3.82)
- 酒店的中文菜单 (3.78)
- 酒店的服务态度 (3.72)

影响因素排在第三位的是：

- 酒店房价 (3.62)
- 酒店设施 (3.59)
- 酒店 Wi-Fi (3.57)
- 酒店人员汉语能力 (3.34)

从以上影响因素指数来看,酒店周边环境的好坏和是否有提供汉语标识对中国游客的影响指数与其它影响因素相比较要大一点。尽管影响因素指数的大小有一些差别,但有关汉语服务方面的指数,在影响因素的前三位中都有。汉语服务的问题是不可忽视的影响中国游客选择大华酒店的一个因素。

综上所述,中国游客反映的评估可以归纳以下几个方面:

(1) 语言服务方面

大部分的中国游客认为大华酒店提供了简单的中文服务。酒店从经理到服务人员都会听说一些简单的中文。但酒店的汉语服务人员比较少。少部分人员的中文好一些,大多数人员不好。中国游客如果遇到中文不好或不太好的服务人员,就会遇到沟通障碍。如果酒店提供多一些中文好的服务人员,就可以提升汉语服务的质量,够满足中国游客的需要。在中文沟通困难时,不少中国游客会用英语与酒店服务人员沟通。酒店服务人员用英语与客户沟通上比用中文要好。

(2) 酒店服务方面

大多数中国游客对前台接待人员的服务态度比较满意。虽然大华酒店是一家四星级酒店,可在唐人街是一个老酒店,客房比较干净整洁卫生,工作人员热情服务,友好热心。

(3) 酒店设施和价格方面

总的来说大华酒店房价被大多数游客认可。虽然酒店有些设施陈旧,但由于大华酒店提供的客房分不同的形式,装修的程度不同,顾客对客房设施有不同的反映。大部分顾客的反映是“位置在唐人街,因为是有一定年龄的酒店,不过有翻新,还算不错,有个小阳台挺舒服,价格也不贵,周边很热闹,吃吃喝喝逛逛超级方便”。

(4) 在周边环境方面

酒店的地理位置十分优越,出门就是唐人街,街道两边是繁华的小商品聚集地,特别是晚上,主要街道成了食品一条街。酒店门口有很多路公共汽车往返各大景点,叫出租车也很方便。中国游客反映酒店周边环境不错,购物餐饮都很方便。

八、对酒店汉语服务管理的评估

1. 提供全天汉语服务

大华酒店在外语服务方面和英文一样,提供 24 个小时全天服务。白天汉语服务的人员会比晚上多一些。另外,每当中国的主要传统节日酒店还会推出汉语公关宣传酒店的产品,进行中国传统节日食品的促销活动,满足顾客的需求。

2. 在多个部门提供汉语服务

大华酒店差不多在各个部门都有汉语服务。主要的部门是前台接待部和餐饮部。这两个部门接触很多的中国游客沟通,是提供汉语服务的主要部门。酒店要求汉语服务人员都要掌握和使用酒店服务基本常用语,如中文的问候、道歉、感谢、应答和征询等词汇。酒店还要求汉语服务人员倾听客户的需求。此外,酒店还提供酒店中文简介,中文菜单和中文标识牌给中国游客。

3. 汉语服务对酒店发展具有重要性

大华酒店的大多数的客户是外国游客，所以提供外语服务对搞好酒店的服务特别重要。酒店的服务人员经常需要与外国游客进行沟通，所以酒店非常重视外语服务。面对不断增加的中国游客，在以前提供英语服务的同时，酒店加强了汉语服务。在大华酒店，一般的服务人员都会说一些英语。目前，酒店开始更多重视汉语服务。酒店需要为中国游客提供标准的汉语服务。是否能提供良好的汉语服务直接影响中国游客的满意度和酒店的服务质量。因此，酒店管理方面让服务人员认识到汉语服务的重要性。酒店为提高汉语服务人员的中文水平会对员工进行汉语培训，培训内容包括语言知识和技能，如听说读写，也包括文化知识，如让员工了解中国的传统文化和风俗习惯。

4. 加强酒店管理，提高汉语服务质量

酒店方面为了加强汉语服务的管理，为相关人员提供了汉语培训课程。管理人员定期检查服务人员的服务情况。对相关服务人员进行定期考评，以提高服务质量，改进服务中出现的問題。酒店方面鼓励服务人员参加 HSK 考试，加强汉语学习，不断提高汉语水平和汉语沟通能力。

5. 努力解决汉语服务中出现的問題

面对酒店在汉语服务方面出现的問題，酒店在管理上一方面招聘全职或兼职的具有良好听说读写能力的汉语人才。另一方面是对酒店现有的汉语服务人员进行培训，提高服务人员的汉语水平。

6. 酒店改进汉语服务的管理措施

为了做好酒店汉语服务，更好地接待中国游客，酒店需要采取了一些改进措施。比如酒店需要建立自己的中文网站。因为目前酒店还没有自己中文网站，中国游客需要从英语版翻译。许多中国游客不会英语，查找酒店的信息不太方便。另外，酒店要提供中文广告，进行公关宣传，方便中国游客了解酒店情况。酒店方面还要提供中文的旅游景点地图手册，手册包括旅游景点的中文介绍和二维码扫描，这样方便中国游客在泰国旅游。除了以上措施外，酒店要提高服务人员的汉语水平。

九、大华酒店商务汉语服务中存在的问题

根据调查，大华酒店在汉语服务还存在着不少问题。大华酒店汉语服务中的主要问题如下：

1. 服务人员的汉语水平不高

大华酒店服务人员有 27.1% 没有学过中文。学过不到一年和 3 年的占 57.2%。学过 3-4 年的有 5.7%，学过 5-6 年的有 10%。调查表明大多数服务人员的中文程度不高，职员小部分人员中文好一些。通过 3-4 HSK 汉语水平考试的只有 13 人。在泰国即使通过 HSK 考试 5 级的人，如果没有努力练习口语，经常阅读和写一些中文，他们说中文水平也是不行的。调查结果和酒店服务人员自我评估都证明他们的汉语水平是不高的，没有达到良好的标准。目前从酒店工作来看，大华酒店汉语服务人员听说问题直接关系到与中国游客的沟通，读写方面不是主要问题。加强酒店人员的听说汉语能力是酒店管理部门需要重视的。

2. 酒店缺少汉语人才

大华酒店在汉语服务方面的主要问题之一是缺乏汉语人才。64.6%的中国游客认为酒店汉语服务人员的数量不能够满足需要。目前大华酒店能提供简单汉语服务的人员有大约 15 个人，在前台值班的人员不一定是汉语说的好的，有些甚至是不会说汉语的。当遇到中国游客时就不能用中文与顾客沟通。

3. 酒店专用的词汇量不够

大华酒店汉语服务人员听说读写方面的问题不是孤立的，与服务人员的汉语基础，词汇量的多少有直接的联系。由于词汇少，没有较好地加强酒店专业词汇的学习，在工作中就不能较好地与中国客户沟通。汉语词汇方面的问题具体表现在以下几个方面：

- (1) 服务人员词汇积累不多，主要是酒店专用的词汇量不够。不可说长一些的语句。
- (2) 大多数服务人员缺乏持续训练。有些服务人员不经常使用中文。在使用汉语的时候觉得没有自信，怕说错，不敢大胆与中国游客沟通。
- (3) 汉语语法不太好，在使用汉语的时候有不少语法错误，让中国游客很难理解。

4. 酒店汉语网络服务缺失

泰国大华酒店没有自己的中文网站，倒是中国一些旅游网站提供了大华酒店的中文信息，如 Fnetravel 网站 (<http://www.fnetravel.com/>)，猫途鹰网站 (www.tripadvisor.cn) 和携程网 (<http://hotels.ctrip.com/international/1292635.html>) 等，都可以查到泰国曼谷大华酒店的相关信息，包括房价，房型，酒店简介和客户对酒店点评，游客也可以通过这些网站预订大华酒店。中国游客主要是通过中国这些旅游网站获得大华酒店的信息。如果大华酒店有自己的中文网站，可以更好地为客户提供酒店的信息，为酒店做广告，吸引更多的中国游客，改善和弥补酒店在汉语服务上的不足。

十、改进大华酒店商务汉语服务的建议

1. 加强汉语培训，提高汉语水平

通过对大华酒店汉语服务人员的调查分析，在汉语服务上酒店出现的最大问题就是服务人员的汉语水平低。这是影响大华酒店汉语服务质量的主要原因。因此提高汉语服务人员的中文水平是改进酒店汉语服务质量的重点。加强酒店汉语服务人员的培训是解决这个问题的一個方法。

大华酒店的管理方面认识到酒店提供中文服务重要性，已经对本酒店相关人员进行了一定的汉语培训。大华酒店汉语培训课程的时候是一年举行 2-3 次，每次 10 天，一天学了两个小时，总共共用学习的时候约 20 个小时，一般是短期的培训课程。可是从调查分析来看，服务人员的汉语水平低的问题没有很好的解决。酒店方面也看到了这些问题，制定了新的计划，为服务人员开办汉语培训班，尤其是对新员工。

根据调查所反映的问题，酒店的汉语培训主要重点应放在汉语口语，听力和酒店专业词汇的训练和学习上。其次是增加服务人员对中国文化知识的了解。另外，酒店方面要定期对相关人员进行汉语水平考核，要求服务人员参加 HSK 考试，HSKK 汉语水平口语考试，鼓励服务人员主动加

强自己的中文学习。

2. 招聘汉语人才，解决人员不足问题

大华酒店汉语服务方面的另一个问题是缺乏具有良好中文水平的人员。解决这方面的问题除了以上加强现有人员的汉语培训外，招聘一些具有良好汉语水平的人员，也是一个有效地解决汉语人才不足的方法。这些人员可以直接参加酒店的汉语服务工作，能及时解决酒店汉语人才短缺的问题，也减轻了酒店汉语培训的成本，较快地提高酒店的汉语服务质量，满足中国游客的需要。

大华酒店的汉语服务主要在前台接待部门和餐饮部门。在中国的节假日，中国游客来泰人数会大量增加。酒店方面也可以考虑招聘一些泰国大学中文系听说能力好的学生帮忙，一方面可以加强酒店这些部门的汉语服务工作，另一方面也可以给这些学生社会实习的机会，在工作中提高自己的中文水平。另外，酒店方面还可以考虑招聘社会上具有中文水平的人员在酒店做临时工作。

3. 完善酒店中文信息，增加网络和二维码服务

调查分析显示，大华酒店为中国游客提供了一些中文信息，包括中文标识，商品目录，餐厅菜单，酒店广告等信息。为了进一步满足中国游客的需要，酒店方面还需要进一步改善中文信息的提供。根据中国游客的反映，希望酒店方面提供中文版的旅游指南，各大景点的中文介绍，以及曼谷周边主要景点和购物中心的中文交通地图等。

另外，目前大华酒店还没有自己的中文网站，中国游客获取大华酒店的信息主要看中国几大旅游网站和网友的推荐。如果大华酒店有自己的中文网站，可以更好地为酒店进行宣传，为中国游客提供更多的有关酒店方面的中文信息。

目前，酒店方面除了提供手机支付外，还应该提供二维码服务，包括多种外国语言，让游客从中获取必要的信息。酒店方面可以考虑把酒店的各种中文信息放到二维码里，让中国游客用手机扫描，这样可以快捷方便地获得酒店、旅游购物和交通方面的中文信息，满足中国的需要，改善酒店的服务质量。

4. 更新酒店设施，提供现代化服务

通过调查，大华酒店除了需要改进汉语服务外，还需要改善酒店的客房设施。虽然总体上中国游客对大华酒店的管理和设施是满意的，但一些中国游客反映酒店有些设施陈旧，存在一些客房卫生间问题。大华酒店管理部门应该适应酒店现代化的发展。具体改进的建议如下：

(1) 改善酒店入住条件环境，及时更新老旧设施，酒店让旅客享受舒适、干净和安全的休闲环境。

(2) 更换酒店传统的门房钥匙方式，提升为使用电子房卡系统，方便客户携带和保管，提高客房的安全性。

(3) 改善整个酒店 WiFi 系统，提高 WiFi 性能和网速，让客户上网方便快捷。

以上对大华酒店提出的解决问题的方法和改进措施，是希望大华酒店能够有效地提高酒店的汉语服务水平，从整体上提升酒店的服务质量，以吸引更多的游客，特别是中国游客光临酒店，给酒店带来更多的收益。



结论

随着泰国旅游业的发展,中国经济的繁荣,中国人民生活水平的不断提高,大量中国游客来泰国旅游,中国人已成为泰国的第一大入境游客。泰国唐人街上的大华酒店日常接待不少中国游客。酒店为中国游客提供了汉语服务,方便了中国游客入住酒店和旅游。

本论文研究的课题是对曼谷唐人街大华酒店汉语服务的应用研究。本论文研究的目的是通过调查大华酒店服务人员汉语水平与汉语应用的情况,说明汉语服务对提高酒店服务质量,吸引中国游客,推动酒店发展的提高盈利的重要作用。通过问卷调查,访谈和文献资料的分析,论文分析了大华酒店汉语服务的情况,指出了酒店在汉语服务方面的优势和不足,提出了改进措施和建议。通过对大华酒店汉语服务管理的分析和对大华酒店汉语服务人员汉语水平的调查研究,说明做好酒店的汉语服务,是提升酒店服务质量,吸引更多的中国游客入住酒店,发展酒店的业务,为酒店带来更多的收入都是非常有利的。

本论文主要通过定性分析和定量分析的方法,通过文献研究、访谈调查、问卷调查和观察对大华酒店的汉语服务应用情况进行了分析研究。研究的主要内容包括大华酒店服务人员的基本情况,汉语水平情况,汉语服务人员的工作情况,酒店的管理情况,中国游客对酒店汉语服务的反映情况,以及影响中国游客选择来大华酒店服务的因素。论文在分析研究的基础上指出了酒店遇到的问题 and 产生问题的原因,提出了对汉语服务改进的措施和建议。

研究结果表明,大华酒店的经营总体上是良好的,酒店提供汉语服务方便了中国游客,提升了酒店的服务质量。但是酒店在汉语服务上存在着不足,服务人员汉语水平不高,汉语服务人员缺乏,汉语口语沟通能力差。这些问题影响了酒店汉语服务的质量。从中国游客的反映和酒店服务人员自我评估中可知,酒店汉语服务人员只能说一些基本的酒店用语,在听力方面也是一些简单的中文,汉语词汇方面也不够。为了提高酒店的汉语服务质量,酒店需要加强对服务人员的汉语培训,提高汉语沟通能力。为了解决酒店汉语人才短缺的问题,酒店还可以通过招聘汉语人才,增加汉语人才,满足中国客户对汉语服务的需要。

根据本次研究,酒店是否有汉语服务,虽然不是影响中国游客的首要因素,但酒店如能提供汉语服务,再加上酒店具有的良好设施和周边环境,会提升酒店的性价比,增加中国游客对选择这家酒店的考虑。所以,为了提升大华酒店的服务质量,吸引更多的中国游客,大华酒店需要改进汉语服务,提高员工的汉语水平。

参考文献

蚂蜂窝网站(MAFENGWO WEBSITE).“泰国酒店业或四年来首次涨价”[Online],
(<http://www.mafengwo.cn/travel-news/188208.html>), 2017/9/16

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. “ธุรกิจโรงแรมแข่งขันรุนแรงขึ้น คาดปี’ 60 รายได้ธุรกิจโรงแรมขยายตัวร้อยละ 3.7-5.5”[ออนไลน์], แหล่งที่มา:

(http://portal.settrade.com/brokerpage/IPO/Research/upload/2000000314699/2826_p.pdf)

20 กันยายน 2560

	Name and Surname (姓名):
	Hirun Rungvimolsin
	Highest Education (最高学历):
	Master degree
	University or Agency (任职院校或单位):
	Huachiew Chalermprakiet University
	Field of Expertise (专业领域):
	Chinese Language
	Address (地址):
99/29 Soi 4/6 Laddarom Village Moo.3 Taringchan-Suphanburi Rd. Bang Khu wiang, Bangkruai District, Nonthaburi, 11130	

	Name and Surname (姓名):
	Zhao Ping
	Highest Education (最高学历):
	Ph. D.
	University or Agency (任职院校或单位):
	Huachiew Chalermprakiet University
	Field of Expertise (专业领域):
	1. Business Administration
	2. Chinese Modern and Contemporary Literature
Address (地址):	
18/18 Bangna Trad KM.18 Bangchalong Bangplee Samutprakarn 10540	



泰国佛寺旅游景点汉语服务研究——以曼谷金佛寺为例

A STUDY OF CHINESE APPLICATION FOR THAI TEMPLE TOURISM: CASE STUDY AS TRIMITR WITTAYARAM TEMPLE

许金城

KRITSAPAT AMORNKOSIT

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: kritsapata@gmail.com

Received: 2 August 2019 / Revised: 30 October 2019 / Accepted: 15 November 2019

摘要

随着世界旅游业的发展，以佛寺参观为主体的旅游服务成为东南亚国家旅游业中的一个新兴发展项目，泰国佛寺众多，寺庙建筑精美绝伦，承载着独特的佛教文化，因此泰国成为全球游客最喜爱的旅游目的地之一。近几年来，来泰中国游客不断增加，中国游客逐渐成为泰国旅游业的主要客源。但是经由实际走访发现，目前泰国佛寺旅游不管是景点的汉语服务，还是导游的汉语服务，都不能有效地满足中国游客的需求。泰国旅游业还比较缺少有关佛寺旅游的汉语人才，佛寺旅游的汉语服务需要改进，有关方面需要改善汉语服务设施，加强当地导游和旅游景点工作人员的汉语培训，从而提高泰国佛寺旅游的汉语服务质量。

由于曼谷金佛寺在泰国寺庙中具有独特地位，因而吸引了众多中国游客前来参观。尽管金佛寺管理部门不断发展和完善其服务规模和服务方式，如兴建金佛寺历史博物馆、耀华力华人历史博物馆、三语导游培训计划等，但是金佛寺在接待大量中国游客时仍然在很多方面需要改善。

本文的研究以曼谷金佛寺为例，采用文献分析、问卷调查和实践调查的方法，旨在分析得出曼谷金佛寺对中国游客的汉语服务情况。通过调查结果对金佛寺景点和导游人员的服务情况进行评估，从而指出存在的问题，同时对存在问题提出改进的措施和建议。

关键词：佛寺旅游 金佛寺 汉语服务 中国游客



ABSTRACT

At the present, tourism is globally growing; Buddhist temple tourism has been included in tourism development plans of many Southeast Asian countries. Thailand has abundant of unique Buddhist temple culture. As a result, this country becomes one of the favorite destinations for tourists, especially Chinese travelers. In recent years, a number of Chinese travelers are increasing and become more crucial for Thai tourism. Because Trimitr Wittayaram temple Bangkok is one of the most favorite travel destination among Chinese travelers, this temple has established two historical museum, which are Golden Buddha historical museum and Bangkok China town historical museum. Moreover, this temple established volunteered foreign language tour guide project to facilitate foreign travelers.

Wat Trimitr Wittayaram temple is selected as a case study of this thesis. The content analysis, survey and participation are applied to analyze reasons and factors making this temple become a one of the famous destination for Thailand tourism, as well as deeply focus on Chinese language services in the temple including tourist attraction and in-house tour guide services, evaluate Chinese language usage in services, summarize problems and propose solutions.

The findings indicated that, Chinese language services in in this Thai temple are unable to respond Chinese tourists' need. Thai temple tourism still lacks of personnel who have knowledge of Chinese language in Buddhist temple tourism services. Chinese language services of Thai temple need to be improved continuously. Moreover, related authorities should improve Chinese language services of facilities and develop Chinese language training course for tour guides and personnel, in order to enhance quality of Thai temple tourism service in the long run.

Keywords: Chinese tourists, Thailand Trimitr Wittayaram temple, Chinese for tourism, Buddhist temple tourism



绪论

大部分中国游客来泰观光旅游时,有些游客一定会到泰国的佛寺进行参拜,体验泰国的佛寺文化。许多中国旅游网站也介绍了泰国各处有名的佛寺,在中国旅游 APP 的介绍中,位于泰国首都曼谷的一些佛寺尤为出众,例如:曼谷吞武区湄南河边的黎明寺(郑王庙),曼谷大王宫附近的菩提寺(卧佛寺)以及耀华力华人聚居处的岱密寺(金佛寺)。这些佛寺是华人游客来泰旅游必去的旅游景点。虽然每年中国游客人数不断井喷式地增长,然而上述佛寺的汉语服务并没有达到中国旅客的要求。例如寺内的汉语导引牌不足、网络媒体宣传不够等。另外缺乏会说汉语的佛寺工作人员,超过一半的工作人员往往以英语为主要沟通语言。因此泰国佛寺的汉语服务不能完全满足以中文为母语的游客的需求。这也是本论文以佛寺的汉语服务研究作为选题研究方向的主要原因。

本论文的选题意义在于通过对泰国金佛寺汉语应用服务人员的技能分析,包括服务人员的汉语水平,旅游景点的文化内涵,中国游客对泰国佛寺的汉语服务人员及泰-中各种媒介(例如广告、网站、微信公众号等)的评价,探究中泰语言文化差异以及解决方法,为提高金佛寺的汉语服务水平提供参考。

本论文研究的对象是泰国曼谷金佛寺的旅游服务人员和来金佛寺参观的中国游客。论文研究的意义是从中国游客对金佛寺的服务方面的评价和建议,指出旅游汉语的使用对促进金佛寺旅游服务与导游服务的重要性,从而更好地服务中国游客,最终有利于中泰旅游服务业的健康积极发展和中泰两国的文化交流。

一、选题的目的和意义

本课题的研究以曼谷金佛寺为例,旨在了解金佛寺的汉语服务情况,即通过问卷调查和实地走访了解在金佛寺景点区域的各种媒介的汉语服务状况,以及佛寺景点的服务人员的汉语服务情况。从而进一步,论证泰国佛寺旅游的汉语服务的质量,指出泰国佛寺旅游所存在的问题,从而提出改进措施和建议,为改善泰国佛寺旅游业提供科学的依据。

二、研究的范围与对象

本论文通过实地观察和调查,调查时间为2017年10月25日至2018年1月2日,研究范围主要以金佛寺为观察地点,研究曼谷金佛寺范围内的汉语服务质量,即标示牌服务和金佛寺博物馆工作人员的服务水平。调查中国游客人数定为100名游客,访谈金佛寺工作人员人数为10名。

三、研究主要内容

本论文首先梳理泰国佛教旅游的发展状况,指出佛寺旅游对旅游业做出的贡献,说明佛教文化与旅游业的相互关系。然后,通过实地考察和问卷调查获得的资料,对佛寺标示牌和导游员的汉语服务情况进行分析。最后,对金佛寺的汉语应用和汉语服务进行评估,进而指出佛寺标示牌、佛寺导游和佛寺在服务中的汉语应用情况存在的不足和问题,对这些问题提出相应的解决办法和改进措施。

四、研究的方法

● **文献分析法:**通过研究泰国佛寺、导游和佛寺旅游相关的学术论文、研究文章,以及与本文有关的各种资料,包括对佛寺旅游的发展情况进行分析。如在聂爱华(2013)在《泰国佛教旅游发展研究》中,论文首先探讨佛教旅游的概念及其发展现状,包括定义、类型、特点和效应,分析了佛寺旅游产生的因素,以及分析研究泰国佛教的旅游资源。其次,深入研究泰国佛教历史文化,包括佛教文化在泰国的传入与发展、泰国佛教特征、佛教对泰国社会文化的影响,从这几个方面系统地描述了泰国佛教旅游的产生与发展。论文最终得出结论,泰国佛教旅游应该结合当地文化资源创造出有效的产品开发策略,以提高佛教旅游的知名度和吸引力。

陈维娜《泰国旅游业发展研究》(2011),论文通过对泰国旅游业发展现状的研究,结合泰国旅游业发展影响因素分析,运用SWOT分析法对泰国旅游业的发展存在的优势、劣势、机遇、挑战等方面进行分析,研究影响泰国旅游业的各种主客观因素以及就如何提高泰国旅游业发展提出建议和对策。论文的研究对其他国家旅游业的发展也具有较重要的借鉴意义。

王莹菲《泰国旅游业的国际合作研究》(2015),论文首先探讨了泰国旅游的概念及泰国旅游业的国际合作,理论基础包括:比较优势理论、国家竞争优势理论、要素禀赋理论、区域旅游空间合作理论。其次,论文深入研究了泰国、亚洲乃至全球旅游业的发展,系统地描述了泰国与东盟国家旅游业合作战略等。最后,在这个基础上分析泰国旅游业在国际合作方面存在的问题。

龙如海《中国游客赴泰国旅游满意度研究》(2014),论文以中国游客赴泰国旅游的满意度为研究对象进行分析,对泰国旅游业发展具有重要意义。首先论文通过对国内外游客满意度研究现状和相关理论进行整理和归纳,在进行国内外研究述评后,形成论文的研究理论基础;然后对目前泰国游客的现状以及中国游客赴泰国旅游现状进行分析研究;在此基础上,通过对样本的选取,调查问卷的设计,从游客背景、游客行为特征等对中国游客赴泰国旅游满意度进行了调查分析研究;分析得出中国赴泰国旅游的整体满意度情况,最后针对满意度情况提出针对性的对策和建议。

冯文君《宗教节庆旅游居民感知研究》(2014),论文的主要研究内容将宗教节庆和居民感知理论研究进行系统的梳理;比如对泰国宗教节日、宗教仪式、宗教旅游情况进行简单的介绍,达到承上启下的作用;最后以泰国吃斋节为例,对其起源、发展历程、活动、仪式等旅游化的资源进行详述。从居民感知角度提炼问题与对策,对宗教节日、活动、仪式与旅游活动的相互影响机制进行提升。对论文的研究内容、数据分析结果、案例研究提升进行总结,提出论文的不足之处和对未来研究的展望。

● **访谈法:**本研究被采访者预计 10 位,通过对金佛寺管理部门人员与汉语服务人员进行访谈。

● **实地观察法:**通过观察直接获得曼谷金佛寺的资料,观察佛寺服务人员与中国游客沟通时的语言使用情况。观察金佛寺网站,标识牌、指路牌、广告牌、旅游产品说明等语言文字的情况以及观察金佛寺的管理情况。

● **定量调查法:**问卷调查法:本研究样本预计 100 份问卷,在曼谷金佛寺以及附近发放问卷。对中国游客的基本资料(例如年龄、性别、学历),对服务人员的汉语服务的满意度和与泰佛寺服务人员进行沟通时汉语的使用情况进行问卷调查。



五、研究的创新性

根据目前掌握的资料，本论文的创新性体现在研究的对象和目的与以往的论文不同，本论文试图通过对金佛寺旅游汉语的使用情况和泰佛寺内的汉语信息导引情况进行分析研究。

(一) 中国游客满意度调查

本论文的问卷是关于中国游客对金佛寺汉语媒介服务状况和工作人员的汉语水平的满意度调查。调查对象是金佛寺里的中国游客。本次调查在金佛寺发放 100 份调查问卷，收回 100 份问卷。

调查数据显示，在 100 名中国游客当中，有 40 位男性中国游客，60 位女性中国游客。大部分的中国游客年龄在 21-30 岁，占 53%。其次，年龄在 31-40 岁，占 34%。接下来的年龄在 41-50 岁，占 6%。另外 81% 是自由行游客，只有 19% 是旅游团的旅游方式。大部分的游客来自中国大陆，占 58%。

1. 曼谷金佛寺的汉语媒介使用状况调查

服务方面评价项目	满意度（100 位）				
	非常满意	满意	一般	不太满意	不满意
	5	4	3	2	1
1. 金佛寺的汉语媒介服务（总体服务质量）	2	51	41	4	2
平均分	3.47（一般）				
2. 金佛寺的汉语网站的服务评价	1	25	22	21	31
平均分	2.44（不太满意）				
3. 金佛寺的汉语标志牌的服务评价	7	37	39	14	3
平均分	3.31（一般）				
4. 金佛寺的汉语宣传单的服务评价	7	38	44	10	1
平均分	3.4（一般）				
服务方面评价项目	满意度（100 位）				
	非常满意	满意	一般	不太满意	不满意
	5	4	3	2	1



5. 金佛寺的汉语广播服务评价	0	20	30	31	19
平均分	2.51 (不太满意)				
6. 金佛寺的汉语指路牌服务评价	4	42	40	12	2
平均分	3.34 (一般)				

表 1: 金佛寺汉语媒介服务情况

通过表 1 可以看出, 金佛寺汉语媒介服务情况分为 6 方面。其中中国游客最满意的汉语媒介服务是金佛寺的汉语标志牌, 平均分为 3.4 (一般)。其次是金佛寺的汉语指路牌, 平均分为 3.34 (一般)。第三是宣传单服务项, 平均分为 3.31 (一般)。金佛寺的广播与汉语网站宣传两项得分较低, 平均分为 2.51 与 2.44。(不太满意)。汉语语言媒介服务的整体平均分为 3.34 (一般)。

纵观表 1 可以看出, 中国游客对金佛寺媒介汉语服务质量总体评价不错, 然而游客对六个项目非常满意的比例较低, 尤其是金佛寺汉语网站和汉语广播提示这两项服务。与此同时汉语网站和广播提示这两项不满意度很高, 分别是 31%和 19%。不太满意度分别为 21%和 31%。满意度评价在满意和一般的百分比中, 对金佛寺的汉语宣传单和汉语指路牌的评比较高, 都是 82%。其次评分分数较高的是金佛寺的汉语标志牌服务, 占 76%, 而汉语网站服务质量和汉语广播提示这两项服务占比最低, 分别是 47%和 50%。

从表 1 可以发现一个很明显的问题, 即中国游客对金佛寺的汉语网站介绍服务和寺内广播提示服务相比于其他 4 项满意度极低, 不满意度较高。中国游客对金佛寺汉语宣传单和汉语指路牌这两项的满意度较好。对汉语标志牌的评价相对不太高。

2. 中国游客对金佛寺的服务人员汉语水平的满意度调查

服务方面评价项目	满意度 (100 位)				
	非常满意	满意	一般	不太满意	不满意
金佛寺的汉语服务人员沟通能力	5	4	3	2	1
平均分	1.57 (不太满意)				
金佛寺的汉语服务人员汉语水平	0	7	16	24	8
平均分	1.32 (不太满意)				

服务方面评价项目	满意度 (100 位)				
	非常满意	满意	一般	不太满意	不满意
	5	4	3	2	1



汉语服务人员金佛寺背景的汉语介绍	0	5	29	10	11
平均分	1.38 (不满意)				
汉语服务人员金佛寺文化历史的汉语介绍	13	15	24	3	0
平均分	2.03 (不太满意)				
汉语服务人员金佛寺各建筑的汉语介绍	0	3	12	29	11
平均分	1.17 (不满意)				
服务人员汉语在佛教旅游词汇上的应用	0	1	12	19	23
平均分	1.01 (不满意)				
总体平均分	1.50 (不满意)				

表 2: 中国游客对金佛寺工作人员的汉语服务满意度调查

表 2 将金佛寺服务人员的汉语能力分为 6 个方面，分别是汉语沟通能力、汉语水平、旅游景点背景的汉语介绍、当地文化历史的汉语解释、旅游景点建筑的汉语介绍、关于佛教旅游的汉语词汇。

汉语沟通能力和汉语水平是指金佛寺工作人员具有使用汉语和中国游客沟通的能力，向中国游客介绍或者引导中国游客参观。

对金佛寺的背景的汉语介绍技能是指金佛寺的服务人员能够运用汉语来解释曼谷金佛寺的主要资料，例如曼谷金佛寺的来历、大金佛的历史、曼谷唐人街的历史、曼谷金佛寺内两座博物馆的来源等。

对金佛寺文化和历史的汉语解释技能是指金佛寺的汉语工作人员能运用汉语来解释与金佛寺有关的泰国当地文化、泰国当地节日、泰国华人节日以及泰国历史等。

金佛寺各大建筑的汉语解释技能是指服务人员能运用汉语来解释泰国佛寺的建筑，例如：素可泰朝代的建筑模型、大城皇朝的建筑模型、小乘与大乘佛教建筑的差异等。

最后，汉语在佛教旅游词汇上的应用是指与佛教旅游有关的汉语名词。例如化缘 บิณฑบาต、佛殿 พระอุโบสถ、因果 เหตุต้นผลกรรม、轮回 วัฏสงสาร 等。55% 抽样中国游客参加曼谷金佛寺的两座博物馆：曼谷大金佛历史博物馆及曼谷唐人街历史博物馆。

通过表 2 可以看出，金佛寺服务人员的服务质量包括六个方面，满意度调查满分是 5 分，服务人员的沟通能力、汉语水平、旅游景点的汉语解释、当地文化历史的汉语解释、旅游景点建筑汉语解释、佛教旅游汉语词汇的满意度分别是 1.57 分、1.32 分、1.38 分、2.03 分、1.17 分、1.01 分。服务人员在六个方面的总体平均分为 1.50 分（不满意）。中国游客满意度分数最高的项目是当地文化历史的汉语解释，平均分为 2.03（不太满意）。其次是汉语服务人员沟通能力，平均分为 1.57（不满意）。第三是汉语服务人员的旅游景点背景的汉语解释，平均分为 1.38（不满意）。剩下是金佛寺的服务人员的汉语水平，旅游景点建筑解释以及佛教旅游汉语词汇，平均分为 1.32, 1.17, 与 1.01。（不满意）



总体而言，中国游客对金佛寺工作人员的汉语服务满意度总体表现是不满意，分别是 0%、0%、0%、13%、0%、0%的中国游客评价为非常满意；分别为 12%、7%、5%、15%、3%、1%的中国游客评价为满意；分别是 25%、16%、29%、24%、12%、12%的中国游客评价为一般；分别是 16%、24%、10%、3%、29%、19%的中国游客评价为不太满意，分别为 2%、8%、11%、0%、11%、23%的中国游客评价为不满意。

分析发现游客对金佛寺工作人员关于金佛寺的文化历史介绍满意度最高，非常满意占比 13%，其他 5 项非常满意度都是 0%；没有不满意的游客，虽然对金佛寺工作与人员的沟通能力评价较高，但是对金佛寺工作人员的汉语水平满意度并不高；而对金佛寺工作人员关于金佛寺建筑的介绍和对佛教旅游词汇的解释这两个项目评价最低，平均分分别是 1.17 和 1.01。这两项在非常满意和满意占比之和最低，4%和 1%，而不太满意和满意占比之和最高，分别是 40%和 42%。

根据上述分析，中国游客对金佛寺汉语服务人员的汉语水平总体上不满意，金佛寺汉语服务人员在金佛寺建筑物的介绍和汉语佛教词汇方面有很大的提高空间。中国游客对汉语服务人员金佛寺的历史文化介绍满意度较高。

综合表 1 和表 2，汉语媒介平均质量是 3.34 分（一般）。反而服务人员的汉语服务质量是 1.50 分（不满意）。可以得出泰佛寺在汉语媒介上的服务表现要好于汉语服务人员上的表现，但是总体来说，汉语媒介服务和汉语服务人员服务评价均没有达到令人满意的程度。

（二）金佛寺工作人员访谈

依照对 Sippapha Tulayapat 女士和金佛寺的唐人街历史博物馆服务人员的采访，每天前来参观金佛寺历史博物馆以及唐人街历史博物馆的中国游客数量平均是 200 多位。而在问卷调查中 55% 抽样中国游客会选择参观金佛寺的两座博物馆：曼谷大金佛历史博物馆及曼谷唐人街历史博物馆。工作人员介绍说中国游客分为三种类型，有贵宾，旅游团以及背包自由行游客。贵宾游客，是指泰国政府的客人。例如：中国或者港澳台地区的领导人、部长以及大使馆工作人员等。这种游客不必通过售票窗口买票，可以直接进入两座博物馆参观，同时金佛寺还会请与金佛寺合作的岱密孔子课堂的人员前来协助翻译与提供导游服务。第二种是旅游团游客，团队平均游客人数有 30 位左右。问卷调查显示，40% 的中国团体游客往往会去大金佛宝殿参观，大部分中国游客会在金佛宝殿祈祷；26% 的中国团体游客，会参观唐人街历史博物馆和大金佛历史博物馆。另外台湾地区的旅游团队往往是每两个月会有一个旅游团来参观曼谷金佛寺。第三种是背包客，背包客一般选择自由行，一个人或者两三人一起来参观泰佛寺，相比于前两种中国游客，这类游客没有随身导游，他们一般在网上看到其他自由行游客分享的旅游攻略或者通过中国旅游网站“马蜂窝”等其他社交媒体发现的曼谷金佛寺旅游景点的资料、交通方式、附近饭店等。中国游客一般会用半个小时参观完两座博物馆。

Nittaya Pollasipta 女士还介绍，博物馆服务人员从 2013 年金佛寺启动三种语言青年义工导游项目。大约有 60 名泰国高中生参加这个项目，自从三所有名的高中学校，这三所高中分别是岱

密寺学校, Sai Panya 学校, Satee Maha Phrutharam 学校。另外曼谷金佛寺跟朱拉隆功大学合作, 提供考试来选拔金佛寺义工导游人才。考试选拔之前, 为了让这些高中生进一步了解金佛寺, 金佛寺会邀请朱拉隆功大学的讲师对参加小导游的高中生进行三天培训, 培训分为泰文与英文。两座博物馆管理人员来组织泰文培训, 朱拉隆功大学讲师进行英文培训。通过培训之后, 参观的学生能运用其他语言例如: 中文, 日语, 德语等来为外国游客提供导游服务。参观义工导游的人员必须坚持至少 60 天博物馆馆内的义工导游服务。同时泰佛寺也会提供相应的酬劳以及证书给这些义工导游。Sophita Rarerngjai 女士说该项目受到外国游客的喜爱, 能满足外国游客的沟通需求, 同时也可以提高参观高中生的外语技能。至今有许多该项目的人员被邀请服务中国贵宾游客。但是由于金佛寺的财务要遵循委员会的年会决定, 导致这两座博物馆的财务预算受到限制, 最终三语导游培训计划没有继续下去。根据访谈结果, 在三语导游计划被终止后, 目前在 10 位博物馆人员中, 只有三名博物馆职员参加汉语导游培训。

(三) 影响中国游客旅游决策的依据

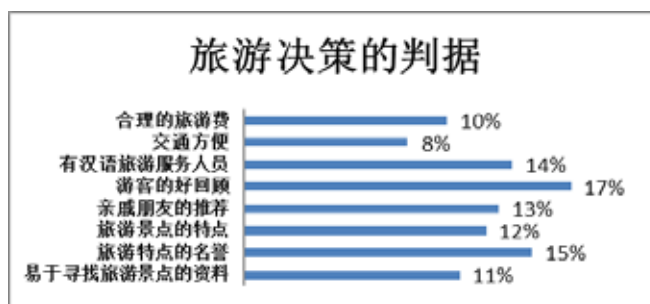


图 1 中国游客的旅游决策依据

分析中国游客旅游决策依据可以看出, 游客做出旅游决策的前提是游客收集充足的旅游景点的信息。根据曼谷金佛寺的现场调查情况分析得出, 影响中国游客做出旅游目的地决策的前 5 个因素有: 其他游客的好评率占 17%; 旅游景点的受欢迎度占 15%; 旅游景点汉语服务人员质量占 14%; 旅游景点的特点占 12%; 旅游景点资料宣传度占 11%。

分析图 1 可以看出, 影响中国游客做出旅游决策的重要依据是该旅游景点的好评率、受欢迎度和汉语服务人员的质量。

(四) 金佛寺汉语服务的 SWOT 分析

SWOT 分析是指根据企业内外部条件各方面内容的综合和概括, 分析得出该企业的优劣势、面临的机会和挑战的一种方法, 通过问卷调查法, 现场观察法, 面对面访谈法以及将收集的有关文章列出, 根据矩阵形式排列, 然后再经过系统的分析和思考, 对各种因素综合进行分析, 形成一系列相应的结论, 最终提供具有决策性的结论。本论文利用此种方法, 对研究对象所处的情景进行全面、系统、准确的研究, 从而依照研究结果制定相应的开展战略、计划以及决策等。对曼谷金佛寺佛教旅游



服务的 SWOT 分析如下：

优势 (Strengths)	劣势 (Weaknesses)
1. 有世界最大的金佛像，在泰国佛教建筑中享有独特名誉。 2. 该佛寺与孔子课堂合作。 3. 有培训导游人员的经验。 4. 位于曼谷唐人街，地理位置交通方便。 5. 博物馆里具有中文的展示牌，标示牌，指路牌等。	1. 金佛寺的委员会认为中国游客不是金佛寺的主要游客。 2. 管理部门遇到财务限制的问题。 3. 汉语服务人员供小于求。 4. 缺少网络中文媒体的掌管人员 5. 服务人员的汉语沟通技能不足。 6. 大部分的传统媒体没有中文版。 7. 网络媒体与社会媒体设置不科学 如：没有中文资料，链接故障，缺少更新等。 8. 许多博物馆内的电子科技媒体出现故障。
机会 (Opportunities)	挑战 (Threats)
1. 泰国曼谷是中国游客受欢迎的城市之一。中国游客的人数不断增长。 2. 泰国具有著名的佛教旅游文化资源，吸引大量外国游客。 3. 政府和企业对旅游业的高度重视。政府开发旅游资源与建设旅游基础设施， 4. 政府加大国外宣传力度。 5. 政府简化入境手续，放宽对游客在泰国旅游时间的限制。 6. 现代科技发达，很多中国游客利用网站媒体寻找旅游景点资料。	1. 零团费旅行团以及黑导游的问题。 2. 现在泰国缺乏当地的汉语导游人才。 3. 泰国人民使用泰语英语为主，缺少汉语沟通的技能，无法与中国游客正常交流。 4. 外国导游对金佛寺旅游景点的介绍不准确。 5. 由于中国与泰国存在文化差异，中国游客进入佛教旅游景点需要了解泰国佛寺内的规矩。

(五) 金佛寺服务站存在的问题

1. 金佛寺缺乏对中国游客的广告宣传

大部分泰国佛寺的管理部门紧缺市场竞争意识。有很多的泰国佛寺的旅游景点不易被游客发掘，以金佛寺为例，金佛寺还没有自己专门的品牌管理部门。无论是网站还是自媒体都没有关于金佛寺的中文宣传内容。金佛寺在中国游客的印象中出名度不是很高。

2. 金佛寺的汉语服务人才不够

根据售票窗口人员介绍，虽然金佛寺每一天有大约 1,500 位外国游客来观光，可是金佛寺的服务

人员明显不够。按照服务人员在访谈中的说法，在售票窗口只有两三位服务人员来负责。博物馆工作人员只有十位来轮流值日。因而金佛寺的工作人员数量明显不足，而与此同时，金佛寺会说汉语的人才更少之又少，因为金佛寺取消了义工导游项目，因此仅在博物馆内就缺少大概 50 位义工导游来服务中国游客。此外售票口还没有会说汉语的人员来向中国游客宣传介绍金佛寺内的旅游景点。所以 45% 的抽样游客指出他们不知道金佛寺内还有两座博物馆。实际上按照博物馆人员的在访谈中的说法，现在博物馆工作人员会说汉语的只有三位而已。而在大雄宝殿内没有一位工作人员会使用汉语。

3. 金佛寺的汉语服务人员缺乏汉语技能

金佛寺游客的满意度调查显示，服务人员缺少佛寺旅游汉语技能六个方面，如汉语沟通能力、汉语水平、旅游景点背景的汉语解释、当地文化历史的汉语解释、旅游景点建筑的汉语解释、佛教旅游汉语词汇。博物馆人员在访谈中提到，金佛寺博物馆以前依靠义工导游人员来服务中国游客，可是现在义工导游项目被取消。所以近几年来，管理部门才面向泰佛寺工作人员启动汉语培训项目。目前只有两位工作人员参加这个项目，学习进度是目前在学初级汉语。

4. 金佛寺网络媒体没有中文版面

曼谷金佛寺的网络媒体无法伸展到大陆的中国游客。因为推特、脸书、line、YouTube 这些网络媒体在中国大陆无法使用，另外这些网路媒体并没有中英文的版面介绍，而且金佛寺正在使用的网络媒体缺乏更新，经常会出现故障。

中国现在自媒体比较发达，很多中国游客通过像 Wechat 的自媒体了解泰国的旅游信息，而泰国金佛寺在自媒体领域没有任何涉足。

(六) 对改进金佛寺汉语服务的建议

1. 金佛寺汉语媒体的改善措施

(1) 利用网络媒体来提高曼谷金佛寺的品牌宣传度

由于中国游客对曼谷金佛寺的认识度不高，因为泰国华人一直称金佛寺为三友寺，所以曼谷金佛寺管理部门应该利用三友寺的名称来宣传金佛寺。同时金佛寺的管理部门应该从方便中国游客的角度开发利用网络媒介，采取措施让中国游客更便利地获得曼谷金佛寺的信息与资料。

(2) 利用流动应用程序 (Moble application) 技能的沟通能力

按照金佛寺游客的问卷调查，79% 的抽样中国游客指出他们运用智能手机为旅游工具。19% 的抽样游客常常用照相机为旅游工具。剩下 2 % 的抽样游客则使用其他的旅游工具，如平板电脑等。因此，曼谷金佛寺为了建立新的沟通方式，应该利用流动应用程序 (Moble application)，如金佛寺的管理部门应该建立微信 (Wechat) 群或者公众号、在蚂蜂窝、穷游软件上介绍金佛寺，以此来跟中国游客沟通联络以及提供金佛寺的正确信息。

(3) 采用扫描自助语音导览系统

为了补充金佛寺大金佛历史博物馆以及曼谷唐人街博物馆里的故障媒体设备, 金佛寺的管理部门应该利用二维码 (QR Code) 科技, 因为两个因素. 首先, 二维码 (QR Code) 是符合中国游客的旅游行为的网络工具, 72% 抽样调查的中国游客使用智能手机来扫描展示牌上的二维码从而获得中文播音解释的服务. 第二个因素是二维码 (QR Code) 的科技费用比较便宜, 金佛寺的服务人员易于安装并运用. 总而言之, 金佛寺能运用二维码 (QR Code) 的技术代替金佛寺博物馆的故障媒介。

(4) 改善金佛寺的网站媒体

虽然金佛寺管理部门建立了多样的社会媒体, 如推特、Youtube、脸书粉丝网页等, 可是这些媒体没有中文与英文版, 导致中国游客难以读懂这些社会媒体上的资料. 因此管理部门要提供中英泰三语版的资料, 从而方便中国游客乃至其他国家的游客寻找曼谷金佛寺的信息与活动. 不过管理部门应用更广泛的信息推广媒介, 因为根据泰佛寺现场问卷调查, 有些抽样中国游客指出中国大陆目前无法使用一些软件, 如推特 (Twitter)、脸书 (Facebook)、Instagram、Line、Youtube 以及 Google. 因为中国游客平常用中国自主的软件, 如以微博 (Weibo) 代替 facebook; 以微信 (Wechat) 代替 Line; 以优酷 (Youku) 代替 Youtube; 以百度 (Baidu) 代替谷歌 (Google) 等等. 所以, 金佛寺管理部门需要运用这些中国软件发布更新泰佛寺的信息和活动, 以让中国游客更方便快捷的获得这些信息。

(5) 改善金佛寺的指路牌、标志牌、宣传单以及波音提示服务

问卷调查显示, 游客指出虽然泰佛寺寺内有汉语指路牌、标志牌以及宣传单, 可是这些标志信息放置的位置不明显, 放置的数量不充足. 外国游客进入佛寺需要遵循许多规矩, 然而很多中国游客到了金佛寺区域内才知道一些泰国寺庙习俗. 因此导致中国游客对这个旅游景点不太满意. 比如说汉语指路牌、标志牌只设在两座博物馆内而已. 而其他区域只有泰文与英文的展示牌。

为了解决这个问题金佛寺的管理部门要采取如下措施, 首先在泰佛寺进口处设立关于泰佛寺的英汉双语介绍牌以及入寺服装行为要求, 其次设置充足的英汉语言的标志牌、指示牌, 尤其是指路牌, 并将这些指示牌放置在显眼的位置; 最后在寺内各区域做好两大博物馆以及其他重要建筑的路线指示标志。

最后需要为外国游客提供多语言的广播播音提示服务, 以引导外国游客有序、文明、健康旅游. 防止外国游客因不了解泰国文化习俗和佛寺寺庙规矩而做出一些不文明的行为。

2. 汉语服务人员的改善

(1) 金佛寺的服务人员要加强自身的汉语学习



根据问卷调查结果, 抽样调查游客对金佛寺服务人员的服务质量在五个方面表现不满意: 服务人员的沟通能力、汉语水平、旅游景点的汉语解说、当地文化历史的汉语介绍、旅游景点建筑汉语解说、佛教旅游汉语词汇, 都不太满意。因此金佛寺的管理部门与服务人员应该对上述六个方面更加重视, 将来可以满足更多的中国游客的需求。

身为曼谷金佛寺的服务人员, 更应该主动加强自己的汉语水平。依据金佛寺现场访谈中出现的问题, 目前金佛寺缺少会说汉语的服务人员, 只有两位博物馆服务人员参加过汉语培训。金佛寺的汉语服务人员需要: 1) 提高汉语沟通能力; 参加旅游汉语培训; 2) 加强汉语水平; 3) 加强当地文化与历史的汉语解释技能; 4) 多练习旅游景点建筑的汉语解说; 5) 多掌握佛教旅游汉语词汇与泰国艺术专用词。因为上述五个方面都是问卷调查与访谈调查中发现的主要问题。

根据调查结果, 旅游服务人员而言, 要提高汉语水平就要加强对佛教旅游汉语词汇的掌握和寺内建筑的介绍, 除了一般的常用旅游业用语之外, 还要加强与金佛寺的专用名词如: ทอง 7 น้ำสองขา 等, 因为掌握这些词汇对提高旅游服务汉语水平是十分有益的。附录二是金佛寺常用的汉语词汇与对话。

3. 管理部门的改善

(1) 金佛寺的管理部门应举办汉语旅游服务人员的常规培训

曼谷金佛寺的服务人员在给游客提供服务时经常会遇到语言沟通的障碍, 这不能仅仅归咎于金佛寺工作人员, 金佛寺委员会与管理部门也要承担相应的责任。金佛寺委员会与管理部门要提高意识, 把对工作人员的旅游汉语培训提升到工作日程之中, 因为对工作人员的汉语培训, 能增加金佛寺的旅游服务价值。若做好金佛寺汉语服务人员的汉语培训, 该佛寺可以从以下几个局面来考虑: 金佛寺委员会与管理部门需要将汉语服务人员的培训计划, 列入金佛寺委员会的管理制度中, 同时保证旅游汉语培训的长期性, 而不是一时的安排, 短期的应急措施。其次, 金佛寺可以利用与孔子课堂的合作, 邀请孔子课堂的汉语教学人员来做金佛寺的汉语培训指导老师, 同时制定一个切实可行, 行之有效的, 有针对性的汉语培训计划和时间安排, 才可以从制度上保证长期的汉语培训质量。第三金佛寺管理部门需要重新恢复三语青年义工导游项目, 以解决汉语服务人员不足的问题。

(2) 改善金佛寺的旅游服务管理组织与机制

管理部门的管理机制乃是旅游景点与旅游服务的核心, 为了提高佛教旅游服务的效率, 旅游部门的管理机制至关重要, 因而曼谷金佛寺在配合泰国佛教旅游相关政策的前提下, 需要调整自己的旅游服务, 建立健全管理标准, 提升服务质量, 适应时代的发展需要, 不断满足中国游客的需求, 提高中国游客的满意度。以此吸引更多更广泛的中国客源, 同时也能提高中国游客的二次回头消费。

(3) 加强孔子课堂的合作，恢复金佛寺义工导游项目

与孔子课堂的合作是金佛寺的优势之一，岱密孔子课堂是在金佛寺管理部门的监督之下。目前，如果有贵宾游客或者是大量的中国旅游团队来访，金佛寺的博物馆可以请孔子课堂提供有经验的人员来接待中国游客。同时金佛寺管理部门需要利用孔子课堂的合作关系，邀请孔子课堂的人员来培训金佛寺的工作人员，使工作人员提高他们的中文水平，从而提高中国游客的服务质量。从长远目标而言，金佛寺管理部门需要招聘孔子课堂的学生来参加义工导游项目，同时邀请孔子课堂的汉语人员来培养金佛寺义工导游项目的人员，从而让汉语服务人员的数量和汉语人员水平的质量能在长久计划内维持金佛寺的汉语服务水平。

泰国佛寺旅游大同小异，佛寺文化始于同源，对金佛寺汉语服务的研究同样适用于泰国乃至东南亚其他佛寺的研究，因而以泰国金佛寺为例作为泰国佛寺汉语服务研究发现的问题和针对问题提出的建议和策略可以运用到泰国其他佛寺中，从而可以进一步促进泰国佛寺旅游的发展，为泰国旅游业做出一定的贡献。

参考文献

- 王莹菲. 泰国旅游业的国际合作研究[D]. 黑龙江大学上海. 2015
- 冯文君. 宗教节庆旅游居民感知研究[D]. 山东大学, 2014
- 国家统计局办公室网. 泰国在 2009 至 2015 的泰国曼谷境内的游客的现况 [EB/OL]. 来源于 <http://www.nso.go.th>, 2017 年 12 月 4 日
- 龙如海. 中国游客赴泰国旅游满意度研究[D]. 广西大学, 2014
- 聂爱华. 泰国佛教旅游发展研究[D]. 黑龙江大学上海. 2013
- 泰国证券交易委员会网. 在 2013-2017 年的进入泰国的外国游客占比情况 [EB/OL]. 来源于 <https://www.sec.or.th/>, 2017 年 12 月 4 日

	Name and Surname (姓名): KRITSAPAT AMORNKOSIT
	Highest Education (最高学历): Master Degree
	University or Agency (任职院校或单位): Huachiew Chalermprakiet University
	Field of Expertise (专业领域): Chinese Language
	Address (地址): 567/1 Petchkasem road Bangkae district Bangkok 10160



南洋不屈心魂的流响^①

——东南亚华文抗战语言风格略说

THE RESOUND OF INVINCIBLE SPIRIT IN NANYANG: BRIEF SANSKRIT TERMS ON THE STYLE OF LITERARY LANGUAGE IN SOUTH-EAST ASIAN LITERATURE ABOUT THE ANTI-JAPANESE FASCIST WAR

苏永延

SU YONGYAN

厦门大学, 中文系

Xiamen University, Department of Chinese Language

E-mail: suyuan@126.com

Received: 3 September 2019 / Revised: 18 December 2019 / Accepted: 20 December 2019

摘要

本文从文学语言的角度,以文学语言风格为切入口来考察东南亚华文抗战文学的特征,指出它具有悲慨、雄浑、辛辣、通俗等特点,既与中国大陆的抗战文学语言相近,又有鲜明的南洋色彩。努力探索文学语言在表达形象、审美特征方面所起的作用及其内在规律,为文学研究寻找新的增长点。

关键词 东南亚 马来亚华文文学 文学语言风格 抗战文学

ABSTRACT

This article stands on the view of literary language, selecting the cut of style of literary language study the Chinese literature works of south-east of Asia during the Anti-Japanese fascist war, pointing out that the works have the characters of below: grief and indignation, vigorous and firm, pungent and popular, which are quite similar to the Chinese mainland literature work, at the same time, the Malaya Chinese literature language has its own native feature. The article is probing into the literary language functions of expressing images, aesthetic characteristics and the inner principles, searching for the new areas for the literature studies.

Key words: South-east Asia, Malaya Chinese literature, style of literary language, literature about the Anti-Japanese fascist war

^① 本文系国家社科项目“东南亚抗战的华文叙述研究”(项目编号 16BZW162)及中国侨联“东南亚华语反法西斯文学研究”(15BZQK224)的阶段性研究成果。



距离 1937 年“七七”全面抗战已经 80 多年了，与抗战有关的文学创作数量也相当可观，但关于东南亚抗日的华文文学创作及研究，尚有许多可探讨的地方。总体而言，东南亚华文新文学是在中国“五四”文学影响下产生的，“七七”事变之后，东南亚各国华文作家们的爱国主义热情瞬时爆发，他们努力将文艺的力量化为现实的抗战动力，反侵略的华文文学成为风起云涌的文艺大潮，呼唤千千万万漂泊海外的中华儿女为祖国而奋勇抗争。

从 1937-1941 年间，东南亚各国的华文创作呈蓬勃发展之势。在泰国，1937-1938 年间就涌现出 39 个华文文学团体及文艺刊物，100 多位中坚作家；在马来亚华文作家以通俗化、大众化的形式，对支援祖国的抗战起了十分重要的作用；印尼的华文报纸如《朝报》、《汇流》、《新村》、《苏门答腊报》等都开设文艺副刊，登载反对帝国主义侵略的文学作品；菲律宾华文学以异常坚韧的毅力，在日军占据马尼拉后，仍然非常活跃，如《前锋报》、《导火线》、《大汉魂》、《扫荡报》等不时传出震撼人心的作品。从总体来看，本时期东南亚华文文学以抗战文艺为主潮，但随着 1942 年日军占领东南亚之后，华文抗战创作迅速归于沉寂。

东南亚抗战时期的华文创作，除了描写中国大陆惨烈的抗战场面外，更多的是描写华人社会各界如何踊跃援华，并与形形色色的投降派和汉奸作坚决的斗争，形成了富有特色的东南亚抗战文学潮流。虽然东南亚各国抗战时期的华文文学发展不太一致，但它们又具有强烈的战斗情绪与浓郁的热带风情共同特点，与中国大陆的抗战文学有着明显的区别。本文将以马来亚华文文学为例，从文学语言风格的角度来审视东南亚华文抗战文学的独特风貌。

文学语言属于学科交叉研究，关于文学语言概念的界定，虽然语言学家们见解各异，或从来源，或从审美标准，或从功用角度来加以认识，并未形成定论。李荣启先生认为，“文学语言是指文学作品中所使用的，体现文学性与审美性，独具特色的语言。”“超越了语言规范的活生生、具有内容性的语言，是熔铸着作家情思与睿智的特殊话语系统，是从作家心理炼制出来的，是一切艺术感觉、审美经验、文学形象的表现者。”^①我认为李荣启先生的看法比较切合文学语言的实质。

对文学语言研究的关注，也不是近年来才出现的。早在 20 世纪五、六十年代，语言学家吕叔湘就提出文学语言是“语言学与文学的边缘学科”，^②到了八十年代，他在《把我国语言科学推向前进》中明确提出，“语文教学的进一步发展就走向了修辞学、风格学的道路，也就是文学语言的研究。这是语言学和文学交界处的学科。”^③这说明了吕叔湘已经从语文教学角度提出了文学语言的学科建设问题，而不仅仅是从语言学的角度来考虑文学语言了。另外，语言学家王力、季羨林、邢公畹、孙常叙、张清常、张星等也对文学语言十分关注。现代作家如鲁迅、茅盾、郭沫若、老舍、丁玲等，虽然没有在文学语言方面提出专门的理论，但他们对文学语言所发表的一系列主张，对文学语言的学科发展是十分重要，值得深入探究。

八十年代改革开放以来，国外流行的文学思潮涌入我国，其中就有 19 世纪末 20 世纪初在西方盛行的俄国形式主义流派的学说，他们主张从语言学的角度来研究文学作品，大大丰富了文学研究

^① 李荣启：《文学语言学》，人民文学出版社 2005 年 5 月版，第 4 页、第 73 页。

^② 吕叔湘：《语言和语言学》，《语言学习》（北京），1958 年第 2,3 期。

^③ 吕叔湘：《把我国语言科学推向前进》，根据 1985 年 10 月 22 日在中国语言学会成立大会上的发言记录整理。



的手段。我国的文学语言研究者结合我国现代语言学家、作家以及古代文学批评家关于文学语言的论述，努力探索具有中国特色的文学语言学道路。厦门大学学者李国正教授等在《东南亚华文文学语言研究》中提出文学语言是横跨语言学和文学两门学科的研究领域，有着非常广阔的探讨领域，如文学语言的类型、特征、结构、功能及其在文本中的变化，除了探讨文学语言的形象性、美感特征以及语言规律之外，还要对文学语言的艺术加工，作家作品的语言特色、风格、修辞方式、体式等作深入研究。

这种学科交叉研究，不只是一种简单的研究空白或缺漏的补充，而是集语言学和文学研究之长，为学科的发展寻找突破口和新的增长点，使文学和语言研究在更高程度上达到完美的融合。居于以上设想，本文就是以东南亚抗战时期的文学语言风格为切入点，来探讨文学语言在深入文学研究领域方面可以起到什么样的作用，希望抛砖引玉，引发更多的研究者加深对这种交叉学科的深入研究。

本文所指的“抗战文学”，指的是抗日战争期间，在东南亚一带出现的反映中国及海外华侨对抗战的各种态度与行动，这些文学被称为“抗战文艺”、“南洋抗战文艺”，与中国大陆抗战文学遥相呼应。1942年初，日军占领马来亚后，严酷的法西斯统治使马华文学迅速陷入沉寂。马华文学语言在这特殊的历史时期里，因突出反映了许多百姓颠沛流离苦难生活，痛苦而不消沉，悲哀而不软弱，语言流露出悲慨之气；在反映了各地军民同仇敌忾，视死如归的英雄气概方面，用语雄浑；鞭挞贪生怕死、自私自利、卑鄙无耻的民族败类，语言则显得辛辣；为唤起千千万万百姓的抗战热情，用语富有鼓动性，呈现出通俗化的特色，这些都是与抗战紧密联系在一起，体现出那个时代人们共同的心理与审美取向。

一、苦难心魂留影像：悲慨

战争是残酷的，但中国人的抗战热情并不因此而减弱。在文学创作上，无论是小说还是戏剧，大都写得昂扬激奋，色彩鲜明单纯，为那个时代的苦难心魂留下了特殊的影像。在语言风格上，则以悲慨为主要底色。

悲伤感慨之词，乃是该期民族苦难的真实写照。抗日战争全面爆发之后，日本侵略者铁蹄所到之处，无不狼烟四起，生灵涂炭，普通民众只能背井离乡四散逃难，留下了一幅幅惨绝人寰的生离死别的画面。《逃难途中》写李大嫂带着襁褓中的孩子逃亡，在鬼子快追上的关键时刻，如何处理襁褓中的孩子：

又一下子坐了起来，坚强地，像报复一棒仇恨似的，狠狠地再咬着流血的嘴唇；显得安祥地，解开了包扎，把孩子摔了出来，久久地看着、看着；突然，她把孩子丢在雪里，立了起来，调过了头，紧闭着眼睛，但没走几步，又站住了，迟疑了一会儿又迅速地回到孩子的身边，捧起来紧紧地抱在胸口。^①

这一情节写令人心碎的母子生离死别场面。李大嫂背着襁褓中的孩子逃难，又累又饿，但鬼子

^① 乳婴：《逃难途中》（1938.6.19），《马华新文学大系四·小说二集》，第229页。

很快又要赶来了，不丢掉孩子，她就逃不上山去，结果必然会双双丧命；丢掉孩子，她又割舍不下。作家采用心理斗争外化的方式，来展现人物痛苦的两难抉择。在这短短的文字之中，展现了人物心理的两次激烈斗争：第一次作家用“坐”、“坚强”、“报复”、“狠狠”、“咬”之类的词，来描绘人物的内心痛苦的抉择，她决定要丢掉孩子，而这种决定是通过恶“狠狠”的神情描写来实现的，连嘴唇咬破了还不自知，残酷的决定是理性选择的结果，当然这种狠心的决断似乎战胜不了天生的母爱的温情，当她把孩子解出来时，神态又显得“安详”、“久久”、“看着”，对于后有追兵的逃难人而言，久久不动意味着灭顶之灾，但这种母性的本能又使她无法下这个决心。这是第一回合的心理斗争：最终母爱的力量战胜了对自身生命的恐惧。当然，这只是一瞬间的感觉而已，紧接着理性的力量又告诉她必须放弃，于是她又把孩子丢在雪里，“调过”头，“闭”了眼，这一次仿佛没有第一次决定时的那种决绝勇猛的气魄，而是用不忍视来抗拒那母爱的呼唤，但是她又“迟疑”“回”到孩子身边，“抱”在胸口：一个小小的片断，把生与死的抉择，爱与恨的交织，果敢与迟疑的较量，体现得淋漓尽致，可谓一唱三叹。民众的悲伤与泣血的呼唤仿佛依稀可闻。

这一细节的描写，与三国时期王粲《七哀诗》中所写的又是何其相似。“出门无所见，白骨蔽平原。路有饥妇人，抱子弃草间。顾闻号泣声，挥涕独不还。未知身死处，何能两相完？驱马弃之去，不忍听此言。南登霸陵岸，回首望长安。悟彼下泉人，喟然伤心肝。”李嫂与诗中饥妇人的心理其实是相通的。“未知身死处，何能两相完？”小说中虽然没有描写孩子的哭声，但与建安乱世草中的孩子哭声中又仿佛相似。李嫂只是一个乡野村妇，也不可能读过王粲的诗歌，但是人性的光辉和力量，又把相隔近两千年的感情与心绪打通，映衬出人性光辉而永恒的一面。

一个民族遭受异族蹂躏之苦，饱尝生离死别之痛，这种悲痛往往又是全方位的。它对所有在逃的人与已逃的人的心灵创伤都是一样的。

如今，连这么个玄想的享受也给扔得粉碎，明朗的记忆爬进了坟，憧憬中的老家是一个悲惨的魔窟，一个支离的、破碎的家呵！如今我用尽悲哀的想像去摹拟每一张沉郁的嘴脸，我又用尽耻辱的字眼去描划每一片被蹂躏的湖山……^①

从抗战大爆发开始，时间已经过了快三年，而对于作者来说，他已经到达了战火烧不到的南洋土地上，但是国破家亡的惨痛记忆依然在刺激着他，悲哀、沉痛的感情溢于言表。从文字上看，几乎都是带着伤心、痛苦一类的词，如“粉碎”、“坟”、“魔窟”、“悲惨”、“悲哀”、“沉郁”、“耻辱”、“蹂躏”，唯一一个具有亮色的词是“明朗”，但它只是这众悲之词的反衬而已。尤其值得注意的是，作者用了许多带“一”的句子，“一个”、“每一张”、“每一片”，可以想象作者是用充满痛苦的感情，奋力地拼贴已破碎的记忆，那是一种哑模式的回忆与想象，而回忆越多，其实对作者来说也就越痛苦。作者用一系列的长句，来体现这种回想时的心理活动，使感情表达变得沉郁、低缓。特别是最后两句，用接近对仗的方式来写，更使语言与感情的表达如泉水一般自然无声地淌出，而淌出的是家园破败、山河飘零的伤感。

悲慨的语言风格，所体现出来的特点不仅有悲伤的一面，更有一种为了某种崇高的信念而慷慨

^① 叶冠复：《静的怅惘》（1940，4，4），《马华新文学大系七·散文集》，第481页。



赴义的坚强特征，在遥远的中国大陆，战火燃烧正酣，呼唤的是血与铁的精神，颂扬的是一种全民皆兵的奋战精神。

迅速地把手雷的引线装好了。老黄拉着老谢的手，对众人望了一眼：

“弟兄们，咱们来生再见！”

“走吧，二十年后又是一条好汉！”扑通，老谢钻到水里去了，老黄也跳了进去。

留在岸上的人们差不多都窒息着，全神注视着两个浮沉的黑影，慢慢地消失在江中。

这时，夜显得更加可怕地寂静，每个人都听到了自己的心在跳动，自觉到手在战抖。^①

这一情节反映的是为了轰炸停泊在上海的日本战舰“出云”号，抗战义士组成敢死队，用血肉之躯带着水雷，潜水游到敌舰近距离将其炸毁的过程。本节写的是他们这些敢死队员出发前的细节描写，人物的语言非常简洁，“来生再见”与“二十年后又是一条好汉”都带着视死如归豪迈气势，一种慷慨就义的悲壮美。与之相映衬的是送行者的态度，都是用着极为担心而又崇敬的感情来为他们送行，“窒息”、“寂静”、“心在跳动”、“战抖”，体现出内心的激动与不安，慷慨与崇高得到了极大的映衬。

关于这类情节与氛围的塑造，在《史记·荆轲》里的场景简直就是光辉的模板。

太子及宾客知其事者，皆白衣冠以送之，至易水之上，既祖，取道，高渐离击筑，荆轲和而歌之，为变徵之音，士皆垂泪涕泣。又前而为歌曰：“风萧萧兮易水寒，壮士一去兮不复还！”复为羽声慷慨，士皆瞋目，发尽上指冠。于是荆轲就车而去，终已不顾。（《史记·刺客列传》）

如果《史记》与上一则的文字相比，就会发现在写作情景的设置上都是一样的：英雄的豪迈与慷慨古今不二。虽然具体情节与语言不同，氛围的营造上却无二致。太子、宾客的涕泣、瞋目、竖发等反应，与黄浦江边的岸上人们的反应，都是被英雄的慷慨之气而感染的一种集体崇拜反应的动作。《史记》文字的经典性意义几乎感染和影响了一代又一代的作家，可见语言魅力其实不分古今，只关乎审美效果。

回到那辆车旁，还是没有人，汽油在地上淋得更湿了，王老爹快捷地掏出了火柴。

“擦！”

一阵猛烈的火便在汽油上燃烧了，燃烧了！车轮上着了火了，车身上着了火了，好像火山爆发一样，军用车冒出了数丈的火焰，在烈火中毁灭着……

在和王老爹的骨头破碎的同一刹那间，一个巨大的爆炸声从火中发出，一切都在烟火中毁灭了。

②

这段文字所写悲慨之气，与上一则有很大不同，如果说上一则写敢死队出发的场景是慷慨中带着庄严肃穆而又凝重的话，突出悲壮的崇高与伟大之美。这一则是以欢愉的文字来表达这种悲壮的特性，“燃烧了，燃烧了！”“车轮上着了火，车身上着了火！”语言用不断重复欢呼的方式，反映了火烧起来的模样，有一种看着火越来越大而欢欣喜悦之情。其实放火点着一辆满载武器弹药的汽车，就是一种自杀性攻击，王老爹除了为亲人复仇和必死之心外，还在于他体会到其重大的意义，即对

① 高扬：《黄浦江中的巨雷》（1937，11，21），《马华新文学大系四·小说二集》，第143页。

② 流冰：《在血泊中微笑》（1938，5，12），《马华新文学大系四·小说二集》，第147，148页。



于日本侵略者是重大的打击，所以又感到欢欣的。这种因视死如归的精神中所流露出来的欢愉，显得那么神圣、安详和自然。一代高僧弘一法师圆寂前的题词“悲欣交集”，体现出他参悟人世后的豁达与圣洁心境。从这一意义上看，王老爹的这一义举，也具类似的境界，虽然他并非出家修行之人，但这种舍生取义的崇高精神并不因此而相形见绌。因此，以喜衬悲的语言特色，在那特定时代里，也是颇为突出的。

二、血火抗争显伟力：雄浑

与反映全国人民上下一心抗战的悲慨语言相连系的，是马华语言的雄浑风格，这是悲慨风格的自然延伸。雄浑指的是雄健浑厚有力，它与纤婉形成鲜明的对比。在民族面临生死关头，在血与火的战斗洗礼中，呼唤的是雄健有力的精神，那种在个人小天地里辗转呻吟的声音虽然凄冷、婉转动听，但并不是社会所需要的审美对象，因为社会急需的是勇猛的奋斗、坚韧的意志、团结一致的伟大力量，这要用雄浑的语言来体现。

虹口全部戒严，小部分已开始了决斗。

横穿天空的炮弹，时常在它流线式路径的终点绽开有声有色的血红火花，仿佛倦了惫了的流弹在蒸郁的七月天空中奔走着，有时抓住了一个活的目标，便残忍地在它身上描绘出一幅红的图画。壮烈的战争就这样地正在虹口及其附近的郁热中进行。东亚几万万人的心在期待，几万万的口在祷告，虹口是在制作一阕伟大的“解放与自由之歌”。^①

这段文字，反映的是残酷激烈的上海会战场面。作家有意识地采用一些明朗，甚至是热烈的词汇来体现正面战场的情景，如“有声有色”、“血红火花”、“红的图画”、“自由之歌”等，战争的残酷场面显得淡化了。作家从大处着眼，用“几万万人的心”、“几万万人的口”这样的字眼，就使之转化为不仅仅是作战双方士兵的拼杀，而是牵动着全中国乃至全世界爱好和平人们的心。即使是残酷血肉横飞的场面，作者使用的是“红的图画”，展现出来的是一种近乎残忍的“美”。其实纵观世界各国的民族独立发展史，又有哪一个不是建立在无数血肉之躯牺牲的基础上而最终获得自由与独立的？所以，从这个意义上来看，为这民族斗争而鼓与呼的文学语言，它所代表的已不仅仅是作家个人的意愿和呼声，而是代表者千千万万的共同心声，传递出来的是坚忍不拔、力透纸背的强健意志。

战争不是舞榭歌台上的轻歌曼舞，也不是花前月下的浅酌低唱，它代表着暴力和毁灭。历史上风光秀丽、景色迷人的苏州，在战争状态下已是另外一番面貌了：

油秀娟丽的苏州，在什然并作的炸声里张开了几百个暗红的血口，溅起一坟坟的污血，火苗从屋宇间向上生长，带着白的黑的，红的烟，茁成了十百株的大树，喷发着，而后泛开了火的河，火的海，阳光中飘着去而又来的机声，银翼闪着死光，朝上、掠下，地面便拼命轰响，富贵人家的雕梁跟着大理石屏向天空溅上，然后像另一枚炸弹似的压到附近的屋顶，引起一阵新的栋角与瓦石混成的雾。……^②

^① 铁亢：《在动荡中》（1938，6，19），《马华新文学大系四·小说二集》，第366页。

^② 铁亢：《试炼时代》（1938，8，26），《马华新文学大系四·小说二集》，第454页。



在狂暴的战争机器面前，美已变成毫无意义了。这段语言中，描绘的是美如何在战火中毁灭的过程。作家以雄浑的笔触，从鸟瞰的角度，描绘了苏州遭受轰炸的全景图，特别是以一种极为诡异的意象，来形象遭受轰炸时的那一瞬间，先是“几百个暗红的血口”，比喻苏州仿佛是一个受到数百个重创的人一样，那是极度令人恐怖的场面，几百枚炸弹的爆炸，作家使用的是“血口”，它既可指创伤面的巨大，也可以指战争野兽的血盆大口，正在把美丽的苏州吞噬，普通百姓在空袭中死于非命的情景。个人生命在这里已经变得像蝼蚁一般的微不足道，他们已变成填补战争野兽尖牙利齿的食物，令人触目惊心。

在描写炮弹所引发的大火上，作家所用的意象更是匪夷所思，因为它用“大树”，不过这棵大树是令人恐怖的“死亡之树”：“白的黑的、红的烟”，由各色烟雾所组成的噬人的场景，展现出来的图象令人不寒而慄，冉冉升起的浓烟，其间夹杂着火苗，在半空中迅速扩大升腾，那是何等的诡异！日本侵略者动用了最为残忍的毁灭性武器来对付中国的抗战军民，其冷酷嗜血可见一斑。先是浓烟，随后又引起发起大火，变为“火河”、“火海”，整个苏州城化为火的海洋，火的世界了。

作家在这场大劫难里，“雕梁”、“大理石屏”被炸飞的情景，这是一种象征，本来它们代表着美和尊贵，然而在这场战争中它们只能落得玉石俱焚的下场。作家通过对遭受轰炸和毁灭的古城苏州的片段描绘，在传达出战争暴力所造成的大毁灭的控诉同时，也指出战争毁灭的不是普通百姓安居乐业的希望和企盼，更加衬托出这已是整个民族的灾难与浩劫。

雄浑的语言，有助于表达集体力量的伟大，这一点对于抗日战争时期而言，尤为重要。只有鼓舞广大民众的抗日热情，唤醒他们心中坚定的信心和树立必胜的信念，许多作家都自觉或不自觉地带用这样的语言艺术。乳婴的《八九百个》通过描写八九百个矿工自发罢工，不为日本矿主采矿的事迹，来歌颂团结奋斗所体现出来的伟大之处，现看两处句子：

大家的国家要大家救，这一次，我们八九百个一定要一条心，才有用处，让大家看看我们到底怎样爱国，让大家看看没有我们八九百个，日本的铁矿场能不能再弄到一点铁，做了军火来杀我们同胞。^①

是中午了，八九百个人觉得有点疲乏，有点难受。但是谁也不曾现出惨苦相，在骄阳的威迫下坐着，高兴地双谈笑着；是一种满足的愉快的情绪，在八九百个面上，八九百双眼睛里，八九百个心头浮泛着，显现着，交流着。就是几十个印工和巫工，在八九百个人的狂热的爱国行动的激动下，也不曾想到离开不远的橡树林里去躲避一下毒热的太阳。^②

这两则文字大量使用集体称呼的语言，而且语言的出现重复率相当高。如第一则常用的就有“大家”、“国家”、“我们”、“同胞”，这些集合性意义的词汇反复出现，营造了一种共同的认识氛围，具有把不同思想和想法的人统一到一起的效果，这也是作者不厌其烦地重复这一类词的初衷，所谓“人心齐泰山移”，当共同的思想认识形成之后，它们就会形成无坚不摧的力量，体现了作家巧妙地把用集合体的词语表现雄健浑厚的语言艺术。

第二则不仅是用了集合性的词语，而且用的是一个共同的词“八九百个”、“八九百双”，就是为了强调这惊人的集体力量。普通矿工的身份是卑微的，他们个人的能力也是有限的，但是一旦他们拧

^① 乳婴：《八九百个》（1938，1，11），《马华新文学大系四·小说二集》，第250页。

^② 乳婴：《八九百个》（1938，1，11），《马华新文学大系四·小说二集》，第260页。



成一条心时，就会迸发出惊人的伟力，凝聚他们的心恰恰是那无形而又无所不在的爱国主义精神，把这些来自不同地区、不同遭遇的劳工们团结在一起。当然，这里也不乏人类之间伟大的同情心，印工和巫工，虽然不是出于爱国心而团结，但是他们是以善良的同情而与中国劳工们走到了一起。

如果说三十年代初的文学作品语言，也有对群体事件过程的描绘，那是工人们在争取自身的权益的话，当然这种权益尚属局部性质的，不能代表所有人的共同心态。但是在抗战这种大环境中，这些集体认识已超越了阶级的界限，变成了中华民族与日本军国主义侵略者的矛盾对立，这是更为严峻、尖锐的斗争。语言中激荡着爱国主义的豪情与激情，所以这种重复之中，又带着很强烈的颂歌性质。作家还把这种激越的爱国心通过“面上”、“眼睛里”、“心头”三个不同的层次，由外而内加以渲染，说明了这种爱国热情不是仅仅浮于表面的形式，而是源于广大劳工的内心之中。

来/来歌唱/大家集合/在露天场上/不要脸红害羞/不要怕日头炎/咱们仰口可吞天。^①

这首诗歌的写法也是颇为雄健的，但是技巧与李蕴郎的不一样。李蕴郎的诗歌以直抒胸臆的方法，发脏腑之音，给人以力竭声嘶的拼命之状。刘思的诗歌则以双关与夸张的方法，来表达广大爱国华侨坚定的抗日精神。从诗歌的叙事角度来看，不过只是一个召集大会唱的描述，但作家巧妙地用了双关之法，“不要怕日头炎”，这就有了两重含义，一是大自然的现象，这在南洋一带乃是平常之景；另一个是日本侵略者的气焰嚣张，他们所进行的是不义的侵略战争，亦不足畏。“咱们仰口可吞天”，这给人的第一直觉就是郭沫若的《天狗》，那是一种充满着无穷浪漫的想象，充满着极大的自信和伟力。在看似寻常的口语中，流露出藐视敌人，充满自信、自豪的精神。

三、爱憎分明曝阴类：辛辣

在这个抗战犹酣的时期，抗日成为马华社会里的最高政治，雄浑的语言对于鼓动人心，投身抗战起着相当积极的一面。但是事物历来是复杂的，有些人出于各种私心，对抗战不仅不支持，反而起到破坏作用。马华文学对于那些为虎作伥、认贼作父、自私自利、招摇撞骗等现象的描绘，揭露这类事物的丑恶、虚伪与卑鄙的面目，文学语言则显得辛辣，这是一条隐而不现的战线，而这条战线更加贴近马华社会的真实生活面貌，因此也就更具有鞭辟入里的效应。

所谓辛辣的语言风格，指的是文学语言尖锐而刺激性强的特征。在抗日这种独特时代的氛围里，文学语言的辛辣首先表现在对日货爱憎分明的用语上。正如大陆用“鬼子”来指代日军一样，其全称为“日本鬼子”，表示国别。但慢慢地“鬼子”就成为专用名词。在马华社会里，因为还没有面临着与日本侵略者的直接对抗，所以华侨所发起的活动就是抵制日货，但“日货”是一个中性词，在文学语言中，它的名目是不断变幻的。

“因为卖劣货的‘味之素’是有点不名誉的。”^②

“仇货不让给它烧个净光，还要去叫什么水龙车？”^③

^① 刘思：《来唱歌》（1939，4，9），《马华新文学大系六·诗集》，第196页。

^② 紫焰：《招牌的命运》（1937，9，15），《马华新文学大系七·散文集》，第363页。

^③ 啸平：《失火》（1937，11），《马华新文学大系七·散文集》，第496页。



“染着乌油的劣鱼。”^①

以上几例，可以看出那时候的华侨对日货鲜明的态度，他们用“劣”、“仇”来形容日货，又在此基础上，衍生出“劣鱼”、“劣货”、“劣油”、“劣布”等称呼，“仇”字也一样可以与其他词汇组成针对日货的专用名词，表达他们对日本侵略者的高度仇恨与蔑视。在这些词语当中，民众对卖“劣货”的高度鄙视，那是他们的崇高爱国主义感情所引起的。

“西方一撮胡子的魔王，/东方的矮无常，/遥遥相对地/狂饮血腥的祭酒！”^②

在第二次世界大战期间，德、日、意结成轴心国，掀起了人类历史上最为浩大的劫难，诗人把它和魔王希特勒相提并论，创造出“矮无常”这样的形象，来代指狂妄贪婪的日本侵略者。“无常”本是中国民间信仰中的一类鬼卒的代称，又有“黑无常”、“白无常”之分，无常鬼是专门从事勾魂索命工作的，故而又是恐怖的代名词。日本人古代称为“倭”，即矮也。于是诗人就用这两个词的特别组合，变成了专指给中国人民带来恐怖和死亡的“矮无常”，可谓入木三分，异常辛辣，其嗜血贪婪、残忍等反人性的特点昭然若揭，是十分精彩的词汇。

马华文学语言的辛辣，不仅表现在对敌人、敌货等的尖锐讽刺，还表现在对那些自私自利、出卖国家和民族利益，以及为虎作伥者的辛辣讽刺。作家们对这类人大都使用夸张的艺术手法，用漫画式的笔法来加以体现的。

大肚皮常常吃补，所以他长得胖，两颊胖得像被人搥肿一样，把两只老鼠似的小眼睛，遮得叫人看不见，而且还把两条腿胖得变成短了，走起路来，就像皮球一样的滚着。所以呀，店里讨厌他的伙计，常常这样叫着：

“皮球又滚来了！”^③

这是用夸张的词汇来描写一个人的形象。在马华二三十年代以来的文学语言里，“大肚皮”是有所指的，针对的是那些为富不仁的社会寄生阶级，而这里的“大肚皮”，不单是具有以上劣行，而且还是卑鄙、无耻之徒。作者在夸张突出他的胖时，所用的语言带着极度轻蔑的语气。如形容其脸之胖，用的是“像被人搥肿一样”，这是十分尖刻的说法。俗语说“打肿脸充胖子”，形容某个人虚伪得可笑的丑态，故用一个“搥”字，可见“大肚皮”已胖得整个脸都变形了，丑陋不堪，面目可憎。“把两只老鼠似的小眼睛，遮得叫人看不见”，人因胖而眼睛变小，作家还特地加上“老鼠似”的小眼睛，更突出其小。除了审美意义上的小和丑之外，“老鼠”眼还有一层文化上意义，那就是给人以鼠目寸光、卑鄙贪婪的印象。小眼睛并不代表罪恶和丑陋，但“鼠目”则是明显的贬低和讽刺。作家从各个方面，用漫画式的笔法描绘了那些置民族利益于不顾，大发国难财的奸商形象，可谓不遗余力。

1938年4月，张天翼发表了《华威先生》，辛辣地讽刺了利欲熏心的官僚华威先生虚伪的外表，自私卑鄙的内心世界。轰轰烈烈的南洋华侨抗战热潮里，不乏此类渣滓，出现了南洋版的华威先生。

“‘唉！真是忙死我。’这一天导演先生在林民的房间，一边用指头蘸着杯底剩着的茶水在桌上

① 佐丁：《剃刀》（1938，8，12），《马华新文学大系七·散文集》，第601页。

② 蓬青：《十月的烽火》（1939，10，20），《马华新文学大系六·诗集》，第327页。

③ 艾蒙：《大肚皮和阿明》（1939，10，14），《马华新文学大系七·散文集》，第587页。



乱画，一边自语似的对林民说着：‘晚上要写讲义，白天又不能抽个空休息，简直是我忙死了。’他说着，忽然像想起了什么事情，举高左手，望了一下表，‘你看，再过半个钟头，我又要到戏剧训练班去主讲。’”^①

“‘主席。’他站起来，向主席举了一下手，说道：‘我因为还有事情，我得先退席！至于大家要我帮忙戏剧工作，我是很愿意的。好了！再见！’他没有等主席回答，像怕来不及的样子，拉开了椅子匆匆的走了……”^②

这两段文字，我们可以从张天翼的《华威先生》中找到类似的情节、动作和语言。从文章的命名方法、语言等方面的比较来看，林晨的《导演先生》是对张天翼的《华威先生》的有意模仿，以此揭露南洋一带也有“华威先生”存在。鉴于“华威先生”在中国大陆已经有了很大的影响，作家想用类似的方法来提醒人们注意南洋“华威先生”的真实面貌。这不能用简单的抄袭来看待，是有意识的借用，想揭开事物的真实面目，提起关注。《导演先生》的背景置换成南洋，有强烈的特指意味。让人们对南洋的“华威先生”一类的人物产生警惕，让这些丑恶的现象无处遁形。

马华文学语言辛辣讽刺了那些趁机发国难财的招摇撞骗者，以及漠不关心者的洋奴才，语言中多少是带有一点嘲笑的意味，但是如果是对汉奸的描绘时，那么辛辣的语言中则带着峻急的特征，体现了抗战时期马华文学语言爱憎、敌我分明的鲜明特色。高云览的《翻脸》写一对青年男女在花前月下闲谈，几乎是海誓山盟般的问答，男子激动地问，假如他变成穷光蛋了，女子会依然爱他。于是又问如果成为挑粪工、猪头三、小瘪三、哈巴狗……，女子都表示会爱着他。

“假如我变了个华北的汉奸呢？你也爱吗？”他等着一个觉醒的回答。

可是回答的是一个巴掌。“我可一枪干掉你！”女的完全翻脸，脸变成可怕的铁青：“而且，即使你并不是，可是你已经这样说，连听了也觉得很恶狠！”^③

恋人之间的对话颇具深意，男子问话假设成穷光蛋、挑粪工、猪头三等身份，只表示他在社会地位上的变化，对个人思想、人格并没有太大的影响，她都可以接受。而后，男的抛出最后一个问题：变成“汉奸”，男子为什么会把这个问题放在最后来发问？其实他的内心也是相当清醒的，知道“汉奸”的身份比小瘪三、哈巴狗、甚至是臭虫还要低贱的，而且已经逾越了作为一个正常中国人所应有的道德底线。可是等来的是一记响亮的耳光和迅速的断绝关系。这位女子的反应可谓旗帜鲜明，恋爱可以不分贫富贵贱、寿夭穷通，但它也不是盲目的，无原则无底线的，即须以一个起码的中国人作为前提。一旦突破了这条底线，那么这种人还有什么不敢做的呢？这位女子的反应是对的，她认为男子是没有原则的唯利是图的家伙，根本不值得托付终身的。这对话的意味深长之处在于，“汉奸”已成为全民的公敌，是人人得而诛之的角色，这在残酷的战争年代，是任何人都形成的共识。

马华文学语言在抗战时期所体现出来的辛辣风格，与这个时代的要求以及社会心理预期是紧密联系在一起的。只有对破坏抗战、伪善、认贼作父等行为作坚决的批判和峻急的讽刺斗争，才能真

^① 林晨：《导演先生》（1941，1，28），《马华新文学大系四·小说二集》，第593页。

^② 林晨：《导演先生》（1941，1，28），《马华新文学大系四·小说二集》，第596页。

^③ 云览：《翻脸》（1938，11，9），《马华新文学大系七·散文集》，第417页。



正起到打击敌对势力、团结民心，形成全民抗日的局面。辛辣的特性，虽然尖锐刺激，都是一贴清醒的良药，使大众认识到魑魅魍魉的真面目；它是一剂杀菌水，使种种形形色色的腐败无地自容；它又是一种凝和剂，大胆去除败类，使民心更趋一致，在马华社会里产生过相当巨大的影响。

四、唤起工农千百万：通俗

这个时期的文学语言还有通俗化的特点。所谓的通俗化风格，指的是语言为广大人民群众所熟悉易懂，不晦涩，采用的表达方式也是大众所喜闻乐见的艺术形式，作家们的创作尽量贴近现实生活，以活生生的现实生活语言作为传达思想内容的载体。作家们创作了大量的作品，如流芒的《觉醒》、啸平的《忠义之家》、悸纯的《龌龊的勾当》，朱绪改编的《教师》、《黄昏时候》等，其内容或反映矿工的斗争、思想落后者的觉悟转变，或体现人民群众与汉奸间谍的无情争斗、学生争取救亡自由的斗争等，新文学再也不是属于青年们反对旧思想、旧文化的工具，它已成为一切有益于抗战的宣传力量，通过它们唤醒千千万万爱国的人们。

通俗化的语言风格，在语言使用类别、词汇，甚至在表达方式都有了鲜明的体现。

从语言来看，因为大部分华侨都来自闽粤两省各地，方言众多，文学创作语言也以闽方面、粤方言居多；其次是马来语的部分词汇。这种情况在二三十年代的文学语言中已出现了，但是在这一时期又有新的变化。英语词汇的直接使用在本时期似乎也比较少见，是为了更加贴近大众的生活实际，现就语言问题举一些例子来说明。

在马华文学语言中，方言的使用占了一大部分，如“番仔旗”、“红毛旗”（铁亢《洋玩具》），“到番边去呀！”（李蕴郎《古巴树》），“今晚历士甚么电火戏？”（铁亢《洋玩具》）。在闽方言中，大量的外国事物的称呼都有一定鲜明的词汇色彩，“番”字即是一个。“番仔”、“红毛”都是指外国的。“红毛”也只举其主要特征来表达。如玉米在闽南语中变为“番珠”，地瓜即为“番薯”，火柴称为“番火”等，因为都是外国来的。这种语言的命名方式，使这些远涉重洋在异域谋生的人们依然保持着以前的生活方式和思维方式，而混然未觉自己就在“番”地了。

与方言的使用紧密联系的，还有一些特别的俗、谚语，这使语言显得更加生动、活泼而又含蓄。

“在唐山，上头用武力，老糠也榨出油啦！”^①

“他们就要眼巴巴地躺着，数屋顶上的角樑挨饿过日子。”^②

“咱们俗话儿有句‘杀人放火金腰带’。”^③

俗谚语是最隐秘的文化符号，它包含着某一个地区百姓世代代生活经历的记忆和经验，能纯熟地使用这类语言的人们，才是真正把握住了语言的精要所在。

“老糠也榨出油来”，这一比喻指的是达到了日常生活中几乎不可能实现的目的，可怕的并不在于效果，而在于这种方式的恐怖与残忍。“糠”本来就极为粗砺，乃是无用的糟粕，有人异想天

^① 上官彥：《非英雄史略》（1939，1），《马华新文学大系四·小说二集》，第351页。

^② 斧夫：《挣扎》（1936，8，21），《马华新文学大系七·散文集》，第263页。

^③ 上官彥：《非英雄史略》（1939，1），《马华新文学大系四·小说二集》，第339页。



开,想从中榨油,可见其手段之惊人。其实,相类似的说法各地都有,只不过对象不同而已,如“瘦狗也要榨出四两油”、“蚊子腹内剜油,鹭鸶腿上劈肉”等等,都与之有着十分相似的内在联系。“数角樑”是十分生动的比喻。古代房子都是木构造的,一个人到“数角樑”过日子,表示已经到了山穷水尽,无计可施的地步了。“角樑”指的是椽子,人只有躺着百无聊赖之际才会有这毫无意义的行为与举动。一个人到了这个地步,就表明了他的窘困、无奈已是何等的可怜。“杀人放火金腰带”,指的是越大胆、越蛮干的人,他们可能得到的利益会更大。“窃钩者诛,窃国者候”就是具有相同的道理。罪恶与报应的不对等性,一句话道出了社会的荒谬与混乱。

诸如此类通俗用语的使用,不仅增加了文字的表达内涵,而且有助于把作家的思想用通俗化的形式加以传达,这是文学语言在扩展影响过程中的一种策略和方式。

在应用方言俗语方面,不仅能起到塑造人物形象生动再现现实生活的作用,而且更重要的是用这样的语言,把有关抗战团结的信息,渗透到社会的方方面面,它所起的作用自然是不可估量的。

张财伯割过树胶,当过码头苦力,拉过人力车,终于存了一点钱,买了一辆牛车来赶。政治斗争对他们来说,简直就像是天外传奇,无从想像。他想去申请一个开店的营业执照,遇到小学生募捐。

“只好摸出荷包来把一个铜镲丢进小箱子里。”“什么‘国兰(国难)啦’,空的九梦(抗日救亡)啦,他总听不懂。……唐人合日本人打仗就打仗啦,关他张财伯什么事。”^①

这里的文字,采用方言的谐音和表示拉长声调的感叹词,来描绘张财伯此时的淡然心态,十分生动地衬托出广大尚未觉醒的劳动阶层对抗战募捐的心态。抗战爆发后,南洋各界纷纷捐钱捐物,支援抗战,随着战事的延长,募捐活动也不得不成为常态,广大中小學生自发到街区各地募捐,方式也多种多样,其中一种是卖纸花募捐,面对笑脸相迎的热情孩子,张财伯不好扫他们的兴,只好忍痛从自己的血汗钱中掏出一,聊为打发,说明了张财伯的思想认识对抗日是十分模糊的,把捐款当成一种负担。在谐音上,“国兰”、“空的九梦”,与其原意“国难”、“抗日救亡”相比而言,是显得多么荒唐可笑。这对张财伯来说,已经是他努力理解这些词语的意思了。“兰”、“九梦”与古代戏曲的诸多内容有着紧密的联系,他自然而然就往这方面去联想,其结果是南辕北辙,这是张财伯落后的文化知识所造成的。

而且,行文中不时出现“啦”字,带着拖长尾音的作用,有利于表示人物的思想及态度,那就是“啦”字前的内容,其实与他不相关的,拖长的尾音,正是事物关联性远近的标志,音越长,则关联性越远,可见,在张财伯的思想认识中,所有这些事,都与他毫无关系,作为一介草民,只要顾得上自己温饱已很不错了。这一段文字,用贴近现实的语言,生动而形象地描绘出广大劳苦阶层的心态和思想,是极有代表性意义的。

“他一想到生意做得不好,就恨起爱国团,因为爱国团写信给他,叫他不要再卖××货。所以,他就骂起爱国团来啦:

‘干你老母……阑鸟团……我怕阑鸟团吗?呃……’”^②

^① 李蕴郎:《转变》(1939, 5, 9),《马华新文学大系四·小说二集》,第327页。

^② 艾蒙:《大肚皮和阿明》(1939, 10, 14),《马华新文学大系七·散文集》,第588页。



张财伯对抗日捐款的负担思想乃源于认识模糊和生存不易。这里的大肚皮用十分粗野的语言，对抵制日货行为进行肆意辱骂，说明大肚皮的良心已被贪婪迷蔽了。对他来说，只要能赚钱的生意，就是好生意；只要限制他赚钱的措施，就是坏措施。文学语言绘声绘色地写出他粗野骂人的口气和内容，从另外一角度塑造出社会上另类渣滓的形象。通俗化的语言，并不因语言通俗甚至粗野而降低其艺术感染力，反而会因作家在细节上的加工与语言上组织上的得当而显出其旺盛的生命力。

马华文学语言的通俗化色彩除了体现在方言、土语等方面，还表现在传统的艺术形式也被重新启用，以达到鼓舞人心的功用，这也是马华文学语言发展过程中一个十分独特的阶段。

如陈南的《老将报国记》用的是传统的章回体小说形式，有回目，如“将计就计李福林精忠报国”、“弄巧成拙宫崎繁损将折兵”，而且叙述的口吻乃是传统的说书方式，如“话说”、“列位呀！”等说书人常用的词汇，有结尾还以诗句来概括。这是人们喜闻乐见的说书。黄嫫云的《良姆教子》采用闽南方言，用民谣的形式写长篇叙事诗，颂扬广大百姓的爱国热情，“海深有底天无边，天高海深水青青。做人应该守正义，尽忠报国正合宜。无国有钱无路用，爱国应该赛过钱。千般万事且免讲，且讲良姆教儿子。”诗歌采用了古代诗中的赋比兴及对仗、押韵等手法，换韵灵活，贴近方言的发音，琅琅上口，颇具特色。使用方言与文字之间，作者巧妙地选择地音、义均近的词，既保留了方言发音，又不会扭曲字的本义，这就需要颇高的文字修养。如“三更冥半来入货，暗想我子只样做，天光就共福奇讲，住人地头着守法，公班牙人那查知，我子你着听母话。”这里的用语“三更冥半”即“三更半夜”因平仄而调序；“只样做”，是“这样做”；“共福奇讲”，“向福奇讲”，等。音、义皆能照顾周全，着实不易，这样传唱，就易于传播爱国故事了。

通俗化的语言与表达，并不意味着文学水准的降低，重要的是它所传达出来的力量能深深打动读者的心，引发强烈的感情共鸣，这才是语言所要传达的境界。这个时期的通俗化语言，在唤起广大民众的抗战决心和热情上，起过积极意义，这就弥足珍贵了。

结语

抗战时期的马华文艺不仅配合了中国的抗日救亡运动，唤起了马来亚广大华侨的爱国热情，而且也获得了英殖民当局的默许，特别是 1939 年以后，马来亚有逐渐被卷入战争的危險漩涡之中，所以马华文学不只是为着中华民族的存亡而奋斗，而且也为了全人类的正义与自由而奋斗。马华文学语言风格所形成的几个特点，也都是在这样的社会背景下形成发展起来的。

从以上几个不同的国家而相同的文学语言风格来看，说明了在抗战时期的文学语言风格特点，具有一定的共性。悲慨、雄浑、辛辣、通俗，这些风格特点，表面上虽有许多不同，却都围绕着抗战而展开。悲慨者，乃是有感于战争的苦难，奋袂而起的决心；雄浑者，乃是代表整个民族而呼出的呐喊，如滚滚江河，势不可遏，如崩天裂石，摧枯拉朽；辛辣者，乃是对丑类的针砭，对恶者的鞭挞；通俗者，乃是面对民众的所进行的宣传与鼓动，让抗战的思想能够深入人心，最大程度地体现出文学语言的社会效用。当然，因为每一个国家的华文文学发展及社会基础不同，每个国家的语



言风格也会略有差异，在此就不再赘言了。

科学研究从来是没有止境的，文学语言研究也不例外。以上的研究，只是对某个特定时代文学语言风格作宏观和整体性的描述，许多具体问题并没有深入。如一般的语言是如何转换为文学语言的？其形成机制又是如何运作？文学语言学理论又将怎样影响文学创作？从文学语言的角度来看待作家个体创作，它与社会思潮、时代变化等的关系又是如何？文学语言的个性特点、时代特点、民族特点等之间又有什么关系？诸如此类的问题，都需要研究者付出巨大的努力，一代代地不断推进和深入。

参考文献

- 上官彥.《非英雄史略》(1939, 1),《马华新文学大系四·小说二集》,第 339 页
- 上官彥.《非英雄史略》(1939, 1),《马华新文学大系四·小说二集》,第 351 页
- 云 览.《翻脸》(1938, 11, 9),《马华新文学大系七·散文集》,第 417 页
- 艾 蒙.《大肚皮和阿明》(1939, 10, 14),《马华新文学大系七·散文集》,第 587 页
- 艾 蒙.《大肚皮和阿明》(1939, 10, 14),《马华新文学大系七·散文集》,第 588 页
- 叶冠复.《静的怅惘》(1940, 4, 4),《马华新文学大系七·散文集》,第 481 页
- 吕叔湘.《把我国语言科学推向前进》,根据 1985 年 10 月 22 日在中国语言学会成立大会上的发言记录整理
- 吕叔湘.《语言和语言学》,《语言学习》(北京),1958 第 2,3 期
- 刘 思.《来唱歌》(1939, 4, 9),《马华新文学大系六·诗集》,第 196 页
- 李荣启.《文学语言学》,人民文学出版社 2005 年 5 月版,第 4 页、第 73 页
- 李蕴郎.《转变》(1939, 5, 9),《马华新文学大系四·小说二集》,第 327 页
- 佐 丁.《剃刀》(1938, 8, 12),《马华新文学大系七·散文集》,第 601 页
- 林 晨.《导演先生》(1941, 1, 28),《马华新文学大系四·小说二集》,第 593 页
- 林 晨.《导演先生》(1941, 1, 28),《马华新文学大系四·小说二集》,第 596 页
- 斧 夫.《挣扎》(1936, 8, 21),《马华新文学大系七·散文集》,第 263 页
- 乳 婴.《八九百个》(1938, 1, 11),《马华新文学大系四·小说二集》,第 250 页
- 乳 婴.《八九百个》(1938, 1, 11),《马华新文学大系四·小说二集》,第 260 页
- 乳 婴.《逃难途中》(1938.6.19),《马华新文学大系四·小说二集》,第 229 页
- 铁 亢.《在动荡中》(1938, 6, 19),《马华新文学大系四·小说二集》,第 366 页
- 铁 亢.《试炼时代》(1938, 8, 26),《马华新文学大系四·小说二集》,第 454 页
- 高 扬.《黄浦江中的巨雷》(1937, 11, 21),《马华新文学大系四·小说二集》,第 143 页
- 流 冰.《在血泊中微笑》(1938, 5, 12),《马华新文学大系四·小说二集》,第 147, 148 页
- 啸 平.《失火》(1937, 11),《马华新文学大系七·散文集》,第 496 页



紫 焰. 《招牌的命运》(1937, 9, 15), 《马华新文学大系七·散文集》, 第 363 页

蓬 青. 《十月的烽火》(1939, 10, 20), 《马华新文学大系六·诗集》, 第 327 页

	Name and Surname (姓名) : SU YONGYAN
	Highest Education (最高学历) : PhD. Of Literature
	University or Agency (任职院校或单位) : Chinese Language & Literature Department, Xiamen University
	Field of Expertise (专业领域) : Modern Chinese literature and south-east Asian Chinese literature
	Address (地址) : 204#216, Xiamen Qianpu North district yili, Xiamen Fujian, P.R.China





玲珑国际轮胎（泰国）有限公司汉语应用研究
**THE STUDY OF USAGE CHINESE AT LINGLONG
(THAILAND) CO., LTD.**

苏尼莎

SUNISA SIMSUE

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: nonglingbongbong@gmail.com

解琨 博士 副教授

Assoc. Prof. Dr. Xie Kun

云南财经大学、物流学院

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

E-mail: 1327773778@qq.com

Received: 18 September 2019 / Revised: 4 December 2019 / Accepted: 13 December 2019

摘要

泰国玲珑有限公司是山东玲珑轮胎有限公司的下属分公司，是赫马拉工业区最大的工业之一。其注册资本 8.924 亿泰铢，被认为是轮胎业最大的企业之一。三年来，中国轮胎出口已被公认为发展最快的产业，获得了投资委员会（BOI）在整个公司所资助的最高外汇收益并启动了忠诚度计划。因为山东玲珑轮胎公司首次在泰国办厂，泰籍员工和中国籍员工一起工作，所以中文是最重要的语言沟通方式。

本文侧重于研究玲珑（泰国）公司翻译人员汉语使用方面的问题，通过对泰国玲珑公司汉语使用情况做了调查分析，对玲珑公司翻译人员汉语水平的情况以及汉语翻译使用中遇见的问题提出对策和建议，致力于提高在东方工业工作中翻译人员的汉语使用水平。

本文通过对泰国玲珑翻译人员 21 位的汉语使用情况做的问卷调查和资料，研究发现，泰国玲珑的翻译人员大部分会按照中国需求来翻译，但在工作中对行业术语的翻译使



用不准确，专业术语正确使用使用是一个相对复杂的问题，公司要安排有经验的翻译人员来培训员工，因此应加大翻译人员的汉语术语使用的培训力度，以提高翻译人员的汉语使用能力，从而缓解工作中的语言交流问题。

关键词：泰国玲珑有限公司 商业汉语 应用汉语

ABSTRACT

Thailand Linglong Co., Ltd. is a subsidiary of Shandong Linglong Tire Co., Ltd., is one of the largest industry in the Himalayan Industrial Zone. Its registered capital of 898.4 million baht, is considered one of the largest tire industry. Over the past three years, China's tire exports have been recognized as the fastest growing industries, access to the investment committee (BOI) in the entire company funded the highest foreign exchange earnings and launched a loyalty program. Because Shandong Linglongtire company for the first time set up factories in Thailand, Thai employees and Chinese employees work together, so the Chinese is the most important way of language communication.

This paper focuses on the study of the use of Chinese translators in Linglong (Thailand) company. Through the investigation and analysis of the use of Chinese in Linglong Company in Thailand, this paper puts forward some countermeasures on the situation of Chinese translators in Linglong Company and the problems encountered in the use of Chinese translation. It is recommended to improve the level of Chinese language used by translators in Eastern industrial work.

Based on the questionnaire survey and information on the use of Chinese in 21 Chinese translators, the study found that most of the Thai translators were translated according to Chinese demand, but the translation of industry terminology was not accurate at work, The proper use of terminology is a relatively complex issue. The company has to arrange experienced translators to train employees. Therefore, it is necessary to increase the training skills of translators in Chinese language to improve the Chinese language use ability of translators, thus alleviating the work In the language of the exchange.

Keyword: LLIT (Thai), Business Chinese, Use Chinese Industrial

绪论

(一) 选题的背景及研究意义

泰国是全球经济增长最快的国家之一，有着强大市场导向经济体系，具备现代完善的基础设施，以及密切关注投资者需求的政府，自由宽松的投资政策及稳定的社会环境。长期以来，泰国一直是国际直接投资的最佳选择地点之一。大量外国投资者通过对泰国的投资以及委员申请投资优惠待遇两方面可以看出，泰国将继续成为最佳的投资地点^[1] 年泰国作为中国游客最受欢迎的旅游目的地。中国游客喜欢来泰国旅游的主要原因就是泰国有丰富多彩的旅游景点和自然资源，而且泰国也有美味食品。除此，泰国与中国距离不远。泰国不仅积极推进建立与东盟成员国间的多边自由贸易区，还与一系列国家签订了双边自由贸易协定，中国企业在东盟的投资增速明显快于东盟在华投资增速^[2]，中国投资占比在逐渐提高。其中，中国对泰投资在泰投资来源国中占第二位，投资申请仅次于日本。

在过去的 25 年中，泰国已累计向其东部地区投入超过 420 亿泰铢，从春武里到罗勇打造世界一流的工业地带。对中国人来说，由于泰国投资成本底是具有吸引力的投资地点。特别是 2010 年中国-东盟自贸区正式建成，为中国与泰国经济合作注入了新的活力。双边贸易、双向投资和其他经济合作异常活跃，增幅均创历史新高。

山东玲珑轮胎股份有限公司是一家专业化、规模化的技术型轮胎生产企业。公司注册资本 10 亿元，公司具备年产能 4100 万套轮胎能力。经过多年的创新发展，现已成长为资产过百亿、收入过百亿、员工过万名的国内知名轮胎企业，连续多年入围世界轮胎 20 强。

2556 年山东玲珑轮胎股份有限公司在泰国开设子公司，即玲珑国际轮胎（泰国）有限公司，以下简称“泰国玲珑”或者“LLIT”）决定在泰国投资，2557 年正式开业，在春武里府赫马拉东部工业区春武里府 3500 亿泰铢。公司的轮胎生产目标 200 万条。泰国玲珑实现了建设速度快、装备水平高、管理能力强、建设意义深远等目标。

本论文还研究到中国游客对泰国国家旅游局推广活动与旅游信息服务的实现与秩序。

[1] 施美芳, 泰国 oppo 公司泰籍职园汉语应用研究, 泰国华侨崇圣大学硕士论文, 2016

[2] 陈远. 中国-东盟商业服务贸易发展研究, 广西大学, 2013



(二) 研究的范围

本论文研究范围是研究玲珑公司翻译人员的汉语应用。本论文的研究数据从 21 位来泰国玲珑公司的翻译人员的汉语应用调查问卷，研究者都在泰国玲珑的翻译人员。研究时间是 2016 年 9 月至 2017 年 4 月。

(三) 研究目的

1. 泰国东部沿海工业园区——泰国玲珑翻译人员的汉语水平
2. 了解和掌握翻译人员的汉语实际问题
3. 解决泰国东部沿海工业园区汉语应用问题

(四) 研究方法

本论文研究的主要内容是汉语在玲珑国际轮胎（泰国）有限公司的汉语应用，包括玲珑国际轮胎（泰国）翻译人员汉语水平，汉语翻译人员遇到的问题，提出了改进措施。

（研究方法 1）玲珑国际轮胎（泰国）有限公司的翻译人员访谈 2）玲珑国际轮胎（泰国）有限公司汉语应用的翻译人员汉语水平问卷调查。

(五) 研究的创新性

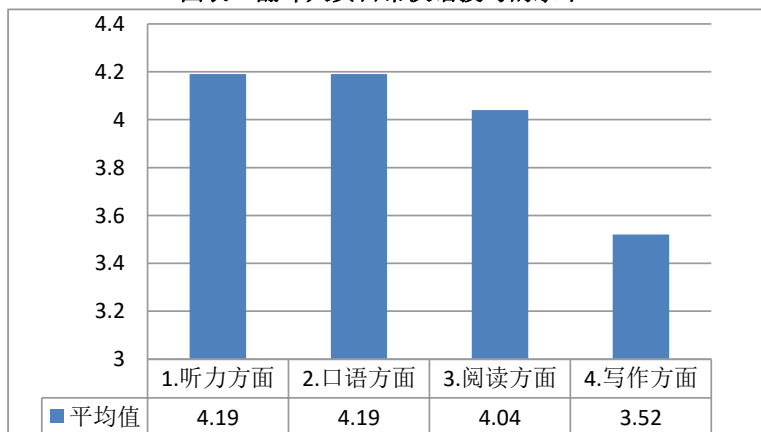
通过查阅相关文献，玲珑国际轮胎（泰国）有限公司的文献不太多，日前了解到有关玲珑国际轮胎（泰国）有限公司汉语应用研究还没有人深入的进行。本论文的创新性主要体现在通过分析玲珑国际轮胎（泰国）有限公司翻译人员汉语应用，翻译人员的汉语水平情况，包括分析翻译人员玲珑国际轮胎（泰国）有限公司汉语应用的问题。

分析结果

一、对国玲珑公司汉语翻译人员调查评估情况

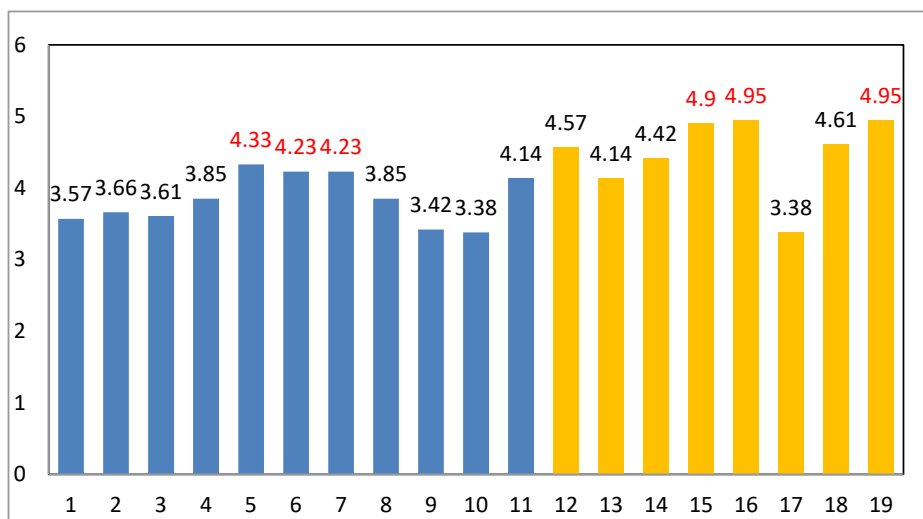
这次研究研究者以 100 位游泰中国游客为研究对象。调查问卷的内容分为 3 个部分包括:游泰的中国游客资料、游泰中国游客对泰国国家旅游局策略的满意度、泰国国家旅游局汉语大众媒体的情况。此次问卷调查的结果公布如下:

图表 1 翻译人员日常汉语技巧的水平



从表 1 来看这表是受访者日常生活使用汉语基础情况,一般没什么复杂,这表包括 4 个方面。我们可以看到 21 位的翻译者的能力大部分是听力方面和口语方面是最好的,两个方面平均得分占 4.19 排第二是阅读方面占 4.04 最后排第三写作方面是翻译人员能力是最低占 3.52。在泰国玲珑翻译者日常的汉语水平使用,一些翻译人员认为“听力和口语方面”是使用的最多是语言固定的格式,一般泰国玲珑翻译者就对自己常生活汉语能力很满意。

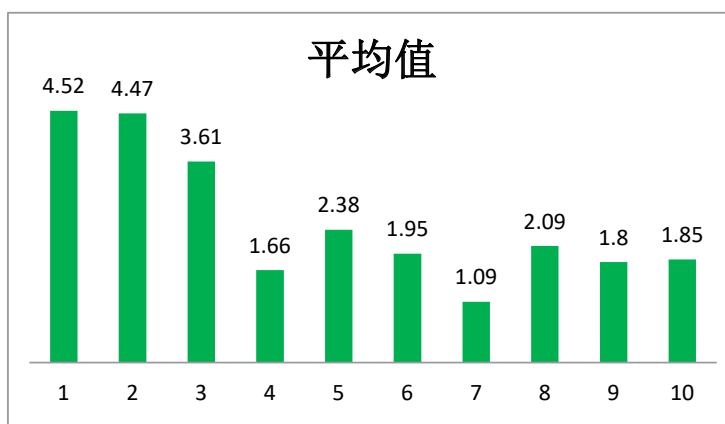
图表 2 中玲珑公司翻译人员的汉语使用能力的测试评估



从表2玲珑公司翻译人员的汉语使用能力测试评估，可以分成两个大题：(1)翻译者的专业汉语水平，和(2)翻译者的责任心。首先我们来看，第一个大题翻译者的专业汉语水平第1题到第11题从上面的表来看翻译者的专业汉语水平有3个得分最高级就是第5题了解过程的性能(平均值4.33)第6题了解自己所负责工作的汉语词汇(平均值4.23)和第7题跟据领导需求正确翻译(平均值4.23)第11题刚遇到不认识的词汇(平均值4.14)最低的能力就是中及有第10题书写正确(平均值3.38)表达他们很满意自己的能力汉语使用可以从语法上来讲和听懂和了解负责人的汉语命令等。

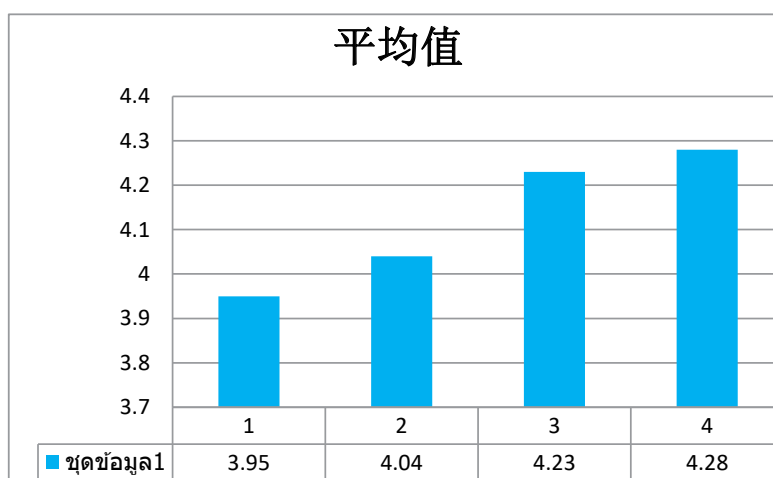
第二个大题翻译者的责任心，12题到19题最高等级有6个题根据要选择满意度，最高2个题包括第16题明确自己的工作职责知道和了解自己的负责没有采取行动别人的工作(平均值4.95)第19题有着良好的关系第(平均值4.95)还有得分最低的是第17题在早工作时间翻译者对自己感觉紧张(平均值3.38)表示翻译者态度在最高标准认为自己的工作责任心非常好有时在早工作时间自己感觉有点紧张。

图表 3 翻译人员在工作中汉语使用遇见的问题



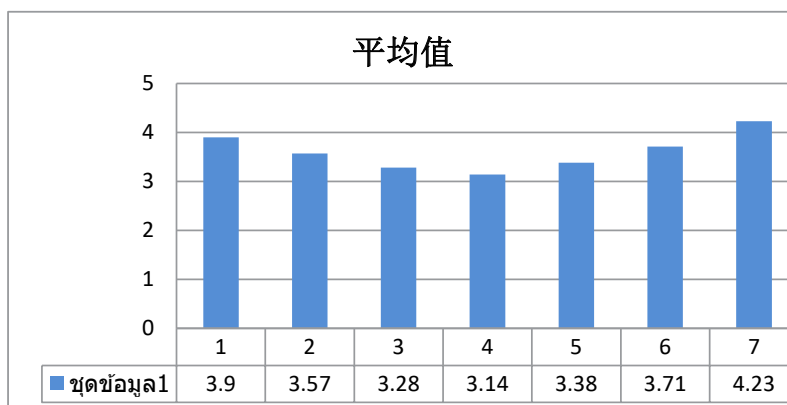
根据表 3 翻译人员在工作中汉语使用遇见的问题来看，发现得分最高的是第 2 题用语言的词汇没有学过（平均值 4.47）第 4 到 10 题得分最低的题表示很少遇到问题或没有 问题 最低及有 3 个第 7 题当遇到问题时不知所措（平均值 1.09）第 4 题不改自己对中 国文化入乡随俗（平均值 1.66）最后第 9 题不能把自己想说的话翻译出来最后（平均值 1.80）从上面来说表达受访者在工作中没有遇见大什么问题只是专业词汇不对翻译者学过。

图表 4 翻译者对自己开展汉语的能力提高



从表 4 翻译者对自己开展汉语的能力提高看一看一共有 4 个题最高级，包括第 3-4 题翻译人员需参加专业培训(平均值 4.28)和翻译者每天努力开展(平均值 4.23)另外是得分最低的第 1-2 题有能力改自己至中国的文化(4.04)除了在班上还要找时间找新生词(平均值 3.95)对上面的资料来讲可以提出这样的结论：玲珑国际（泰国）有限公司有加强提高自己的汉语水平为了工作的没有错语与对公司的有好处。

图表 5 公司有关于发展各个方面为了提高翻译者的能力



从表 2-6 对受访者的公司有关于发展各个方面为了提高翻译者的能力来看第 7 题是最高级公司有专业的词汇软件来帮助翻译者（平均值 4.23）表达翻译人员的公司有专业的词汇软件来帮助翻译者为了翻译人员对专业词汇工作进步很快，得分最低的题在中级是第 2 题到第 5 题包括你公司促进和支持让翻译者有良好的思路（平均值 3.38）受访者的公司安排好培训为了翻译者开展别的部门专业词汇(平均值 3.28)最低是有机会参加为了开展语言工作方面的培训(平均值 3.14)另外的问提成提程度是在高级包括第 1 题，第 2 题和第 6 题。

二、泰国玲珑公司汉语翻译人员汉语水平和使用情况

（一）翻译人员对自己日常汉语水平能力

从上面的材料来看,大部分的翻译人员的日常汉语水平较低。通过调查 21 位泰国玲珑翻译者的日常汉语使用情况了解到翻译人员在日常生活中还是较多的使用汉语进行沟通及交流，而且交流较流畅。

(二) 玲珑公司翻译人员的汉语使用能力

在问卷调查中, 翻译者对汉语使用情况感到满意, 因为在调查中他们的满意度成绩大部分在 3.41-4.20。基本上就能顺利翻译和中国人沟通, 能够胜任翻译工作。

(三) 在是否需要加强汉语使用的方面

根据问卷调查中发现大部分的受访者必要加强汉语的使用力度, 可以说明提高汉语水平是所有泰国业务需求, 因此提升汉语使用水平更好的了解中国生活中, 深入理解中文的涵义。如果翻译者提高汉语使用就能更准确用恰当的词汇翻译出内容。用泰文来翻译, 提高泰国翻译者的综合能力, 以此促进中泰经贸合作。

(四) 在具体加强汉语能力方面

1. 专业词汇方面: 增加专业汉语词汇量, 了解更多的汉语词汇, 是对翻译者提高的汉语的一个重要方面。如果没有掌握汉语的相关词汇, 在日常生活中使用正确的词汇来翻译, 从而加大中泰两国人员的交流与合作。

2. 语法方面: 在学习汉语中我们都知道中泰两国语法与语言习惯不同, 中泰文化语言也有差异。根据受访者来说 有一些的词汇自己并不能理解也可以翻译得正确, 但了解掌握汉语语法和中国文化也是同样非常重要的。

3. 商务方面: 从问卷调查中来看, 这些翻译人员对自己日常的汉语使用水平感到满意, 但还是存在一定的问题。也应该加强对翻译人员的汉语培训。让他们掌握更多的专业术语以及能够很好的将信息翻译出来, 人中泰两国人员交流带来便利。在公司产品生产过程中如果操作指令翻译不准确会影响泰国玲珑有限公司的商务沟通。

三、泰国玲珑有限公司翻译人员汉语使用方面的问题

玲珑国际轮胎(泰国)有限公司是在泰国投资的, 所以汉语是最重要的语言交流方式。一方面, 日常生活中中泰交流问题不大, 汉-泰翻译难度不大。但存在的问题是在工作时他们会遇到不少和轮胎设备相关的术语, 如果不熟悉专业术语会影响翻译人员的翻译速度。另一方面中国人员说母语速度比较快, 让翻译人员很难听懂, 这也对交流造成较大影响。而且翻译人员有一些词汇不认识, 没学过, 没听过, 沟通有困难。这大大影响了公司的经济发展状况。



一、商务汉语使用的问题

1、文字：翻译人员在工作当中很少遇到书面翻译，经常是口头翻译。玲珑公司的书面翻译一般是汉-泰翻译的。因为玲珑国际轮胎（泰国）成立大概 6-7 年。所以大部分的翻译是中文翻倒泰文。为了让泰国员工看得懂，翻译人员必须将内容翻译的正确。

从问卷调查了解到泰国玲珑有限公司翻译人员存在的最大的问题就是翻译者对商业汉语不熟悉。在商业中有许多商业术语。翻译人员对商务汉语交际过程中的知识没有深入了解，不掌握词汇的含义就不能准确的翻译。在利用商务汉语沟通时，翻译者经常想着一些词汇如何表达往往忘记了业务上的重点。翻译人员对商业汉语应用的不标准，让沟通难度增大。

2、口语：一般中国人员的说话速度比较快，发音不同。在玲珑公司大部分是中国员工。翻译人员在翻译时很难准确的把他们的原话翻译清楚，这给他们之间的交流造成很大的影响。

（一）词汇术语问题

1、术语：翻译人员在工作当中经常遇到不少和轮胎设备相关的术语和词汇。由于不掌握专业术语很难将公司业务处理好，对于公司来说，把公司产品很好的翻译给顾客是最关键的要点，只有正确人的翻译才能使顾客对产品快速的掌握，增大购买度。因此账务专业术语很重要。

最严重的问题是大部分的翻译人员在工作中经常遇到不熟悉的专业词汇，不明白其意思。这也造成在沟通交流中遇见较大的问题。新的翻译人员不掌握公司的专业术语，这使得他们在工作交流中长不到恰当的词语进行翻译，这往往会造成沟通障碍。翻译人员作为中泰人员交流的媒介，必须正确的将领导及工作人员所要表达的内容正确的表达出来。否则会造成信息不对称，造成严重的经济损失。

（二）翻译人员听方面的问题

由于中国领导说话的节奏很快，翻译者无法在短时间内将领导所说的内容正确的用专业术语表达出来，这是存在的最普遍的问题。也由于翻译人员对中国方言的表达术语不掌握，导致有翻译人员对部分员工使用的方言也翻译不到位。

二、泰国玲珑有限公司的汉语培训的问题

泰国玲珑有限公司没有汉语专业培训班，只有汉语基础的培训班。这也导致翻译人员所掌握的词汇无法满足公司业务上的需求。公司想开设培训班来提高翻译人员的总体翻译能力，但又担心花费时间太多而影响公司业务，这也是存在的主要问题。

三、翻译人员在工作中责任心的问题

从问卷调查发现，一方面，翻译人员在工作时间自己感觉紧张，这种问题不是全部的翻译者出现的问题，只是新的翻译者由于经验不足而出现的问题。这种紧张让翻译者无法合理有效的翻译出内容。另一方面翻译人员在工作中的态度也非常重要，由于翻译者没有做好准备工作，提前了解公司概况及产品概况导致翻译者在翻译时往往无法正确的对公司业务做出解释，这也导致顾客在了解公司产品性能方面存在较大的问题，从而影响了产品的交易量。

泰国玲珑有限公司翻译人员汉语使用方面解决方法

针对公司存在的关于翻译人员会在工作时遇到的不熟悉与轮胎设备相关的专业术语，会影响公司的业务开展效率。其解决方法是：

首先，加大翻译人员自己的专业术语量和轮胎设备相关词汇量，提升工作效率。平时要多读、多写、多练，为了加强翻译人员汉语的口语和听力应多跟中国的领导及员工交流。随身携带录音笔将听不懂的话记录下来，过后反复听并理解其意思。在听不懂的时候可以适当的问问下说话者，以增强自身的翻译能力。

（一）商务汉语使用的解决方法

从问卷调查了解到泰国玲珑有限公司翻译人员存在的最大的问题就是翻译者对商业汉语不熟悉。在商业中有许多商业术语。翻译人员对商务汉语交际过程中的知识没有深入了解，不掌握词汇的含义就不能准确的翻译。解决方法是翻译人员应该不断发展自己的认知能力，必须努力训练自己加强汉语翻译能力。通过上网查询网络商业汉语为了自己提高汉语水平也是一个好的方法。另外，现在网络也是很重要的一个方法。把中文翻译成英文，这样也可以是翻译人员更好的将信息翻译出来。



1、文字解决方法

有时文件是泰文翻倒中文他们也用词汇的翻译软件来写让翻译的正确，每天翻译者多练习写作方面，在工作时就通过有经验的翻译者培训增加阅读量，提高文字方面的能力，如果翻译者认为文字翻译的不正确语法不对可以需求领导来帮翻译人员看，这样的情况解决方法对翻译者提高文字方面的能力。

2、口语解决方法

平时由于中国人员的说法节奏比较快，不能改变他们的习惯。每天翻译者跟中国人交流，大胆说，不说怕错。有这样翻译者口语和听力会提高的。语言环境非常重要，虽然在工作中许多人发音不准确，但翻译每天跟他们交流会解决听力的问题。

(二) 术语的词汇量及理解力

应加大翻译人员的专业术语的掌握力度，多记多背，多练习，在熟悉后充分利用在与中国员工交流的时间巩固练习，提升翻译人员的翻译能力。

翻译人员应掌握与轮胎相关的专业术语，熟悉各种词汇，也能把各种词汇熟记于心，在与交流时能正确的翻译出来。翻译人员也应该多掌握一些方言术语，以便解决各种家漂流中遇到的问题。

在这个问题上，其解决方法时在原有的工作人员身上加大培训力度，增加考核机制，迫使员工更清楚的掌握公司业务及产品的相关情况。对与新进的员工，设立严格的人才选拔机制，多招聘翻译能力强及学习能力强的员工，以提升公司整体文化程度。

二、泰国玲珑有限公司的汉语培训的解决方法

从调查中来看，泰国玲珑有限公司没有进行汉语的培训使翻译人员达到汉语翻译所需的要求，但是在初入泰国玲珑公司的时候，每个翻译人员必须要通过 5 级新汉语水平的考试。此外，申请人需要通过测试翻译公司的考题。

如果有翻译工作的经验，公司就会先考虑。新进的翻译者必须要跟另外有经验的翻译人员培训 10 天。为了了解自己的工作职责，应提高翻译人员的汉语水平和翻译的正确性。除此之外，泰国玲珑公司还有电子版可以搜索许多的专业词汇，把每个词汇放在电子版里，为翻译人员提供便利。泰国玲珑公司每两个月公司有测试翻译者汉语水平的考试用工作的专业词汇来考试。为了调查翻译人员汉语水平使用。泰国玲珑有限公司应加大翻译人员的培训力度，翻译者自身也应该树立正确的思想认识，努力提高自身综合水平。

三、提高激励措施，鼓励翻译人员提升自身的汉语水平

需要公司组织培训相关行业术语，或者由翻译者提高自我水平，提高相关设备和轮胎专业术语的词汇量，要求每位翻译人员尽量通过新汉语水平五级考试，入职人员需通过翻译公司的水平测试，因为大部分的翻译人员没有使用轮胎相关专业术语的习惯，所以，玲珑国际有限公司鼓励翻译人员提高自身水平，以便更好的理解及解决工作相关问题。公司有相关规定，每位翻译者三个月有考试一次必须参加，内容相关专业术语的汉语水平考试，翻译者需提供专业术语收集的电子版，若通过该考试者可获奖励且提高工资水平。

结论

本论文研究的是泰国东部沿海工业园区汉语应用，本次研究对象是泰国玲珑翻译人员的汉语使用，通过泰国玲珑公司汉语使用情况调查分析，玲珑公司翻译人员的汉语水平的情况，翻译人员使用中遇见的问题提出对策和建议，还提出几个方面进行改进。本文通过问卷调查和资料分析来分析泰国玲珑翻译人员的汉语使用在，调查过程中分问卷如下：泰国玲珑翻译人员 21 位以及采访一些员工关于一些汉语使用的问题。

按调查结果来讲，调查结果翻译人员 21 为成为 100 份 大部分玲珑的翻译人员参加过 5 级汉语水平考试，所以让翻译人员的日常用语的技能（听、说、读、写）都属于高级，平时跟中国人交流用日常用语来谈一般没有发现什么问题，只有写作方面成绩比较低因为在实工作中翻译文件是汉-泰翻译就没有什么难度。

对方谈翻译者来说有时候中国和泰国说法不同中国人说的比较快，他们主要的解决方法认真听把重要的内容来翻，或者翻译人员向中国领导知道自己说话的挺快就变成慢慢的从上面来讲是不大的问题。

尽管在调查中翻译人员的能力能够使用汉语，会按照领导需求正确翻译，而有时在工作中最常遇到的问题是翻译者不认识的词汇，他们主要解决问题方法是应该不断发展自己的知识，把词汇跟领导说的内容猜出来然后对自己的感觉来翻，此外，翻译者有什么不明白的解释总是前询问。这些问题的原因由汉语培训为主要。访谈几个翻译者，他们的回答同样的是没有参加过词汇汉语培训，只有公司安排有经验的翻译人员来对你培训 10 天，还有电子版可以搜索许多的专业词汇。

关于翻译者的态度部分，泰国玲珑翻译人员的态度很明确自己的工作职责知道和了解自己的负责没有采取行动别人的工作，有着良好的关系第跟中国人与中文化非常熟悉，对别人有礼貌，虽然大部分翻译者的态度没有大的问题，但是研究者发现早工作时间翻译者

自己感觉紧张，他们解决问题是翻译 5-10 分钟翻译者就慢慢停止担忧感到更有信心也变成好工作经验越长翻译者越习惯。

通过对上面泰国玲珑有限公司的问题，除了加强对泰籍职员商业汉语的培训，提高泰国玲珑的翻译人员的有效沟通和与领导进行良好的交流外。还要自己的提高汉语水平为了增长沟通与交流，应该有懂两个语言功能，因为外语言比较阔强，在沟通时会有互相了解，因此用语相同的语言更多的了解与容易解决的问题。

翻译人员的属性功能该有造诣由于但翻译者必需有知识在各方面。因此，翻译者不可知道在翻译中中国领导想说出是什么内容。所以翻译人员必需有许多知识在各方面。为了，翻译得很通讯还有好机会跟中国别的岗位谈话沟通没有无缝。加强自己汉语平沟通没有。

参考文献

陈远. 中国 - 东盟商业服务贸易发展研究[D]. 广西大学, 2013

陈创荣. 泰国汉语使用及发展情况调查[硕士学位论文]. [D]. 黑龙江大学, 2011

陈玲玲. 泰国普吉酒店中国游客满意度研究[硕士学位论文]. [D]. 北京交通大学, 2014

施美芳. 泰国 oppo 公司泰籍职园汉语应用研究, 泰国华侨崇圣大学硕士论文, 2016

	Name and Surname (姓名) :
	SUNISA SIMSUE
	Highest Education (最高学历) :
	M. A. (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
	Address (地址) :
	98/1 m. 3 Sammuang, Ladbualuang, Ayutthaya. 13230



	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





中泰网络零售企业退货政策比较研究*

A COMPARATIVE STUDY ON THE RETURN POLICY OF ONLINE RETAIL ENTERPRISES IN CHINA AND THAILAND

张雨燕

KANOKPORN NONGHANPITUK

Chongqing University of Economic and Business Management, P.R.China

E-mail: luktarn@windowslive.com

Received: 13 August 2019 / Revised: 25 November 2019 / Accepted: 2 December 2019

摘要

近年来泰国消费者使用网络购买商品越来越多，尤其是使用跨境网络购物，但消费者对网络购物，以及跨境网络购物的退货政策还不够了解。对于不同商品，退货政策不同，当消费者采用网络购买商品时对商品不满意，不同企业的经营者制定比较符合自身企业经营特色的退货政策。本研究针对泰国网络零售商，泰国跨境网络零售商，以及中国跨境网络零售商的退货政策的特点和差异进行比较，为了增强消费者的购买信心，强化消费者重复回购的经营效果，本篇论文提出了优化企业退货政策的建议，为中泰双方的跨境网络购物提供了可持续性发展的动力。

关键词：网络零售商 跨境电商 退货政策 优化策略

ABSTRACT

In recent years, Thailand consumers have been using the Internet to purchase more and more products, especially cross-border online shopping. However, most consumers do not know enough about online shopping and return policies of cross-border online shopping. For different products, the return policy is different. When consumers are not satisfied with the products they purchased using the Internet, the operators of different enterprises would formulate return policies that are more in line with their own business characteristics. This study compares the characteristics and differences of the return policies of Thailand online retailers, Thailand cross-border online retailers, and Chinese cross-border online retailers. In order to enhance consumer buying confidence and strengthen the business effects of repeated buybacks,

*基金项目：中国国家社会科学基金项目《网络零售商无缺陷退货政策对消费者行为的影响机理研究》(14AGL023)成果



this paper puts forward suggestions for optimizing the return policy of enterprises, which provides sustainable development momentum for cross-border online shopping between China and Thailand.

Keywords: Online retailer; Cross-border E-commerce; Return policy; Optimization strategy

一、研究背景

目前，人们可以通过网络在全世界各地消费，无时间和地点限制。Butsatri (2018)泰国消费者对网络购物行为慢慢转变，观念也在进步。从 2017 年 80-90%的消费者在社交网络购买产品，随着技术的发展支付方式越来越便利，泰国消费者对网络购物更加有信心。

虽然网络零售商的销售额越来越多，但消费者购买产品后退货也在逐渐增加。Petersen and Kumar (2009) 研究发现，退货率低的商品一般是礼物产品，优惠产品，以及不在节日购买的产品。Jutarat (2015) 研究发现，如果网络零售商提出产品质量保证政策，消费者购买产品后发现产品质量问题可以退款，会增加消费者的信任，以及对消费者购买决策有积极的影响。虽然目前泰国还没有比较明确的网络购物《消费者权益保护法》，但网络零售业，尤其是 B2C 大部分都提供退货政策，以增加市场的竞争力，以及吸引消费者购买行为。退货流程快捷，并提供免费退货，给消费者带来了一个很好的网络购物体验，增加消费者的购买信心。比如：Lazada Thailand 提供 15 天至 30 天的退货政策，当消费者购买产品后对产品不满意或产品有质量问题时，消费者可以在平台上申请退货，填写退货原因，选择退货方式，填写后把申请单打印出来贴在包裹上，然后在平台上填写发货订单号码，可以在网上查看退货流程，从公司收到产品起日大概 15 天工作日完成退款。

目前，有不少泰国消费者喜欢在中国跨境网络零售购买产品，为了让消费者更加了解网络零售商的退货政策，还对中泰网络零售商的经营者进行分析，全面了解竞争对手的退货政策。本论文研究泰国网络零售退货政策规定和中国跨境网络零售退货政策。对于网络零售商，除了产品在更具价格优势，保证高的质量的同时也要提出比较符合消费的退货政策。此外，中泰经营者可以参考良好的退货政策，将推动中泰跨境网络零售市场，使中泰贸易形成一个良性的发展趋势，更好的让人们去接受，很好的退货政策还可以减少购物车放弃率，退货政策将最大限度地减低消费者的购买顾虑，增强消费者的购买信心，增加消费者重复回购，而网络零售企业退货逆向供应链机制的优化，也将建立于更加完善的退货政策上之上。

二、泰国网络零售企业退货退款政策

(一) 泰国网络零售商退货政策概况

新零售市场对消费者更加方便，但经营者要提供退货政策及完善的售后服务。为了强化消费者购买意识及满意度，不论是当天的消费者还是多次购买的消费者都能享受退货政策 UPS Pulse of the Online 的调查报告发现，66%的消费者购买产品之前，都会先了解经营者的退货政策，如经营者提出退货政策，会积极的影响消费者购买决策的作用。根据 Woradee (2013)的研究发现，大部分的消费者对退货政策条件不够了解，有部分的消费者购买产品后发现产品问题，以及对产品不太满意，却不知道在没退货。目前，泰国网络零售商平台，基本上的经营者都提供退货政策，比如：7 天或 15 天内可以退货，只是在退货产品的种类上有一定程度的限制，甚至有的企业经营者只能提供换货，旗下产品概不参与退款。

另外如果经营者提供比较清晰及对消费方便的退货政策，有积极的影响消费者购买决策。尤其是如果经营者提供免费退货。

(一) 泰国网络零售企业使用退货退款政策概况

 Wemall	Wemall 的退货政策 ◎ 根据产品的特性不同，退货政策不一样。 ◎ 如经营者没在网上公开保修、退货、换货的规则，购买之前要先在后台询问经营者。 ◎ 如经营无法按时送货，系统将自动退款到消费者的账号。 消费者可以在以下的条件内换货（不可退款，除了公司无法提供新产品） ◎ 经营者发货错误，物流问题造成产品损坏（经营者承担退货费用），消费者收到产品后 7 天内申请退货，并在 14 天内商家能收到货。 以下条件不可更改或取消订单 ◎ 消费者购买错误：产品型号，颜色，种类错误；消费者忘记提供代金券，或选择赠送品，优惠券。 退货方式 ◎ 消费者联系经营者，把产品退给经营者。
 Lazada Thailand	Lazada Thailand 的退货政策 ◎ 根据各种产品的特性不同，退货政策具体实施细则存在不一样。 ◎ Lazada 提出的退货时间不一致，请在购买该产品的信息查看：退货时间分为 7 天无理由退货，15 天无理由退货，或者不参与退货条件。 退货条件 ◎ 经营者发货错误；物流问题造成产品损坏，生产问题质量不合格。 如产品有问题，消费者收到产品后在 2 天内，要及时联系售后服务，如超时公

	司有权拒绝退换产品 退货方式 ◎ 消费者可以在平台上申请退货。
 411eStore	411eStore 的退货政策 ◎ 如消费者购买产品后，经营者还没发货，消费者可以取消订单。 退货条件 ◎ 消费者收到商品后，先联系经营者询问是否同意退货；消费者收到商品在 7 天内申请退货；通过经营者的同意退货后，消费者把产品寄回给经营者，等到经营者收到货，检查没问题，将退款。 以下的情况无法参与退货 ◎ 消费者收到产品后超过 7 天无法申请退货，已被使用的产品，产品在消费者手里损坏，产品标价丢失，包装被打开，影响第二次销售，定制产品，赠送品已被使用，消费者没按照说明书使用。 以下产品不参与退货 ◎ 电子产品：可以下载的产品，充值的产品。 退货方式 ◎ 消费者联系经营者，退货给经营者。
 24Shopping	24Shopping 的退货政策 ◎ 根据各种产品的特性不同，退货政策具体实施细则存在差异。 以下的情况公司提供 7 天之内退货 ◎ 经营者发货错误，颜色，尺码错误；产品与网站显示的信息不一致；因为经营者或物流造成产品损坏，不可使用。 以下的情况不参与退货政策 ◎ 手机、平板电脑、相机、电话（消费者扯取保护膜，并产品无法正常使用），已被使用的打印墨/电池、消费者已填写保修证书、分期付款产品，贴身产品：内裤、内衣、游泳衣，赠送品，可以正常使用的电器，配件，说明书丢失，产品损坏，因消费者自己造成，或按照错误。 退货时间 ◎ 如产品损坏，丢失。因生产或发货的问题，公司有权考虑消费者的申请。 ◎ 如消费者使用现金付款，将 14 天工作日退款到消费者的账号。 ◎ 如消费者使用信用卡付款或借记卡，跟最不同银行的退款政策。 ◎ 如超过时间，公司有权拒绝退货。 退货方式 ◎ 消费者联系经营者，退货给经营者。

 JD Thailand	JD Thailand 的退货政策 ◎ 根据各种产品的特性不同，退货政策具体实施细则存在差异。 ◎ 消费者可以在收到产品后 7-30 天内申请退货。 退货条件如下： ◎ 产品不能正常使用；产品与广告不一致；经营者发货错误；无理由退货。 备注：退货的产品不能缺少赠送品、零件、盒子、标价以及商标。 以下的产品不参与无理由退货 ◎ 电子产品、手机、平板电脑、电器（产品盒子被打开）、消费者已填写保修证书、游泳衣、内衣、内裤、装饰品、相连、鞋底、袜子，食品饮料、清洁用品、护肤品、化妆品、婴儿产品、宠物产品、运动产品、家具、书、音乐、游戏、汽车产品、维修工具、优惠产品、赠送品、手工作品。 退款方式 ◎ 将在消费者使用支付方式退款到消费者的账号。
	ROBINSON ONLINE 的退货政策 ◎ 公司提供购买后 30 天之内退货。 *** 如果公司根据购买订单发货错误，或物流造成产品损坏、丢失，公司会向消费者联系，并在 7 天之内给消费者重新发货。 退款方式 ◎ 通过银行账户。在退货审批后 3-7 天的工作日，顾客会自动收到退款。 通过行用卡账户（使用行用卡支付的客户）客户可以 45 天之内的工作日，收到退款。 以下情况消费者可以退货 ◎ 因经营者或物流造成产品损坏，产品过期（快过期），在发货过程中丢失；产品跟网站显示不一致；经营者发货错误。 备注：退货的产品不影响第二次销售，零件、说明书、赠送品、包装整齐，标价，商标全齐，产品没被打开过或盒子不损坏。 ◎ “不想要”如果顾客购买产品后不想要，不关任何原因，除了以上的条件下公司有权拒绝退换产品。
 Makro Click	Makro Click 的退货政策 ◎ 消费者收到商品后 7 天内可以申请退货（按照发货订单日期）；消费者需要退货时，请在网站联系售后服务；消费者要提交收据，订单号的证据；产品必须包装好，零件全齐；食品饮料没过期；如果公司无法按照客户的清单送货，公司会给客户退款。 退款时间 ◎ 如果客户使用泰国银行的信用卡全额支付，公司会在 30 天之内，退

	款到客户的卡号，而取决于该卡还款周期。 ◎ 如果客户通过 True Money Wallet 全额支付，会在 30 天之内退款到客户的 True Money Wallet 账号。
 Shopee Thailand	Shopee Thailand 的退货政策 退货方式 ◎ 消费者需要退货时，请在网站联系售后服务。 在以下的情况可以退货退款 ◎ 消费者购买后没收到产品；产品有质量问题，发货造成产品损坏；营销者发货错误（尺寸，颜色有错误）；产品与广告信息所显示不一致；消费者与营销者有补充其他条件，营销者需要向 Shopee 平台通知，通过审核后该条件起效，该条件只有 Shopee 有权审核或拒绝；如有纠纷消费者要向 Shopee 通知，收到通知后 Shopee 会立刻冻结该账户的费用 费者购买后“不想要”不能申请退货
 Chilindo	Chilindo 的退货政策 ◎ Chilindo 的退货政策没公开发布，如顾客购买产品后产品有问题可以与公司联系要退货，或者换货。 联系邮箱：support@chilindo.com 收到客户的邮件后，一般 Chilindo 可以提供退货但不退款。 （公司会退积分相当于产品的价格到消费者的账户，消费者可以在下次购买使用。退款金额不含 10% 的服务费，和运费）。
 WeLove Shopping	WeLove Shopping 的退货政策 ◎ 消费者购买后可以申请退货，等经营者的回复。经营者有权拒绝消费者退货，但要提出理由。 ◎ 消费者申请退款超过 72 个小时，如商家没回复，公司会按照顾客的申请进行退款。

表 1：泰国网络零售企业使用退货退款政策概况

（三）泰国网络零售企业的退货政策条件小结

1. 退货时间：因泰国目前没有明确的退货政策法律制度，每个网络零售商的退货期限不同，有的 7 天，15 天，或 30 天。当消费者购买商品之前要先查看清楚该商品的退货期限，不同网店的经营者可能提供退货期限不同，比如：当您在网上平台购买 AA 包，B 网站 H 店可能给您提供 7 天无理由退货，而当您在 A 网站 D 店购买同样的 AA 包，经营者可能给您提供 15 天无理由退货。一般网络零售商普通产品可以在 7-15 天之内退货，电器产品可以在 15 天之内退货。

2. 退货地点：大多数会在网站或平台上申请退货，消费者和经营者之间联系，把货寄回给商家

所提示的地址。有的平台提供上门取货，有的平台可以通过 7-11 便利店退货。

3. 产品的状态：退货产品必须要完整，在包装里面与收到货当天同样。没被使用过，零件全齐，产品标牌，说明书不可减少。“退货产品不影响第二次销售”。

4. 退款方式：买家如何付款即将按照付款方式给买家退款。比如：使用信用卡支付即将退款到持卡，而取决于该卡还款周期。

5. 退货费用：如商品问题退货，商家承担退货费用。

6. 不参与退货的产品：这是退货政策的一个重要条件，消费者要了解以下您购买的产品是否在退货条件内。不参与退货条件的产品大多数包括：贴身产品，电子产品，折扣产品，特殊产品。

三、泰国跨境网络零售企业退货政策

（一）泰国跨境网络零售企业使用退货退款政策状况

示例：泰国跨境网络零售企业退货退款政策

 AliExpress Thailand	AliExpress Thailand 的退货政策 ◎ 根据各种产品的特性不同，退货政策具体实施细则存在差异。 ◎ 每个产品都有不同的退货期限。7 天，15 天，30 天，或者 60 天退货。 ◎ 消费者需要退货，要先自己联系经营者 ◎ 如产品与广告信息不一致，公司保证在 15 天内向消费者退款 ◎ 如果消费者与经营者商量后无法解决问题，消费者可以在网页的购买订单点按“纠纷”公司会在 15 天之内查看情况，如情况合理公司将退款给消费者。 ◎ 有些产品消费者要自己承担退货费用，可以与经营者商量 ◎ 有些经营者提供当地退货（比如：美国购买在美国退货），并当消费者申请当地退货，退货时间延长 15 天，消费者可以改变主意取消退货。 ◎ 退货产品不影响第二次销售，没被使用，零件全齐。 ◎ 经营者收到产品后，在 7 天工作日将自动退款 可以参与退货产品如下 ◎ 家庭花园工具，服装，装饰品，运动工具，包，行李箱，鞋等。
 Amazon Thailand	Amazon 的退货政策 ◎ 根据各种产品的特性不同，退货政策具体实施细则存在差异，请参照商品的退换货政策。 ◎ 有些经营者参与全额退货买家不要退款，购买前请查看产品退货信息 ◎ 如消费者在当地国家购买产品可以在当地国家退换产品（比如：买家在 Amazon.com 购买产品，买家就在美国退货），由经营者承担退货费用。

 Ebay Thailand	eBay 的退货政策 ◎ 根据各种产品的特性不同，退货政策具体实施细则存在差异，请参照商品的退换货政策。 ◎ 如产品损坏或有质量问题，消费者可以申请退货退款。 退货方式 在 ebay 网站点击进入 Case return 点击 Accept return 下载 label 把 label 打印出来贴在包装上，等 2~3 天会有快递去取货在 Case return 添加发货订单如果快递已成功取货，Case return 状态会更改 Shipped。 退货费用 ◎ 如产品质量问题，因经营者、物流、生产造成产品损坏，经营者承担费用。
---	--

表 2：泰国跨境网络零售企业使用退货退款政策

（二）泰国跨境网络零售企业退货政策条件小结

泰国跨境网络零售商一般退货政策是根据经营者所在的商品提出不同的退货规定大概如下：

退货时间：每个跨境网络零售商的退货期限不同，有的 10 天，或 30 天的退货。

（1）产品的状态：退货产品必须要完整，在包装里面与收到货当天同样。没被使用过，零件全齐，商标标价没拆，说明书不可减少。“退货产品不影响第二次销售”。

（2）退货费用：如是产品质量问题，产品损害，发货错误卖家承担退货费用，亚马孙新政策无理由退货买家承担费用。有些商品经营者提供无理由退货，购买前消费者可以在商品信息查看。

（3）退款方式：买家如何付款即将按照付款方式给买家退款。比如：使用信用卡支付即将退款到持卡，而取决于该卡还款周期。

（4）不参与退货的产品：这是退货政策的一个重要条件，消费者要了解以下您购买的产品是否在退货条件内。不可退货的产品一般包括：贴身产品，下载产品，折扣产品，定制产品等。当您购买之前必须询问清楚是否参与退货条件。

备注：一般情况入商品问题，可以于商家联系提供照片或视频，如果商家觉得原因明确商家会愿意补发新商品，买家不必把货退回。

四、中国跨境网络零售企业退货政策

（一）中国跨境网络零售企业退货退款政策状况

示例：中国跨境网络零售企业使用退货退款政策

 全球速卖通	全球速卖通的退货条件 ◎ 每个产品都有不同的退货条件，海外消费者购买之前要先与经营者沟通该产品是否可以退货，退货时间是如何。有的产品可以在 15 天之内退货，有的产品可以在 30 天只能退货，或者与经营者商量下调。 ◎ 如果消费者和经营者达成退款又退货的协议之后，消费者必须在 10 天内将货物发出（否则款项会打给经营者）。 ◎ 消费者退货后，把订单号填写在退货系统上。 ◎ 等 30 天的工作日，如没问题将自动退款。 退货费用 ◎ 如果经营者设置的 free shipping 消费者就不用承担运费 ◎ 货物有质量问题的退货的是经营者承担，如果没有质量问题的，消费者自己要退货运费是消费者承担。 ◎ 如果产品发货错误或者破损商品，经营者要负责退回商品的速卖通运费。消费者有权选择价格便宜、速度较慢的退货方式。
 Ebay China	Ebay China 的退货条件 ◎ 每个产品都有不同的退货条件，消费者购买之前要详细查看该产品是否可以退货。有的产品不接受退货，有的可以在 30 天内消费者自费退货，有的可以在 30 天内免费退货，或者 60 天退货。 以下类别可以选择 14 天内退货： ◎ 收藏品，艺术品，数码相机、摄影器材、医疗设备，复健，残疾辅助设备 不同于其收到时的状态： ◎ 被使用的，更换或损坏的，缺失零部件，物品标签等，未使用原包装退货，退货途中有破损等，只有美国和澳洲可以扣除原始交易运费，卖家根据收到退货具体情况，选择扣除物品价值的 10%-50% 的部分退款，在卖家提供部分退款之后，买家有 10 个工作日可以要求 eBay 介入审核部分退款，eBay 会根据纠纷具体情况判断是否需要卖家补差额。
	中国亚马逊的退货政策 ◎ 每个产品都有不同的退货条件，消费者购买之前要详细查看。 ◎ 消费者需要在规定时间内提出退换货申请，并与经营者达成协议。经营者

 中国亚马逊	提供退货地址，联系人，联系电话等。消费者在 14 日内将商品寄出，如 14 日内未提供退货物流信息，退换货申请即将关闭。 ◎ 对于支持上门办理退货的商品，配送员会在消费者办理退换货后的 4 天左右上门取货，消费者要保持电话畅通，并保持商品完好（消费者要退回自己收到的整套商品、发票以及赠品等）所退回商品必须有良好的包裹包装。 以下类商品可通过在线退换货中心自助办理： 全部办理：图书、音乐、教育音像、电脑产品、数码影音、服饰箱包、鞋靴、玩具、厨具、家居、乐器、手机、个护健康、办公用品、汽车用品、珠宝首饰、钟表。 退货费用 ◎ 由经营者原因造成的商品退货，经营者承担退货费用。非经营者原因造成的商品退货，已支付的配送费用不做退款处理。
 Wish	Wish 的退货条件 ◎ 每个产品都有不同的退货条件，消费者购买之前要详细查看。 ◎ Wish 平台上凡带有物流信息的产品均可参加退货项目。目前，只有美国路向和部分欧洲国家路向的产品享有退货资格。 Wish 对于退款责任的判定通常有三种： ◎ 如是经营者责任问题，消费者不用承担退款费用，由买家承担。 ◎ 如果判定是平台责任，货款会结算给商户，退款费用由平台承担。 ◎ 根据退款率来判定的，如果是高退款率则相应责任是由商户承担，如果退款率控制得很好，是在一定比例范围之内，该买家承担就买家承担。 客户退款的理由大致如下： ◎ 产品与描述不符，没按时发货，物流配送时间过长，产品破损。

表 3：中国跨境零售退货政策总结表

（二）中国跨境网络零售企业退货退款政策条件小结

- （1）退货时间：由于因泰国目前没有明确的法律法规强制退货，每个网络零售商的退货期限不同，有的 30 天，或 60 天的退货。
- （2）产品的状态：退货产品必须要完整，在包装里面与收到货当天同样。没被使用过，零件全齐，产品标牌，说明书不可减少。“退货产品不影响第二次销售”。
- （3）退货费用：如是产品质量问题，产品损害，发货错误卖家承担退货费用，亚马孙新政策无理由退货买家承担费用。
- （4）退款方式：买家如何付款即将按照付款方式给买家退款。比如：使用信用卡支付即将退款到

持卡，而取决于该卡还款周期。

(5) 不参与退货的产品：消费者使用过的产品，标价或吊牌被减掉，退货的产品不影响第二次销售，不参与退货条件的产品大多数包括：贴身产品，电子产品，折扣产品，特殊产品，当您购买之前必须询问清楚是否参与退货条件。

备注： 一般情况入商品问题，可以于商家联系提供照片或视频，如果商家觉得原因明确商家会愿意补发新商品，买家不必把货退回。

五、泰国和中国跨境网络零售业的退货政策比较

(一) 泰国网络零售退货政策总结表

网络零售商 企业	退货方式			退货条件			退款方式
	上门 取货	自己制 定	便利店	时间	费用	商品状况	
		/		7-14 天	商家自身原 因商家承担	不影响二 次销售	按照支付方 式退款
	/	/	/	7-15 天	商家自身原 因商家承担	产品完整	按照支付方 式退款
		/			自己承担	还没发货 可以退货	按照支付方 式退款
			/	7 天	商家自身原 因商家承担	产品完整	按照支付方 式退款
	/	/		7-15 天	商家自身原 因商家承担	产品完整 没使用过	按照支付方 式退款
	/	/		30 天	商家自身原 因商家承担	不影响二 次销售	按照支付方 式退款
	/	/		7 天	商家自身原 因商家承担	不影响二 次销售	按照支付方 式退款
		/		商家 自订	商家自身原 因商家承担	不影响二 次销售	按照支付方 式退款
		/		联系 商家	自己承担	不影响二 次销售	可以提供退 货但不退款
		/		联系 商家	商家自身原 因商家承担	不影响二 次销售	按照支付方 式退款

(二) 中国跨境网络零售退货政策总结表

网络零售商 企业	退货方式	退货条件			退款方式
		时间	费用	商品状况	
	消费者自选	7-15 天	如显示 free shipping 经营者承担退货费用	不影响二 次销售	按照支付方 式退款
	消费者自选	30-60 天	商家自身原因商家承担	不影响二 次销售	按照支付方 式退款
	消费者自选	商家自订	商家自身原因商家承担	不影响二 次销售	按照支付方 式退款
	消费者自选	商家自订	商家自身原因商家承担	不影响二 次销售	按照支付方 式退款

表 5：中国跨境网络零售退货政策总结表

(三)、中泰网络零售企业的退货政策条件比较

中泰退货政策之间的差异主要体现在退货费用、退货时间、退货操作。目前泰国网络零售商的退货时间分为 7 天、15 天或 30 天的工作日等，从消费者取到货后起效。而中国跨境网络零售商的退货时间分为 30 天、60 天，有些商家自订商品的退货期限也会有所不同。消费者购买同样的产品在不同网站的商店也会有不同的退货时间：比如，消费者在 LAZADA Thai 与 JD Central 平台上购买同样的品牌 Jansport TWK805F BLACK LABLE SUPERBREAK -TURKISH OCEAN 时，经营者提供的退货时间不一样，LAZADA 提供 7 天无理由退货，而 JD Central 提供 15 天无理由退货。退货费用一般包括商品金额的退还以及退货产生的费用，无理的情况下，商家退款包括全额退款和部分退款。中泰网络零售商退货费用政策相同，如因订单配送不完整而产生退款，商家将承担 100% 的退款责任，退款费用分为发货运费、退货运费、手续费、商品重置费等，平台会自动退款到消费者的支付账号中。中泰网络零售不参与退货的商品没有较大的差异，都会依据网店经营者旗下产品的种类做出改变，不论是泰国还是中国的跨境网络零售企业，如商品损坏或商家发货有错误等，部分商家都会选择退款不退货的方式来减少退货费用。

五、完善跨境网络零售企业退货政策的建议

网络零售企业每天面临着数量庞杂的退货业务，由于消费者的退货要求复杂多样且无法避免，导致网络零售企业无法完全控制，例如如果是经营者自身旗下的产品出现了质量上的问题，那么消费者选择退货的一切后果则由经营者独自承担，退货流程是为了降低消费者的损失，但是却给零售企业的经营者带来了许多麻烦及负面影响，所以零售企业要学会利用完善的退货政策有效地控制消费者的退货现象，为消费者及上游厂商分别制定不同的退货政策，详情如下：

（一）对消费者跨境网络零售的退货政策

1. 制定详细的退货政策和规范的退货业务操作流程

跨境网络零售企业应当在店铺最显眼的位置向消费者展示自身企业的退货政策，使客户除了在客服中心询问客服之外更加直观清晰的在第一时间了解到商家的退货政策，一定要将退货过程中所有限制性条件罗列清楚，使消费者明白商品在什么样的状态下不予退换货，如果消费者仍有疑问，客服必须在向顾客讲解商品性能时强调退换货的章程内容，避免消费者无意损坏商品，带来后续不必要的麻烦，引导顾客理性购物才能增添更多的回头客，要帮助消费者使用退换货的权力，提醒消费者在退货单上注明详尽的退货缘由，以方便后期协商运费的问题；网络零售企业负责退货流程的负责人一定要安排下属职员严格审核被退回来的商品，避免自身企业遭受更大的损失，尽量降低消费者的退换货意向及购物的随意性，一定要避免商品无缺陷却被退回的现象，有利于大幅度降低退货商品进入逆向物流的频率；跨境网络零售企业总部应根据自身经营的产品特色制定出相应的退货操作流程，并通过严谨的工作制度将退货准则及业务流程贯彻落实到位，对自身企业的内部职员的工作范畴进行明确的规划，并通过与退换货相关课程培训来提升员工的业务素质及退货工作效率。其次，网络零售企业应该制定同意的退货政策，为了避免消费者对跨境网络零售退货政策的错觉。尤其是泰国网络零售企业很多商家都没有同一的退货时间，而对于中国来说相反的是中国有国家制定 7 天无理由退货政策。

2. 改善售前售后服务

针对于一些带有技术性质的零售产品，例如桌椅或电子机械设备等，相关网络零售企业的客服一定要经过技术培训后才可上岗，方可在跨境网络平台的售后流程中对自家企业的客户进行详尽的指导与高服务质量的售后服务，解决消费者在安装商品或不会使用商品过程中遇到的问题，为消费者



者展示安装及使用的方法, 如果客户仍有疑问, 还可以给为消费者提供当地代理商的联系方式, 为消费者提供更多的解决方法及解决途径, 这样也可以减少客户因售后服务不满意而选择退货的情况。

(二) 对跨境网络零售企业的退货政策

(1) 退货价格设计。退货政策有全额和部分退款之分, 全额退货是对零售商的退货按照原先的批发价进行全额退款, 而部分退货则按批发价进行一定的折扣。在一定的批量约束下, 通过对退货价格的调整, 可以使供应商和零售商的总体利益达到最优。

(2) 退货比率约束。现在有零退货的策略, 零退货意味着生产厂商不接受来自零售商的任何退货, 而在发货时给零售商一定的折扣。这项政策事实上是把退货的责任转移给零售商, 从而减少生产商和经销商的费用, 但是同时生产商失去了对商品的控制权。制定退货政策的初衷, 就是为了免除或减轻销售风险, 鼓励零售商大批量进货、顾客大量购买, 以增加产品扩大销售的机会, 使厂商和零售企业的成本利益达到最优。因此, 厂商及零售商可以协商制定一个合适的退货比率以平衡由此产生的成本和利益, 提高企业的竞争优势。

(3) 退货中的合同管理。退货过程中商品的权责归属不明确, 是实际运行中所常见的, 这是由于合同管理的缺失引起的。例如, 一家为连锁集团服务的第三方物流公司, 由于供应商和零售商之间对退货责任的理解不一, 导致产品大量堆积在其仓库而引起的运营困难。同时, 大量价值庞大的退货, 因为没人处理而只能在原处等待, 直到过期或彻底损坏。平常不为人所注意的退货, 在合同的签订过程中常常被一笔带过甚至被彻底忽视。但作为加快企业资金周转, 重新挖掘剩余价值的方式, 以及合理限制客户退货比例的手段, 详细而明确的条款必须在合同过程中就得以体现, 这样才能避免出现纠纷。

结论

从研究中发现泰国网络零售商的退货政策的实施是一个承诺, 因此, 零售商必须遵守自己所提出的承诺, 否则将被视为非法。然而, 根据零售商提出退货政策消费者权益保护, 与根据法律法规消费者权益保护法存在不相同, 比如: 消费者无权利无理由退货, 但如果零售商有提出无理由退货, 消费者才能无理由的退货。但另一方面, 在某些产品的情况下, 比如: 护肤品, 如在退货政策规定上, 消费者购买后不想要也可以退货。另外, 如果发现商品损坏, 消费者也可以按照泰国法律法规退货。本文认为将泰国网络零售商还可以继续发展, 政府或相关负责部门应该更加监督, 提供公平的竞争, 加强在线网络交易。对于网络零售商应该对消费者, 竞争对手, 社会有责任心, 以及提出更有效的退货政策, 也可以减少经营的成本。



参考文献

- 开淘.2017 速卖通退货规则最新版 [N/OL], 开淘-淘宝问题有问必答 [N/OL], 2017-09-23. <https://www.kaitao.cn/article/20170923144758.htm>.
- 朱志. 网络零售商退货政策影响因素的实证研究: [硕士学位论文]. [D]重庆: 重庆大学, 2015
- 任康. 中国跨境网络零售商退货政策信息质量评估研究: [硕士学位论文]. [D]重庆: 重庆大学, 2017
- 陈雨萌. 《消费者权益保护法》中冷静期制度的适用范围界定研究[J]. 经济研究导刊, 2018, 373(23):200-201.
- 张结娣. 消费者基于不同原因网购退货对购后行为影响的研究: [硕士学位论文]. [D]. 安徽: 中国科学技术大学, 2017.
- 吴素清. 中泰消费者保护法比较: [硕士学位论文]. [D]. 北京: 北京邮电大学, 2017
- 陈静. 网络消费者知情权的法律保护研究: [硕士学位论文]. [D]. 广西: 广西师范大学, 2017.
- 雨果网. eBay 退货政策更新: 退货选择只剩 5 种, 卖家保护和惩罚两分明[N/OL]. Cifnews 雨果网跨境电商智能服务平台, 2018-07-11. <https://www.cifnews.com/article/36397>.
- 雨果网. 合理退货政策的背后: 投资回报, 降低购物车放弃率[N/OL]. Cifnews 雨果网跨境电商智能服务平台, 2018-05-17. <https://www.cifnews.com/article/35236>.
- 国家工商行政管理总局令. 网络购买商品七日无理由退货暂行办法 [N/OL]. 中华人民共和国中央人民政府, 2017-01-16. http://www.gov.cn/gongbao/content/2017/content_5216437.htm.
- 速贸通. 亚马逊全球开店自动退货政策解读[N/OL]. 速贸通, 2017-11-14. http://www.sohu.com/a/204211515_99997108.
- 斑马海外仓 Angel. 卖家注意: eBay 已开始实行新的退货政策 [N/OL]. FOB 福步外贸论坛, 2017-08-02. <http://bbs.fobshanghai.com/thread-7474962-1-1.html>.
- 2018 UPS Pulse of the Online Shopper In Asia Research [R]. UPS Pulse of the Online Shopper™: 2018 Electronic Transactions Development Agency (Public Organization). Information technology law[M]. 2017(8):1-406.
- AliExpress 全球速卖通. 全球速卖通平台规则 (卖家规则) [N/OL]. 全球速卖通规则正文, 2018-06-01. https://sell.aliexpress.com/zh/_pc/rule_detail.htm.
- Business situation 2018. Sunrise-sunset industry[R]. Bangkok: 2018.
- Buzze Blog. Thailand's Top 10 Online Shopping [N/OL]. komchadluek News, 2018-08-10. <http://www.komchadluek.net/news/lifestyle/342946>.
- Jutarat Kiadrasamee. Factor affecting the decision making on purchasing products from the online application in Bangkok metropolitan region: [Degree of master]. [D]. Bangkok. Thammasat University, 2015.
- Kasikorn Bank International Business Consulting Center Thai land E- Commery service indsturce [R]. Bangkok: 2017

Nattawan Charoenrattanapornchai. Legal measures to protect the consumers from covert advertising in Online product and service reviews:[Degree of master].[D].Bangkok. Chulalongkorn University,2013.

Panyarawee YuAnek Photiwat.Consumer Return Protection Return of retail business in Thailand:[Degree of master].[D].Bangkok. Chulalongkorn University,2017.

Piyawat wasusirikun, Rainer Hans Stasiewski. Growing of China Online shopping markets[J].RMUTK Journal of Liberal Arts,2016,10(2):9-20.

Poonsuk Ninkitsaranoont. Modern retail industry (Development Trend of Industrial Enterprises) [R]. Krungsri research.Bangkok: 2018.

Sirichai Deelters,Supavadee Rattanapongpun.The Factors that Influence Consumer with Purchasing Decisions Process of E-Commerce Market Niches[J].Veridian E-Journa,2018,11(1):2404-2424

Surangkhan Wayuphap.Value of e-Commerce Survey in Thailand 2017 [R].ETDA Thailand. Bangkok:2017

Team TCIJ News.Does Thailand Know:The average rate of online shopping consumer in Thailand ia about 5-10%.Tcijthainews[N/OL].TCIJNews,2019-01-11.<https://www.tcijthai.com/news./2019/1/scoop/8656>.

Woradee Jongadsayakul.Product Return Behavior of Modern Retail Consumers (in Thai)[J].Applies Economics Journal. 2013:20(1): 47-61.

	Name and Surname (姓名): KANOKPORN NONGHANPITUK
	Highest Education (最高学历): PH. D.
	University or Agency (任职院校或单位): Chongqing University of Economics and Business Administration
	Field of Expertise (专业领域): Business management
	Address (地址): No. 174 Shazheng Street, Shapingba District, Chongqing, P. R. China, 400044



我们了解中国“00后”大学生吗？

DO WE UNDERSTAND ABOUT CHINA'S "POST - 00S" UNIVERSITY STUDENTS ?

吴碧兰

UBONRAD YANA

华东师范大学、社会发展学院

School of Social Development, East China Normal University, P.R.China

E-mail: 13023197176@163.com

Received: 2 July 2019 / Revised: 30 October 2019 / Accepted: 15 November 2019

摘要

为了诠释“00后”，我们首先要认同他们是存在者，他们在从自己视角看世界并思考着。本文主要使用问卷调查法和文献法通过对“00后”大学生学习、生活方式和课余活动的状况的研究，探索“00后”大学生的生活方式和课余活动的特点。此研究的主要内容是对在上海随机挑选的10所大学的“00后”大学生进行分析，主要调查内容有两个部分，一、基本资料：性别、年龄、户口所在地、专业、班级、家庭收入、家庭成员内部关系、父母受教育水平、父母户口所在地、父母职业、父母工作所在地等；二、生活方式与课余时间活动：学习方面、决策方面、计划方面、焦虑方面、信任方面、课余时间活动、爱好、社团参与、社会关注等，最后总结归纳“00后”大学生的生活方式和课余生活情况，客观了解中国“00后”大学生群体特征。

关键词：中国“00后” 大学生群体 生活方式与课余活动 诠释“00后”

ABSTRACT

In order to interpret the “Post-00s”, we must first recognize that they are existential with their own perspective. This paper mainly uses questionnaire survey and literature review method to study the lifestyle and extracurricular activities of “Post-00s” university students. The main objective of this study is to analyze the “Post-00s” University students randomly selected from 10 universities in Shanghai. There are two main parts of the survey: 1. General data include gender, age, residence location, major, class, family income, internal relationship



of family members, education level of parents, residence location of parents, occupation of parents, work location of parents, etc.2. The main contents of lifestyle and extracurricular activities include learning, decision-making, planning, anxiety, trust, after-school time, hobbies, community participation, social concern, etc. In order to summarize the lifestyle and extracurricular activities of “Post-00s” University students and objectively understand the characteristics students group in China.

Keywords: China's “Post-00s”, University students, Lifestyle and extracurricular activities, Interpretation of “Post-00s”

绪论

一、研究背景

(一) “00 后” 概念

“00 后” 这个概念是继 “90 后” 出现的一个新的群体代名词，而 10 年时间段里之所以可以被看作一个时代，是因为在中国急剧的变迁中，社会发展和文化发展都具有很多相似的特征。出生在 2000 年之后的孩子们都有着时代的特殊性，他们生长的环境是一个在飞速发展的网络信息时代，当他们刚开始接触社会就已受到世界信息交流的影响，所以很多孩子从小就会上网搜索他们感兴趣的东西、知识面宽广。

“00 后” 是指在 2000 年至 2009 年这十年间出生的一代中国公民。他们将作为新时代国家发展的生力军，并开始逐渐步入大学阶段。

(二) 伽达默尔的诠释学理论

据伽达默尔的观点，诠释学是探究人类一切理解现象的基本条件，借此找出人的世界经验，并且在人类的存在方式中发现人类与世界的根本关系。¹海德格尔认为，人们的一切理解现象以及一切意义的发生都是根源于人的生活本身。²

伽达默尔的诠释学理论是接受了海德格尔所完成的“本体论变革”和“此在”的基本思想，并作了进一步的发展。他指出理解不是一种主体行为，而是此在本身的存在方式。在理解历史的过程中，不是完全置身事外把它当做对象去认识、评价或者接受它。理解是此在的存在方式，我们自身是历史中的具体因素，我们处于历史之中，理解历史的过程其实就是我们不断加深自我理解的过程，就是我们作为理解者与历史构成一体的过程。因此，在诠释“00 后”的时候，我们可以借鉴伽达默尔诠释学对理解和解释的界定。

¹洪谦主编. 逻辑经验主义. [M]. 北京: 商务印书馆, 1989.74-77

²[美]奎因. 从逻辑的观点看 (江天骥等, 译者). [M]. 上海: 上海译文出版社, 1987.44-44



按照伽达默尔对“理解”（*verstehen*）词的分析，理解含有相互“认同”、“赞同”、“同意”的意思，这证明了认同是理解的前提，另外，本体论诠释学是从人的存在方式角度反思事件，强调的是读者（理解者）所领悟的意义，而“意义”是在理解过程中形成的东西，它是理解者在特定的情境中与理解对象对话而产生的结果。因此，为了诠释“00 后”，我们首先要认同他们是存在者，他们在从自己视域思考着，我们要反复与之对话才能更好地理解他们。

由于理解所指向的已经不再是理解对象，而是理解者本身。于是，理解也就没有是否完善、是否正确的分别，它只是运用了不同的方式在理解，所表明的是不同的存在方式。在这个意义上，理解一件事情，就不免出现“仁者见仁，智者见智”的情况。基于此，我们就应该更注意理解的方式，给予“00 后”诠释时就要换位思考，融合“大人”和“孩子”之间的认知空间。并且，承认与我们对话的“00 后”的存在合法性、其言说的合理性，我们就应以探索的方式展开对话，而不是对他们宣告真理，在这个前提下我们才能更好的理解“00 后”。我们首先要承认他们是“存在者”，然后进一步思考、与他们“对话”，建立理解的共有基础。¹

（三）大学生群体

赵鸣九在《大学心理学》中表示²，群体是由于某些社会原因而产生的心理状态和心理倾向，并以特定的相互关系和方式组合起来进行活动的人群或共同体。沙莲香在《社会心理学》中的群体心理效应表示³，每个群体都有某种心理特征，不同群体的心理特征并不相同，它们对个人的行为发生制约作用。群体心理活动表现在成员的情感上是用“我们”来区别与其他群体的心理构成，“我们”的情感就反映了群体成员对共同心理的意识。群体心理是每个群体成员个人心理特征的综合和概括，是群体成员之间不断相互影响的结果。社会要把生物人塑造成社会人，就要通过利用群体这种微观环境发挥作用。因此，个体的社会化、自我的形成，都是在这种群体心理的影响下进行的，并且部分群体心理也成为个体心理特征。在现实生活中，群体是多样的，个体要生活在许多群体之中，这样就造了个体心理的丰富性，并使个体得到全面的发展。群体心理对个体的作用，主要表现在群体归属感、群体认同感、群体的促进和干扰作用三个方面。

¹沙莲香.“站而不止”于其中的“诠释”——认知“80 后”. [J].当代青年研究, 2011, (11): 1-5

²赵鸣九. 大学心理学. [M]. 北京: 人民教育出版社, 1988.283-283

³沙莲香. 社会心理学. [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2002.206-208



二、研究对象与其特征

(一) 研究目的

在本研究中，笔者通过对调查“00 后”大学生的生活方式和课余活动的状况，探索其特点，以之为切入点分析“00 后”大学生群体。在研究方法上，笔者主要使用问卷调查和文献法。

(二) 研究方法

此研究主要调查上海的“00 后”大学生的基本资料、生活方式及课余活动。调查问卷以选择题为主，分为受访者基本资料 and 生活方式、课余活动等部分。其中受访者基本资料包括性别、年龄、户口所在地、专业、班级、家庭收入、家庭成员内部关系、父母的教育水平、父母户口所在地、父母职业、父母工作所在地等；生活方式与课余活动包括一、学习方面：刚入学时的心情、每天平均课时、自习时间、自习时间的运用、对学习的重视程度（花多少心思在学习上、课堂学习态度、上课有无做与课堂无关事情）；二、决断方面：选择就读该专业的原因、对各方面指导的需求、每个月的生活费、每月的生活费开支、衣食住行标准；三、计划方面：刚进入大学时在各方面是否有计划、毕业后的计划、生活费用计划；四、焦虑方面：是否有焦虑、学习压力来源；五、信任方面：谁最了解自己、感到幸福或困惑时所诉说的对象、与家人沟通的频繁程度；六、课余时间：每天的课余时间、与谁分享课余时间；七、爱好：休闲方式、上网的时间、上网时常做的事；八、社团参与：对公益类（志愿）与专业类社团的参与频率、活动收获；九、社会关注：关注社会事件的频率、最为关注的社会事件。在问卷调查的统计分析方面，笔者借助社会科学统计分析软件对相关数据进行检验、分类和整理，主要分析在于对事件发生率（Frequency）和百分比比率的分析。

此次研究对象是在上海随机挑选的 10 所大学的“00 后”大学生，其中有复旦大学、上海交通大学、同济大学、华东师范大学、华东理工大学、上海财经大学、东华大学、上海理工大学、上海中医药大学和上海外国语大学。

表 1-1 “00 后”大学生生活方式与课余活动问卷调查回收数量与百分比比率

大学	数量	百分比
复旦大学	100	11.11%
上海交通大学	101	11.22%
同济大学	98	10.89%
华东师范大学	92	10.22%
华东理工大学	92	10.22%
上海财经大学	82	9.11%
东华大学	48	5.33%
上海理工大学	90	10.00%



大学	数量	百分比
上海中医药大学	79	8.78%
上海外国语大学	118	13.11%
总计	900	100.00%

本次调查共在这十所大学发放问卷 900 份，但每所大学问卷回收的数量并不一致，平均每所大学回收 90 份。其中东华大学的问卷回收最低，仅 48 份，占总问卷数量的 5.33%，问卷回收率最高的是上海外国语大学，共 118 份，占 13.11%。

(二) 研究的意义和价值

现在的大学生的大量时间都是在高校这个主要生活场所度过的，高校能够促使他们更加珍惜和充分利用学校学习资源，把更多的时间和精力放在扩展自我能力上，增加大学生走向未来社会的资本。此外，大学生每天都有一定的课余时间，如果高校能够有效利用这一段时间对“00 后”大学生身心健康进行指导或培养他们发展有益的爱好，就可以使大学生正确地、科学地、合理地利用课余时间，让他们健康地成长成为对社会有用人才，在为社会发展作出贡献的同时，实现自己快乐的人生。通过对“00 后”中国大学生的生活方式和课余活动进行调查研究，有利于从“00 后”大学生的日常生活中了解他们的生活态度、思想方法、价值观念、兴趣爱好等，有利于推动高等学校教育工作，有利于增加大学生课余时间活动的多样性。

青年是社会的未来和希望，承担着人类社会发展的历史使命，而大学生群体又是整个社会的骨干和栋梁，他们的生活方式将直接影响社会未来的发展和走向。然而，在当今社会上还有一部分老一辈认为“00 后”是“好吃懒做、依靠父母的寄生虫”。老一辈对“00 后”缺乏认同是因为时代背景不同而产生的代沟，也与社会主流媒体在对“00 后”群体报道中为了吸引眼球不负责任的渲染有关。因此通过对“00 后”大学生生活进行探索和研究，向公众还原和呈现一个真实的“00 后”大学生，有利于消除其他社会群体对“00 后”大学生的偏见，化解社会矛盾和冲突，促进社会的和谐运行和稳定发展。

三、国内关于“00 后”的研究现状

自从 2006 年起，关于“00 后”的研究文献日益增多，据本人在中国知识资源总库（CNKI 中国知网）查询 2006 年至 2018 年的所有文献发现：使用跨库检索功能搜索题名内含有“00 后”一词的文章总共找到 325 篇文献；其中分为中国期刊全文数据库 86 篇和中国优秀硕士学位论文全文数据库 5 篇，而以“00 后”、“大学生”、“中学生”、“中职生”、“思想政治教育”、“网络行为”、“代际”和“特点特征”等关键词居多，“生活方式”和“课余时间”的关键词相对很少。



“00 后”是指在 2000 年至 2009 年这十年间出生的一代中国公民。他们将作为新时代国家发展的生力军，并开始逐渐步入大学阶段。因此，目前大部分的研究主要集中于中小学，如小学生、中学生、中职生等。当然，目前也有一些关于“00 后”大学生的研究，但因“00 后”少年儿童刚刚步入大学阶段，因此这方面的研究还不够完善，还需要更进一步的研究，以往研究只是提前提性思考与分析。

“00 后”青少年群体出生在一个新时代，当然与各年龄段群体间存在一定的区别。王开东（2016）认为，虽然不同时代孩子的普遍爱好、行为方式等方面可能有所不同，但是作为孩子的特征又是相近的。目前关于“00 后”特点特征这个方面的研究相当多，而更深刻地理解不同群体之间的差异，则需要更进一步的比较研究，目前已有关于“00 后”与各年龄段群体之间的少年儿童发展状况和代际的研究。随着西方文化思想不断地涌入，思想政治教育、正确的思想观念引导及网络行为，可以应对未来“00 后”大学生特点的思想教育模式，这些问题成为学者们的研究热点。虽然“00 后”的现有研究有相当一部分涉及到“00 后”特点特征、“00 后”成长背景分析、“00 后”发展状况、“00 后”思维模式与行为习惯、“00 后”消费情况、“00 后”课余时间、“00 后”上网情况等方面，但是各方面的研究还需要更进一步完善，如家庭环境对“00 后”的影响、“00 后”社会责任感等方面。可见，目前国内现有的研究较少涉及到“00 后”大学生各个方面，特别是“00 后”大学生的生活方式与课余活动，尚未形成权威的结论，都需要进一步完善。另外，现有研究大多为思辨性研究，实证研究数量也相对少，更严重缺少“00 后”在不同群体之间的比较研究。

文献研究中大量参考了关于“00 后”的特点特征、成长背景分析、家庭环境对大学生的影响（其中分为人际关系的影响和教育机会的影响）、大学生消费情况、大学生社会责任感（其中分为政治参与和公益参与）、大学生社会参与、大学生课余时间和大学生上网情况等。并且研究归纳已有文献，以此为基础设计出问卷调查，最后结合前人研究以及本研究结果作出合理解释。

结论

一、结果分析

（一）受访者的基本情况调查与分析

在受访者的群体中，女性受访者有 682 人（75.78%），男性受访者有 218 人（24.22%），女性的人数比率是男性的 3.1 倍。他们的年龄阶段是 16-19 岁，大多数受访者的年龄是 19 岁（445 人，49.44%），他们出生年份阶段是 2000-2003 年，大多数在 2000 年出生的（822 人，91.33%）。大多数受访者是独生子女（529 人，58.78%），而户籍都在城市居多（594 人，66.00%），他们在大学一年级就读的理工科类专业（396 人，44.00%）。受访者的父母大多数有本科的教育水平（依次为 274 人，30.44%；232 人，25.78%），从事专业技术人员职业居多

(依次为 196 人, 21.78%; 200 人, 22.22%), 每月家庭收入在 1 万元及以上 (355 人, 39.44%), 而工作单位 (依次为 650 人, 72.22%; 579 人, 64.33%) 及户口所在地 (依次为 536 人, 59.56%; 544 人, 60.44%) 都在城市居多。另外, 受访者家庭成员内部的关系是非常好的 (402 人, 44.67%)。

(二) 受访者的生活方式与课余活动调查结果

生活方式与课余时间活动的主要内容包括学习方面、决断方面、计划方面、焦虑方面、信任方面、课余时间、爱好、社团参与及社会关注。

1. 学习方面

图1-1: 刚进入大学的心情

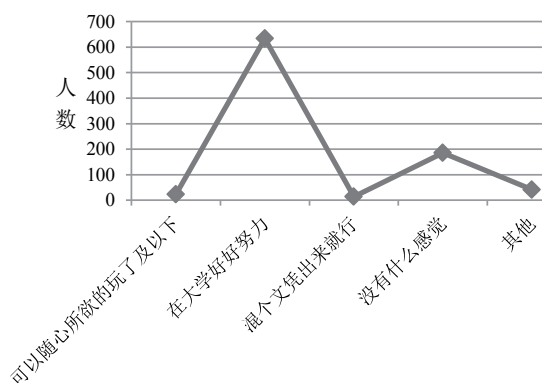
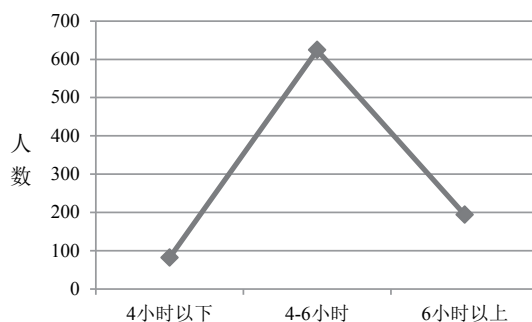


图1-2: 平均每学期每天平均的课程时间



受访者选择在大学好好努力的比例最多有 634 人或 70.44%, 选择没什么感觉的比例为次之 (186 人, 20.67%)。他们平均每学期每天的课程时间在 4-6 小时的比例最多有 624 人或 69.33%, 其次是平均每学期每天的课时在 6 小时以上 (194 人, 21.56%), 选择 4 小时以下的比例最少 (82 人, 9.11%)。

图1-3: 每天自习时间

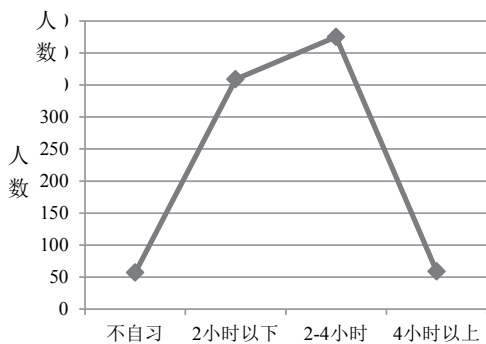
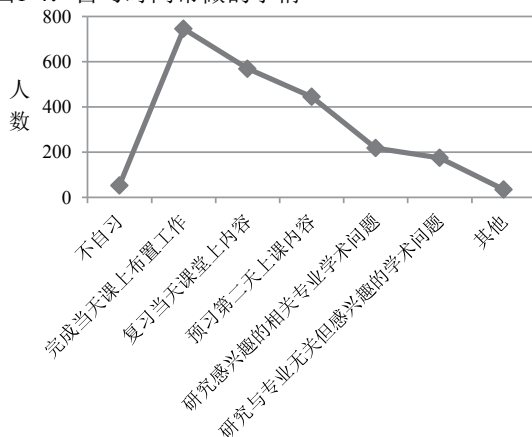


图1-4: 自习时间常做的事情



有接近半数的受访者每天自习时间为 2-4 小时（425 人，47.22%），每天自习时间为 2 小时以下的人数次之（359 人，39.89%），再次是 4 小时以上有（59 人，6.56%），没有每天自习习惯的人数最少（57 人，6.33%）。他们在每天自习时间最常做的事情是完成当天课上布置工作（745 人，82.78%），其次是复习当天课堂上的内容（569 人，63.22%），再次是预习第二天上课内容（445 人，49.44%），第四是研究感兴趣的相关专业学术问题（218 人，24.22%），第五是研究与专业无关但感兴趣的学术问题（175 人，19.44%）。

图1-5: 对学习的重视程度

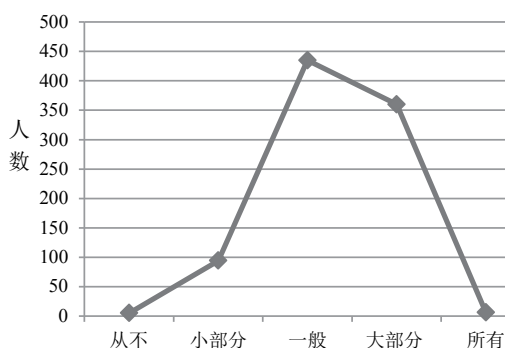
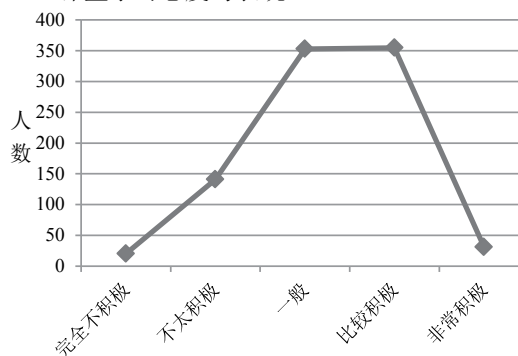
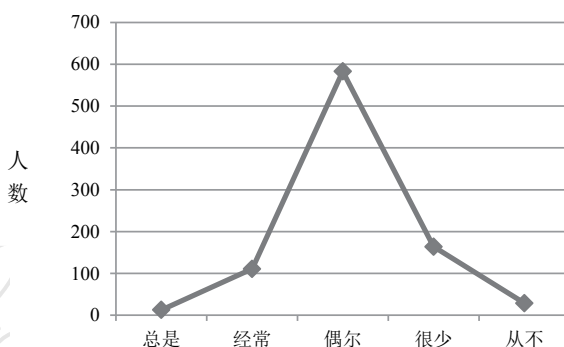


图1-6: 课堂学习态度与表现



受访者认为自己对学习的重视程度为“一般”的比例最多（435 人，48.33%），其次是认为自己学习的重视程度为“大部分”（360 人，40.00%），再次是认为自己学习的重视程度为“小部分”（94 人，10.44%），少部分受访者认为自己学习的重视程度为“从不”（5 人，0.56%）。他们认为自己的课堂学习态度与表现为“比较积极”和“一般”的比例很相近（依次为 355 人，39.44%；353 人，39.22%），141 人或 15.67% 受访者认为自己的课堂学习态度与表现为“不太积极”，少部分认为自己的课堂学习态度与表现为“完全不积极”（20 人，2.22%）。

图1-7: 上课时做与课堂无关的事情



583 คนหรือ 64.78%受访者认为自己上课时做与课堂无关的事情为“偶尔”，164 人或 18.22%受访者认为自己上课时做与课堂无关的事情为“很少”，111 人或 12.33%受访者认为自己上课时做与课堂无关的事情为“经常”，少数受访者认为自己上课时做与课堂无关的事情为“总是”（13 人，1.44%）。

2. 决断方面

图2-1: 对选择就读专业的原因

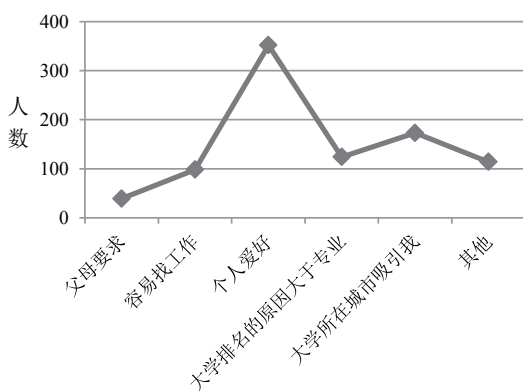
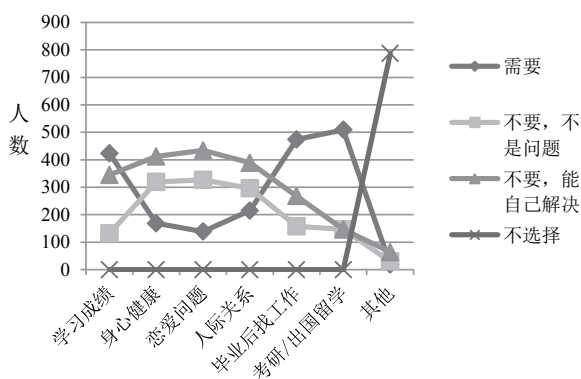


图 2-2: 对各方面指导的需要



受访者所选择就读该专业的第一个原因是个人爱好（352 人，39.11%），第二个原因是大学所在城市吸引我（173 人，19.22%），他们选择大学排名的原因大于专业为第三个原因（124 人，13.78%），他们选择“其他”为第四个原因（114 人，12.67%），影响最少的原因是父母的要求（39 人，4.33%）。除了考研/出国留学和毕业后找工作方面，大多数受访者对其他方面都不需要指导。其中不需要恋爱问题方面的指导最多（761 人，84.56%），身心健康、人际关系及学习成绩方面不需要指导的人数居多（依次为 731 人，81.22%；685 人，76.11%；477 人，53.00%）。大多数受访者对考研/出国留学和毕业后找工作方面都需要指导，他们需要考研/出国留学和毕业后找工作这两个方面的指导相近（依次为 509 人，56.56%；474 人，52.67%）。在学习成绩方面、身心健康、恋爱问题、人际关系、毕业后找工作、考研/出国留学等方面，受访者不需要指导是因为他们大多数认为自己能解决问题（依次为 345 人，38.33%；412 人，45.78%；434 人，48.22%；389 人，43.22%；268 人，29.78%；244 人，27.11%），不需要指导的是因为他们认为这些方面不是问题的比例很少（依次为 132 人，14.67%；319 人，35.44%；327 人，36.33%；296 人，32.89%；158 人，17.56%；147 人，16.33%）。

图2-3: 每个月的生活费

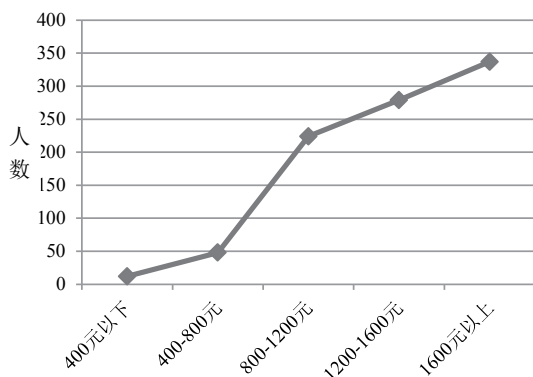
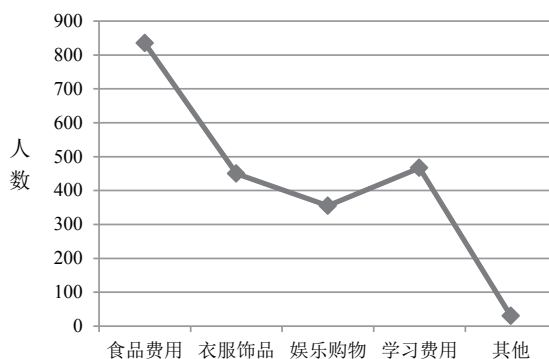
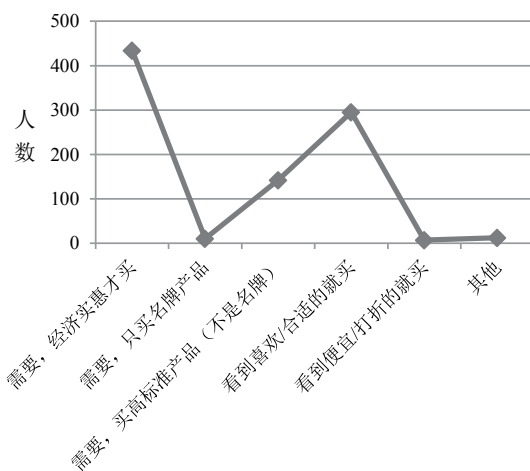


图2-4: 每月的生活费用开支



大多数受访者每个月的生活费在 1600 元以上 (337 人, 37.44%), 其次是每个月的生活费在 1200-1600 元 (279 人, 31.00%), 再次是每个月的生活费在 800-1200 元 (224 人, 24.89%), 受访者每个月生活费在 400 元以下的人数最少 (12 人, 1.33%)。他们的生活费用在食品费用的比例最多 (835 人, 92.78%), 学习费用的比例次之 (467 人, 51.89%), 再次是衣服饰品的比例 (450 人, 50.00%), 最后是娱乐购物的比例 (355 人, 39.44%)。

图2-5: 衣食住行的标准



受访者的衣食住行标准是有需要、经济实惠才买（434 人，48.22%），选择看到喜欢/合适的就买的比例次之（295 人，32.78%），选择需要、买高标准产品（不是名牌）的比例排在第三位（142 人，15.78%），选择看到便宜/打折的就买的人数最少（7 人，0.78%）。

3. 计划方面

图 3-1: 刚进入大学时在各方面的计划情况

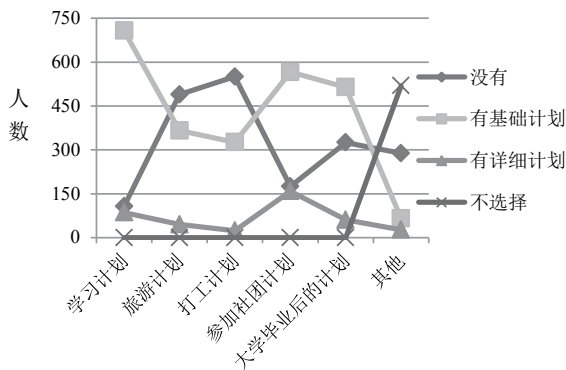
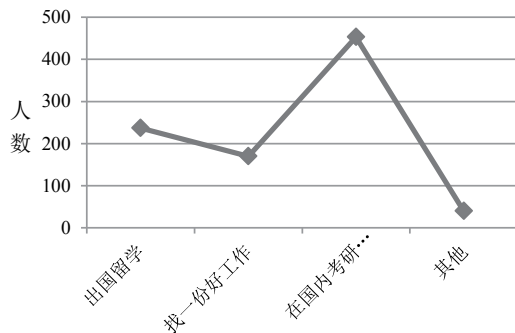
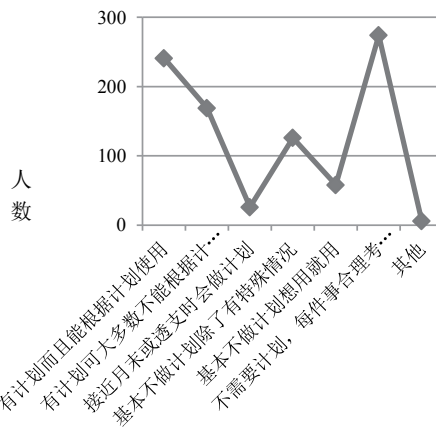


图3-2: 毕业后的人生计划



超过半数受访者没有旅游计划和打工计划（依次为 489 人，54.33%；550 人，61.11%），而大多数受访者有学习计划（793 人，88.11%），其次是参加社团计划（725 人，80.56%），再次是大学毕业后的计划（575 人，63.89%）。受访者有基础学习计划的比列最多（707 人，78.56%），而有详细计划的比列很少（86 人，9.56%）；有基础旅游计划的比列居多（366 人，40.67%），而有详细计划的比列略少（45 人，5.00%）；有基础打工计划的比列居多（326 人，36.22%），而有详细计划的比列很少（24 人，2.67%）；有基础参加社团计划的比列最多（566 人，62.89%），而有详细计划的比列很少（159 人，17.67%）；有基础大学毕业后的计划的比列最多（514 人，57.11%），而有详细计划的比列略少（61 人，6.78%）。另外，有半数受访者计划在本科毕业后在国内考研究生（453 人，50.33%），其次是出国留学（237 人，26.33%），最后是找一份好工作（170 人，18.89%）。

图3-3: 对生活费用的计划



受访者不需要计划生活费、每件事合理考虑即可的比例最多（274 人，30.44%），其次是有计划生活费而且能根据计划使用（241 人，26.78%），再次是有计划生活费可大多数不能根据计划使用（169 人，18.78%），第四是基本不做计划除了有特殊情况（126 人，14.00%）。

4. 焦虑方面

图 4-1：在各方面是否有焦虑

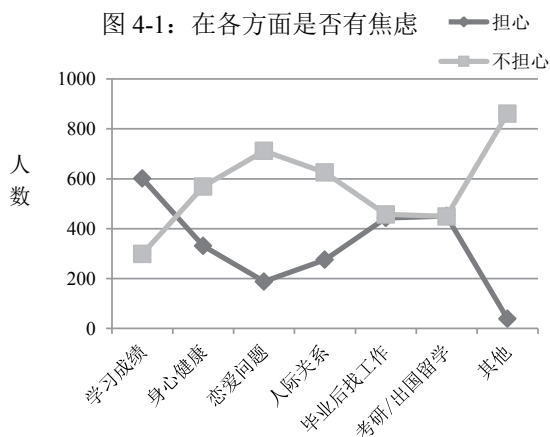
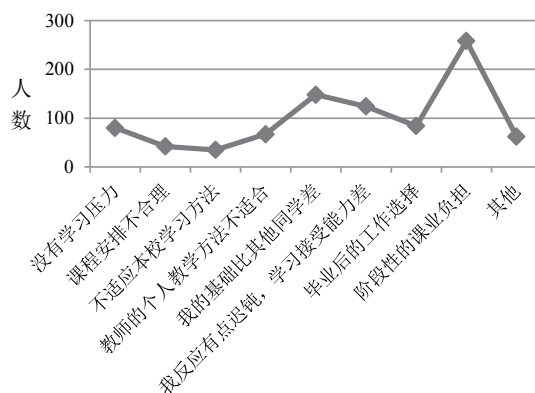


图4-2：学习压力来历



除了学习成绩和考研/出国留学方面，大部分受访者对其他方面都表示不担心。在学习成绩方面，大多数受访者表示担心（601 人，66.78%）；在考研/出国留学方面，有超过半数的受访者表示担心（451 人，50.11%）。大多数受访者的学习压力来源是阶段性的课业负担（258 人，28.67%），其次是受访者的基础比其他同学差（148 人，16.44%），再次是受访者反应有点迟钝，学习接受能力差（124 人，13.78%）。

5. 信任方面

图 5-1：对于了解受访者的人

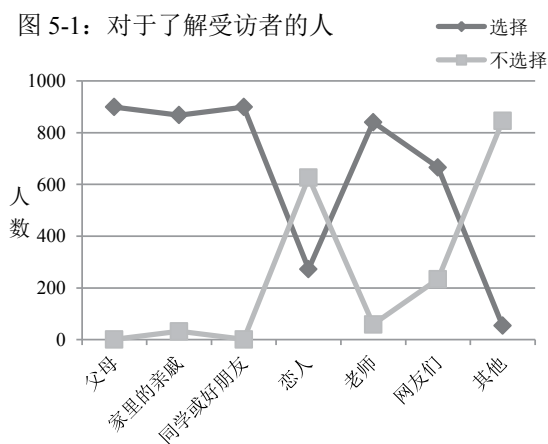
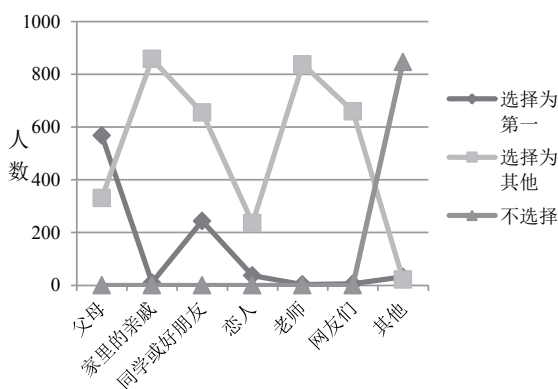


图 5-2：对于了解受访者的人的顺序



受访者选择父母为第一位了解自己的人数最多（568 人，63.11%），其次是选择同学或好朋友为第一位了解自己的人数（244 人，27.11%），再次是选择恋人为第一位了解自己的人数（37 人，4.11%）。他们选择家里的亲戚为其他了解自己的人数最多（858 人，95.33%），其次是选择老师为其他了解自己的人数（838 人，93.11%），再次是选择网友们为其他了解自己的人数（660 人，73.33%）。

图5-3：感到幸福时想告诉谁

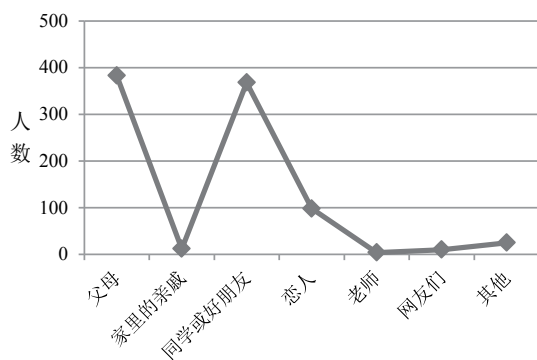
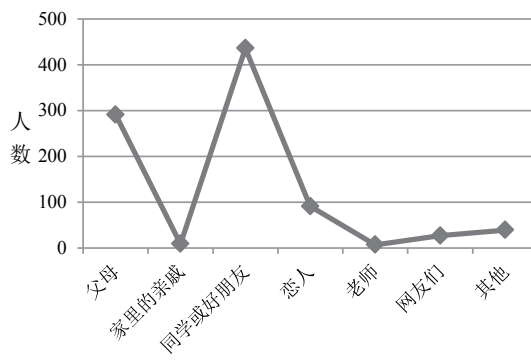
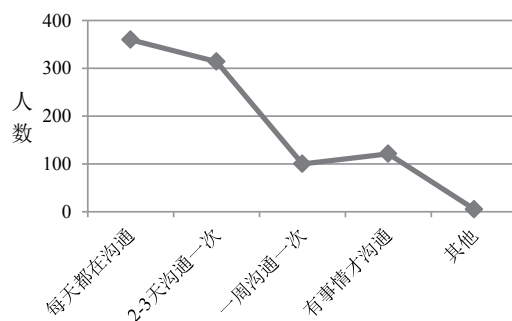


图5-4：感到困惑时想告诉谁



大多数受访者选择与父母分享自己的快乐（383 人，42.56%），其次是选择与同学或好朋友分享自己的快乐（368 人，40.89%），再次是选择与恋人分享自己的快乐（98 人，10.89%）。当有苦恼或困惑的时候大多数受访者选择告诉同学或好朋友（436 人，48.44%），其次是选择告诉父母（291 人，32.33%），再次是选择告诉恋人（91 人，10.11%），受访者选择告诉老师的人数最少（7 人，0.78%）。

图5-5：与父母或家人沟通频繁率



在上海的受访者每天与父母或家人都在沟通的人数最多（360 人，40.00%），其次是 2-3 天与父母或家人沟通一次（314 人，34.89%），再次是有事情才沟通（121 人，13.44%）。

6. 课余时间

图6-1: 每天的课余时间

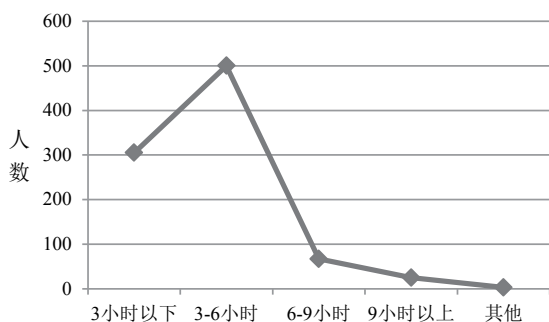
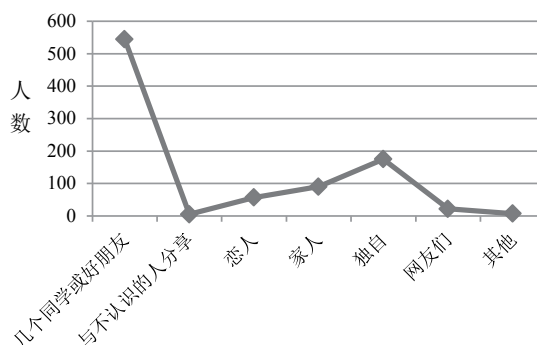


图6-2: 与谁分享课余时间



大多数受访者每天自由支配时间为 3-6 小时（500 人，55.56%），其次是受访者的可支配时间为 3 小时以下（305 人，33.89%），再次是受访者的可支配时间为 6-9 小时（67 人，7.44%）。大多数受访者选择与几个同学或好朋友分享课余时间（544 人，60.44%），选择独自享受课余时间次之（175 人，19.44%），再次是选择与家人分享课余时间（90 人，10.00%）。

7. 爱好

图 7-1: 选择的休闲方式

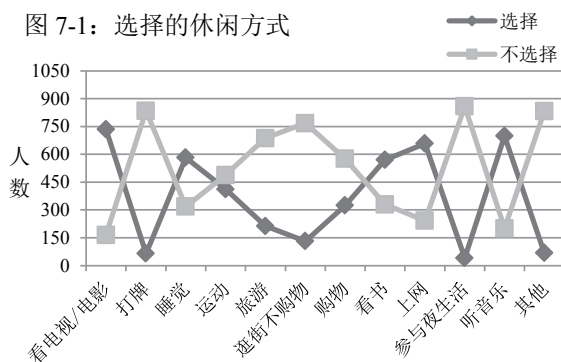
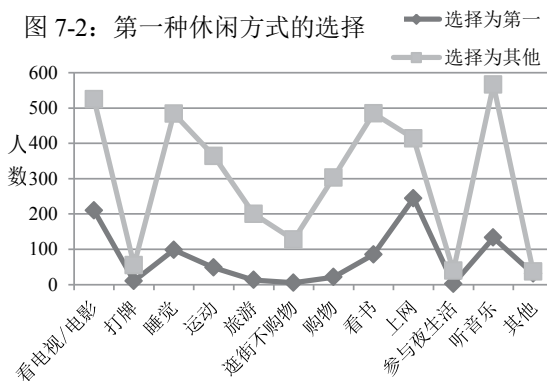


图 7-2: 第一种休闲方式的选择



受访者选择的休闲方式是看电视/电影的人数最多（735 人，81.67%），第二是选择听音乐（690 人，77.67%），第三是选择上网（690 人，73.11%），第四是选择睡觉（582 人，64.67%），第五是选择看书（570 人，63.33%），另外，受访者对参与夜生活和打牌不感兴趣的人数相近（依次为 859 人，95.44%；835 人，92.78%）。他们选择上网为第一种休闲方式的人数最多（244 人，27.11%），其次是选择看电视/电影为第一种休闲方式（210 人，23.33%），再次是选择听音乐为第

一种休闲方式（133 人，14.78%），第四是选择睡觉为第一种休闲方式（98 人，10.89%），第五是选择看书为第一种休闲方式（85 人，9.44%）。此外，受访者选择参与夜生活为第一种休闲方式的人数最少（2 人，0.22%）。

图7-3：是否有个人电脑/智能手机

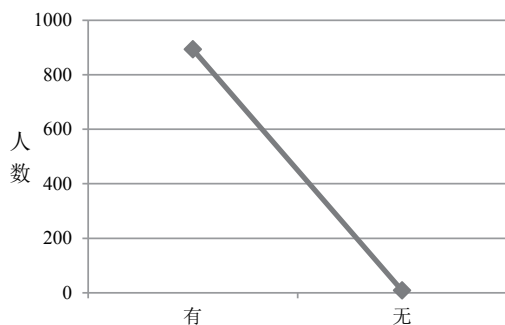
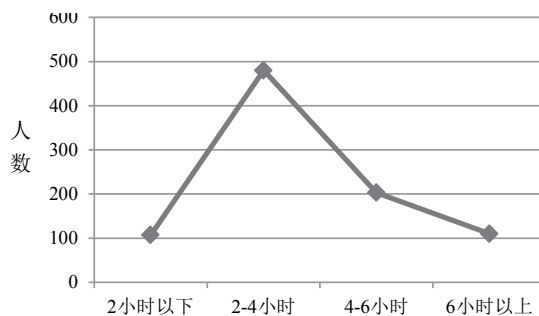
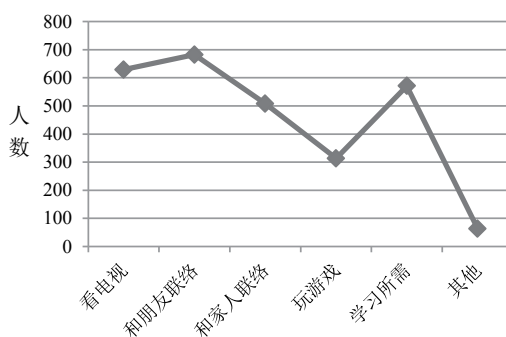


图 7-4：平均上网时间



受访者每天上网时间是 2-4 小时（480 人，53.33%），其次是每天上网时间是 4-6 小时（203 人，22.56%），再次是每天上网时间在 6 小时以上（110 人，12.22%）。

图7-5：上网时常做的事



受访者上网时常做的事情是和朋友联络（682 人，75.78%），其次是看电视（629 人，69.89%），再次是学习所需（571 人，63.44%），第四是和家人联络（508 人，56.44%）。

8. 社团参与

图8-1: 对公益类(志愿者)活动参与

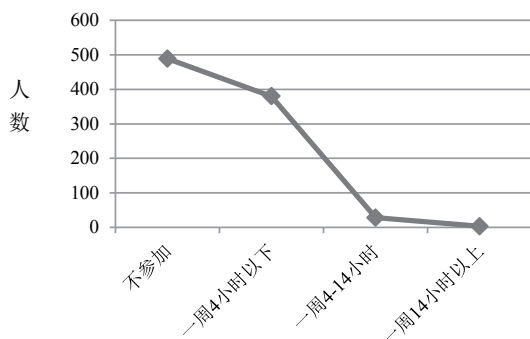
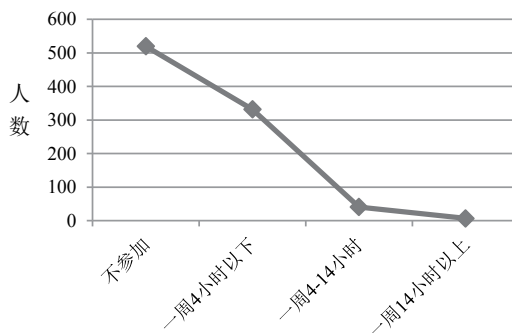


图8-2: 对专业类社团活动参与



受访者不参与公益类(志愿者)活动的人数最多(489人, 54.33%), 参与公益类(志愿者)活动的时间为一周4小时以下的人数居多(380人, 42.22%), 其次是一周4-14小时(28人, 3.11%)。他们不参与专业类社团活动的人数最多(520人, 57.78%), 参与专业类社团活动的时间为一周4小时以下的人数居多(332人, 36.89%), 其次是一周4-14小时(41人, 4.56%)。

图8-3: 对兴趣爱好类社团参与

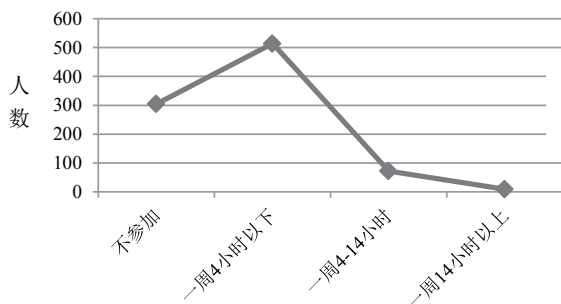
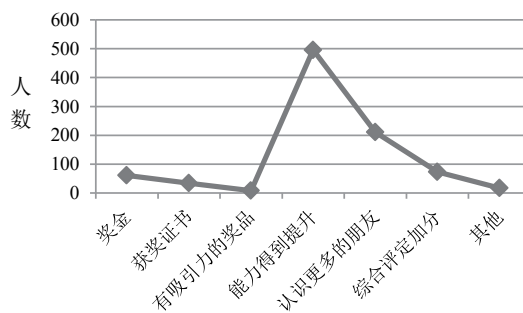


图8-4: 从活动中所得到的东西



受访者参与兴趣爱好类社团活动的时间为一周 4 小时以下的人数最多（514 人，57.11%），不参与兴趣爱好类社团活动的人数居多（305 人，33.89%），其次是一周 4-14 小时（72 人，8.00%）。他们最希望从活动中所得到的东西是能力得到提升（496 人，55.11%），其次是认识更多的朋友（211 人或 23.44%），再次是综合评定加分（73 人，8.11%）。

9. 社会关注

图9-1：对社会事件信息的关注

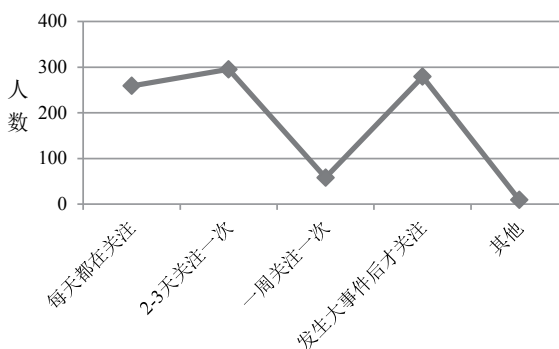
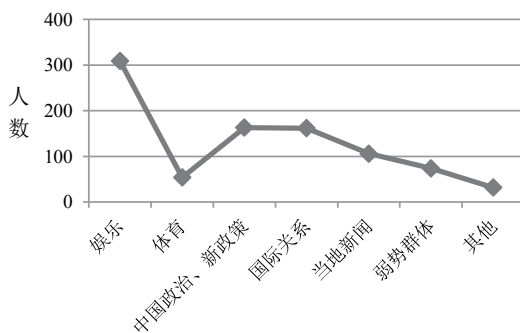


图9-2：优先关注的社会事件



受访者 2-3 天关注一次社会事件信息的人数有 295 人或 32.78%，发生大事件后才关注的人数有 279 人或 31.00%，每天都在关注的人数有 259 人或 28.78%，一周关注一次的人数有 58 人或 6.44%。他们选择娱乐为优先关注的社会事件的比例最多（309 人，34.33%），关注中国政治、新政策与国际关系方面的人数相近（依次为 163 人，18.11%：162 人，18.00%），关注当地新闻方面的人数有 106 人或 11.78%。

二、分析与讨论

根据研究设计，笔者对于“00 后”大学生学习、生活方式与课余时间活动的分析与讨论如下：



(一) “00 后”大学生学习动机的认知趋于更加务实、回归理性态度，课程安排紧张，学习负担繁重，课堂专注力较强，学习不是沉重的负担

2010 年，中国出台了《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020 年）》，再次吹响了“人才培养质量”集结号⁶，这或许是“00 后”大学生刚进入大学时都希望在大学好好努力的原因。于家明（2010）提出：当今社会竞争日益激烈，促使“90 后”大学生更加清晰、理性、务实的个人发展意识。他们对一些具体的事物切身的利益更加关注（黄敏，2011）。随着社会竞争的不断加剧，这一现象在“00 后”大学生群体中体现的更为明显。大多数“00 后”因为他们知道高等教育机会来之不易，所以更珍惜机会，希望自己在读大学期间更加努力提高自己的能力。来到大学前“00 后”大学生希望能将大部分的时间比较充实地运用在学习、课余活动和结交朋友上面，如在课堂上认真听讲、多跟老师进行交流和讨论、多去图书馆阅读书籍、从网上或生活中查找资料、参加课余活动且发展自己的兴趣爱好、认识更多的朋友等。

自 20 世纪 90 年代以来，中国政府制定了一系列的人才培养政策，“人才培养”成为全社会的共识。大学一年级的课程都是一些基础课，所以既要紧抓基础，又要做好由基础课向专业课过渡的准备，再加上大学规定本科生必须有一学期的实习时间，而在此之前选修课程数量要达到学校的规定，学习任务也很重，造成在此之前他们每学期每天的课时繁多，自己能掌控的时间也比较少。大多数“00 后”大学生平均每学期每天的课时是 4-6 小时，每学期每周的课时是 20-30 小时。但是，也有一部分“00 后”认为自己平均每学期每天的课时是 6 小时以上，每学期每周的课时是 30 小时以上。

每天“00 后”大学生都要利用自习时间完成当天课上布置作业并复习当天课堂上的内容。这一发现与胜令霞（2011）对“90 后”大学生问卷调查的研究成果一致，接近半数的大学生业余时间用来做作业、看课本和教科书。00 后”大学生大多数的自习时间为每天 2-4 小时。“00 后”大学生课程安排多是遵从学校或学院安排，自习的活动和时间也是被动的，很少有自由安排的时间，所以他们较少主动寻找新知识，更多的只是巩固已学过的知识，而主动寻找新知识的“00 后”大学生对于跨专业的研究比较少，他们更多关注于自身专业范围内的知识。与“90 后”大学生（周彩云，2009）相同的是，“00 后”对学习动机的认知趋于务实，回归理性态度，他们更注重物质性和功利性，并认为人生应关注工具理性。但“00 后”课堂专注能力很强，他们对知识的渴求程度相当强烈，并且能平衡日常学习与其他事情，不把学习当成一个沉重的负担。

⁶ 中华人民共和国教育部“国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020 年）”[online], (http://old.moe.gov.cn/publicfiles/business/htmlfiles/moe/info_list/201407/xxgk_171904.html?authkey=gwbux)，2019/6/26

(二) “00 后”大学生自主性较强，自我提高的内驱力较高，独立意识较强，消费理念多元

寇翔（2011）的研究：“90 后”大学生表现出很高的自主性，如关于考大学报考志愿时，三分之二的学生选择了“参照父母老师建议，但主要是自己做决定”，18%的学生“完全是自己拿主意”。自主决断性更体现在“00 后”大学生报考大学专业志愿上。“00 后”大学生选择就读的专业主要是因为个人爱好，其学习的主要动机可归为自我提高的内驱力。“00 后”大学生更喜欢跟从自己的兴趣去做选择，而不是过度考虑其他方面的问题，他们因为喜欢该专业，所以选择报考和就读该专业，甚至有的人还认为自己对专业的期许和专业带给自己的刚好吻合。“00 后”大学生就读专业的选择反映了中国处于社会高度发展、职业多元化和快速变化的时代。他们是中产阶级家庭的孩子，与以前的孩子相比，他们很少考虑职业安全感的问题，不太担心铁饭碗不“保”，可以自由地跟从自己的兴趣去选择就读专业。“00 后”大学生在遇到问题的时候更相信自己能应对，这也是一种独立意识的体现。这一发现印证了赵会利（2016）的研究：“00 后”大多具有独立行为能力，这是他们独特的家庭环境所塑造的。“00 后”大多数是独生子女并且成长在“非常 6+1”家庭。他们从小就有对话成人的经验、有独自选择的权力，自我意识和独立意识很早就已经觉醒（王开东，2016）。这一现象与杨雄等（2009）的研究一致：随着通讯技术及互联网的兴起，“90 后”的思维变得更加独立。

褚宝良等（2010）的研究结果发现：“90 后”大学生每月平均花费在 300-800 元之间，大约相当于家庭月总收入的 1/3。随着科学技术的发展与家庭生活水平的提高，“00 后”的大学生手中的生活费也越来越多，消费的自由度也在增大。研究结果显示，大多数“00 后”大学生每个月的生活费在 1600 元以上，大约相当于家庭月收入总收入的 1/6，这一现象的原因可能是他们的家庭月收入高，自身与父母都是城镇居民，而父母都在城市工作，所以父母给子女每个月的生活费也就随之偏高。

“00 后”大学生每月的生活费开支主要是用在餐饮消费方面，学习费用在开支中占每月生活费开支的比例也很多，只有少部分主要用在娱乐购物，这一发现与褚宝良等（2010）的研究成果不一致，“90 后”大学生每月学习资料费用只限于 50 元以下。杨帆（2011）的研究结果显示，在消费观念中“90 后”大学生们具有全新的消费主张，消费的关键在于自己是否喜欢。胡颖和牡丹（2011）认为当代少年儿童到了大学里，从吃穿用行各方面都存在着过度现象。这样的过度心理在现高校学生当中愈演愈烈，过度消费之风也越发盛行，这一现象与本研究结论不一致。本研究结果发现，“00 后”大学生还是理性、务实的一代，他们并不是“垮掉的一代”，也不是父母的“寄生虫”。



(三) “00 后” 大学生更倾向自身能力提升的计划，注重更高学历，消费无计划性较大

上海社科院的调查所发现只有 5.1% 的被调查者尚无对未来人生目标的规划，大多数的被调查者都有规划未来人生的目标。研究结果显示，“00 后”大学生在学习、参加社团和大学毕业后等方面都有计划，但是大多数只是一些基础或模糊的计划，而只有少数人有详细的计划。

“00 后”觉得本科生学的知识还不够深入，他们认为选择读研究生能够提高专业素养和知识储备，还能提升自己的学历水平，那么未来的工作可能会更加高端，将来的出路也就会比本科更宽广一些。再者现在社会对于学历要求越来越高、竞争力越来越激烈，“00 后”大学生的主要目标是学好专业知识，并能达到未来保研的要求，获得保研资格。项丽娜（2014）对于“90 后”大学生学业深造意愿的研究显示，事业倾向明显的大学生群体，更愿意去求学深造。这说明，研究生教育能够满足大学生未来工作市场的需要，他们对研究生教育价值给予了积极评价。

“00 后”大学生大多数没有生活费计划，他们认为不需要做计划、每件事合理考虑即可，这一发现与褚宝良等（2010）所提出的观点一致：大多数“90 后”大学生的理财能力较为薄弱，生活费用开支比较随意，常常处于无计划的状态，尚未形成成熟、科学的消费观，常常出现“月光族”、“月初大手大脚像地主、月末借钱度日像贫农”的现象。

(四) “00 后” 大学生学业压力不堪重负，压力来自阶段性的课业负担较多

陈宁和黄洪基（2010）的研究结果：“90 后”大学生体验到的压力主要来自于学习，高于其他方面的压力，这一现象与本研究结果相一致。“00 后”大学生比较担心学习成绩和考研/出国留学问题，对于身心健康、恋爱问题、人际关系和毕业后找工作等方面都很少担心，并且对学习成绩的担心超过考研/出国留学，而选择担心恋爱问题的人数最少。

邓新洲等（2012）对“90 后”大学生学习倦怠进行问卷调查发现，大学生的学习压力问题严重于“80 后”大学生。他们认为在大学学习中学习内容和学习方法，以及大学老师的授课方式与在高中学习中的差异很大，对于学习上的不适应给学生造成学习压力。“00 后”大学生的学习压力是来自阶段性的课业负担。这或许是与不同学校和不同人之中的大学课程安排相关，一般包括前修课程和后修课程，学校有规定没修完前修课程无法选修后修课程。另外，有一些专业规定本科生必须有一到两学期的实习时间，而在此之前要选修完大学所规定的课程，造成在此之前他们每学期每天的课时增多，学习负担所造成的焦虑也因此产生。

（五）“00 后”大学生最信任自己的父母，看重友谊，师生之情较弱，解决问题主体性意识较强

Kerr 等人（1999）提出亲子的相互信任与其之间的关系及其沟通的倾向程度呈正关系。本研究结果显示，“00 后”大学生每天与父母沟通的人数最多，这一研究发现与陈宁和黄洪基（2010）关于人际关系的结论相一致，在“90 后”大学生的生活中父母的地位和作用举足轻重。笔者认为这一现象的原因可能在于“00 后”是刚进大学的一年级大学生，对大学生活还不太适应，有的甚至无法适应，免不了产生想家情绪。

陈宁和黄洪基（2010）还认为“90 后”大学生不仅关心父母、看重亲情，还重视同学友谊，这一研究结果与本研究所发现的一致。“00 后”大学生对父母实行“报喜不报忧”的对策，而同学或好朋友是他们社会支持的重要来源。“00 后”大学生当感到幸福时首先选择和父母分享，而当他们感到困惑时首先选择告诉同学或好朋友。“00 后”少年儿童课余时间由父母陪伴的时间增长，而母亲成为第一位重要的陪伴者，父母与子女的亲和度也有所提高（张旭东等，2017）。从中可见，虽然“00 后”大学生都认为父母是最了解自己人，但是也不能否认他们是两代人，难免会存在着一些代沟，所以“00 后”大学生认为同学、好朋友和老师能更好的帮助自己解决大学学习生活的问题。甚至有一些“00 后”认为大学生应该具有解决问题的主体性意识。另外，因为大学的老师和辅导员跟学生沟通交流的机会很少，师生的彼此缺场导致师生之间互动的失败，所以“00 后”大学生选择老师为最了解自己的人很少。这一研究结果与张旭东等（2017）对师生的亲密度研究的结论一致，“00 后”少年儿童感受到来自老师的人际支持比较少，师生之间缺少有深度的情感沟通。

（六）“00 后”大学生可支配时间多为 3-6 小时，喜欢与同伴一起共度时光

对于大学生而言，课余时间主要是大学规定的课程时间以及用餐、睡眠、作业及家务之外的其他可自由支配的时间。“00 后”大学生每天的课余时间多为 3-6 小时，他们每天的课余时间有少于 6 小时的倾向，这一研究发现与胜令霞（2011）的结论一致，“90 后”大学生课余时间每天在 3-5 小时的占 70.8%。“00 后”大学生与几个同学或好朋友共度课余时间，其中男性大学生的比例更多一些，而有的甚至独自享受自己的课余时间。杨雄等（2009）认为在竞争、消费等符合市场经济的教育理念的家庭背景下成长起来的青少年，他们更自信，更善于表达和选择，更大胆地追求独立的生活方式。

(七) “00 后” 大学生更热衷于室内活动，户外活动相对较少，都拥有智能手机和个人电脑，上网时间更长，使用社交网络维持人脉较多

“00 后”大学生更热衷于室内活动，主要是看电视/电影、听音乐、上网、睡懒觉和阅读等。户外活动如运动等只有接近半数的“00 后”大学生选择，其中参加体育活动选项男生明显高于女生。胜令霞（2011）通过问卷调查发现，有 32%的“90 后”大学生每周运动一次，51%的每周运动 2 次，11%的每周运动 3 次以上，仅有 3%的每天运动。虽然在课余时间中有人会安排体育运动，但是体育锻炼的时间仍然不足。对于此陈宁和黄洪基（2010）认为随着年级升高，不爱体育的学生比例基本呈逐渐增多趋势，高中生甚至超过了一成。

欧阳丹丹（2011）的调查研究显示，打算出国或毕业后继续深造的“90 后”大学生，约有 56%的课余时间用来上自习、选修第二辅修专业及学习外语，35%的课余时间用来上网，上网的时间里查资料、上学习论坛也占多数，游戏、看影视剧、购物等活动进行得较少，而体育锻炼、参加校园文化活动的则相对更少。这种现象的主要原因可能是他们学习任务繁重，除了周末之外没有多余时间安排户外活动，甚至有的时候也无法安排户内活动。选择购物的“00 后”大学生只有三分之一，选择旅游和逛街不购物的人也相对更少，其中逛街购物选项女生明显高于男生，这一发现印证了杨立刚等（2010）的观点；而选择参与夜生活的人数最少，其中此选项男生明显高于女生。

“00 后”大学生几乎每个人都有个人电脑或智能手机。手机成为“00 后”新的娱乐工具，他们更多用于网络社交与休闲放松（张旭东等，2017）。“00 后”从一出生就处于多元化的信息技术的社会环境中，丰富多彩的信息技术与多样化的信息渠道使他们对外界有更清晰的认识，其知识面、操作能力、成熟度甚至超过长辈。互联网的特点与优势、其及时性、可及性和操作性大为简化，使互联网的普及程度大大提升。“00 后”大学生平均每天上网时间为 2-4 小时，与“90 后”大学生⁷相比“00 后”平均上网时间更多一些。陈创荣等（2012）和杨慧谊（2011）的研究结果所发现：“90 后”大学生上网主要目的是交友聊天。“00 后”大学生上网主要目的是和朋友联系、看电视、学习和家人联系，而玩游戏比较少，这一发现再次应征了杨慧谊（2012）的观点。

(八) “00 后” 大学生社团活动参与意识较弱，更热衷于兴趣爱好类活动，每周参与不超过 4 小时，注重自身各方面能力的提升，人际关系的重要性为次之

“00 后”大学生在社团活动参与方面也表现出很高的自主性。他们更热衷于兴趣爱好类社团活动，只有 2/5 的“00 后”大学生参与公益类（志愿者）活动和专业类社团活动，参与这些社团活动的时间一周不超过 4 小时。这一研究发现与胜令霞（2011）的结论不一致，在社团活动方面，低年级的“90

⁷陈创荣等（2012）的调查结果所发现：“90 后”大学生平均每天上网时间是 1-3 小时。



后”大学生参与意识较强，仅 19% 的大学生不参加社团活动。阚和庆等（2012）对“90 后”大学生参与公益活动的调查显示，部分大学生参与公益性活动可能更多是出于功利性目的或者是出于从众、好奇心理等。宫秀丽（2009）对于青少年参与社会公益活动的研究还发现，青少年参与较多的活动是公益劳动和环保行动，恰巧这两项活动也正是学校组织比较多的社会公益活动。从中可见，“00 后”大学生对公益类与专业类社团活动参与意识较弱，他们的社会活动参与多是被动的，是被组织起来的，而不是自觉自愿的行为。

“00 后”大学生以提升能力、拓宽社交两方面为参与社团活动的目标。在今天，大学生的才能不再是仅局限于专业知识，他们的才艺更多是体现在课余活动当中。在各种活动当中大学生希望自己各方面的能力得到提高，如与他人交流的过程中锻炼和培养沟通能力，这些活动更是推动大学生社会化的一种有效方式。

（九）“00 后”大学生首先关注娱乐事件，政治色彩呈相对弱化趋势，社会关注频率不够高

人们认为关注社会新闻信息能够拓宽自己的视野，可以更贴近社会。多数“00 后”大学生 2-3 天关注一次社会新闻信息，其次是发生大事件后才关注社会新闻信息，还有的每天都在关注社会新闻信息。“00 后”大学生在课余时间更喜欢看电视/电影，因此对娱乐事件给予更多的关注。除了关注娱乐事件以外，他们尚对“中国政治、新政策”、“国际关系”等社会事件表现出一定的兴趣。赵欣（2012）的研究结果显示，“90 后”高职学生的思想和精神世界相对更注重感性化、生活化、个性化。从他们最感兴趣的新闻种类来看，娱乐新闻和体育新闻分别占 29.4% 和 20.5%，而时政新闻排在第三位。宫秀丽（2009）的研究结果也表示，“90 后”大学生对于政治参与具有较强的兴趣，其中有接近半数的大学生对时事政治感兴趣。但是，较之他们的前辈，政治色彩呈现对弱化趋势（赵欣，2012）。

三、诠释“00 后”

“00 后”青少年群体出生在一个新时代，与各时代青少年群体相比，他们的普遍兴趣爱好、思想方法、生活态度、价值观念等方面可能有所不同，这是因为不同时代的环境造成的代沟。赵会利（2016）认为，“00 后”虽然表现出更多样化的文化倾向，但是同时出现了更多类型不正确的价值观念，对中国社会主义价值观念带来一定的负面影响。在诠释“00 后”的时候，我们首先要承认他们是存在者，他们在从自己的视角看世界并思考着，我们要反复与之对话才能建立理解的共有基础。为



客观了解中国“00后”大学生群体特征，加强代际之间的相互认同，本研究试图通过与“00后”大学生对话，探究与分析他们的学习、生活方式与课余生活，呈现一个真实的“00后”。

“00后”是一个可塑成为符合社会需要的社会群体，我们需要把他们视为一个社会群体，并站在他们的角度进行思考，将“大人社会”与“孩子社会”的认知空间融为一体，体现“大人”和“孩子”共有认知空间的分解和重建，并且基于此耐心指导他们，使他们的不偏离道德的轨道。

参考文献

- 丁小浩.规模扩大与高等教育入学机会均等化.[J].北京大学教育评论, 2006, (1)
- 于家明.“90后”青年群体特点及教育对策探析.[J].中国青年研究, 2010, (1)
- 王开东.不一样的“00后”，我们读懂了吗.[J].人民教育, 2016, (10)
- 王兵.当代中国人的社会参与研究述评.[J].哈尔滨工业大学学报（社会科学版），2012, (6)
- 王婕妤，刘晗.高校00后学生管理思考.[J].广东蚕业, 2017, (9)
- 文丰安.当代大学生压力之理性审视.[J].社会科学家, 2009, (10)
- 孔龙.浅析家庭背景对子女接受高等教育机会的影响.[J].宿州学院学报, 2010, (12)
- 邓新洲，王远思.“90后”大学生学习倦怠原因分析及对策.[J].文教资料, 2012, (3)
- 石丹理，韩晓燕，李美羚.对父母亲职及亲子关系质量的调查及观点——以上海青少年为例.[J].浙江学刊, 2007, (2)
- 乐均斌，莫佩琪，唐云峰.当代大学生消费心理调查及分析.[J].商场现代化, 2010, (5)
- 吕涛，应江海，吴天思.大学生消费的特点、误区及对策.[J].市场周刊（管理探索），2005, (6)
- 朱蔚兰.00后中职学生的教学创新.[J].科技视界, 2015, (26)
- 庄文城，黄身勇，卢征.“90后”大学生时代高校共青团面临的挑战和对策.[J].广西青年干部学院学报, 2009, (6)
- 刘雨，主父文峰.大学生课余时间使用情况十年研究回顾与反思.[J].青少年研究（山东省团校学报），2011, (9)
- 李恒庆，于贤书.“90后”大学生学业情绪调查研究.[J].宜春学院学报, 2011, (3)
- 李娟，马桂兰.当代大学生群体行为的特点与引导.[J].山东省农业管理干部学院学报, 2008, (6)
- 李辉山，刘建，侯敏.城乡家庭环境差异对“90后”大学生人际关系的影响分析.[J].教育教学论坛, 2012, (18)
- 杨立刚，孙静，李实旺，陈肖儒.南京市某高校大学生课余生活调查.[J].卫生职业教育, 2010, (1)
- 杨帆.浅议“90后”大学生的特点及其产生的社会背景.[J].中国-东盟博览, 2011, (5)



- 杨倩.家庭背景对高等教育入学机会的影响.[J].现代教育管理, 2011, (7)
- 杨凌灏.“00后”高中生爱情观初探.[J].现代交际, 2017, (21)
- 杨雄, 陈建军, 何芳.正常成长的健康一代——“90后”上海青少年发展状况观察.[J].当代青年研究, 2009, (9)
- 杨慧谊.网络文化对90后大学生的影响与措施.[J].现代企业, 2012, (4)
- 吴绍玫, 仲建国.关注大学生的社会参与.[J].江苏高教, 2006, (2)
- 吴晓迪.城市学龄前独生子女家庭教育的调查与分析——以长沙市为例:[硕士学位论文].[D].湖南: 湖南大学, 2010.
- 汪淑霞.前见: 伽达默尔的解释学思想.[J].山东理工大学学报(社会科学版), 2010, (1)
- 沙莲香.“站而不止”于其中的“诠释”——认知“80后”.[J].当代青年研究, 2011, (11)
- 沙莲香主编.社会心理学.[M].北京: 中国人民大学出版社, 2002
- 张旭东, 孙宏艳, 赵霞.从“90后”到“00后”: 中国少年儿童发展状况调查报告.[J].中国青年研究, 2017, (2)
- 张青方.青少年心理社会发展与其父母教养方式的相关研究.[J].青年研究, 1998, (5)
- 陈宁, 黄洪基.走近90后的内心世界——对上海市2283名青少年的情感调查.[J].中国青年研究, 2010, (3)
- 陈创荣, 林涵, 夏静娴.90后大学生网络生活方式调查及对策分析.[J].黑龙江教育学院学报, 2012, (4)
- 陈江生, 王彩绒.家庭背景因素对我国大学毕业生就业影响的实证分析——基于2009年的调查数据.[J].西北师大学报(社会科学版), 2011, (2)
- 欧阳丹丹.90后大学生课余时间的利用与引导.[J].高校辅导员学刊, 2011, (3)
- 周兴国.社会标签与90后自我认知.[J].大学(学术版), 2011, (1)
- 周彩云.浅析“90后”大学生思想特点及教育方法.[J].学理论, 2009, (18)
- 郑苍钧, 黄金结.“90后”大学生研究述评.[J].未来与发展, 2012, (6)
- 泮凯.基于00后大学生网络行为特点的思想教育对策探究.[J].德育研究, 2018, (4)
- 孟卓.高职院校准“00后”大学生政治观教育探析.[J].职教通讯, 2017, (32)
- [美]奎因.从逻辑的观点看(江天骥等, 译者).[M].上海: 上海译文出版社, 1987
- 项丽娜.“90后”大学生家庭、事业价值取向及其对学业深造意愿的影响.[J].北京教育(德育), 2014, (9)
- 赵会利.“00后”大学生思想政治教育模式研究.[J].学校党建与思想教育, 2016, (22)
- 赵国栋, 原帅, 王珠珠.大学生网络生活方式之聚类分析: 以北京大学为例.[J].北京大学教育评论, 2010, (4)
- 赵鸣九.大学心理学.[M].北京: 人民教育出版社, 1988
- 赵欣.90后高职学生社会责任感的调查与分析.[J].中国科技信息, 2012, (10)



- 胡雨, 熊维维, 周思伊, 李钊.对苏州市“00后”家庭教育现状的分析研究.[J].才智, 2015, (18)
- 胡颖, 牡丹.浅析 90 后大学生的消费行为.[J].齐齐哈尔师范高等专科学校学报, 2011, (6)
- 胜令霞.大学生业余时间利用情况的调查、分析与对策——以河南大学生为例.[J].中州学刊, 2011, (5)
- 洪谦主编.逻辑经验主义.[M].北京: 商务印书馆, 1989
- 宫秀丽.对“90后”青少年思想状况的三维考察——以山东省为例.[J].现代教育管理, 2009, (8)
- 袁一如.关于“00后”中职学生学习心理与教学管理方法的探究.[J].才智, 2016, (36)
- 钱盛花.浅谈“00后”职校新生的手机网络心理问题.[J].才智, 2017, (1)
- 徐露霖.探讨泛 00 后的经济行为偏好.[J].现代经济信息, 2017, (18)
- 高佳琪.90 后与 00 后心理状态和学习动机的调查研究.[J].教育文化论坛, 2010, (5)
- 黄敏.对“90后”成长环境和特点的探究.[J].黑河教育, 2011, (8)
- 寇翔.“90后”大学生的特点分析及对策.[J].湖北成人教育学院学报, 2011, (5)
- 董硕.“00后”独生子女高中教育研究对策.[J].中国校外教育旬刊, 2015, (11)
- 蒋明军, 徐松如, 王珊, 刘凤.80 后与“90后”大学生价值观系统比较研究.[J].高校辅导员学刊, 2009, (5)
- 韩雪, 张珊珊, 冯春莹.00 后高中生心理健康状况的调查研究.[J].佳木斯职业学院学报, 2017, (10)
- 曾理, 崔冬玲.微信在“00后”中职生思想政治教育中的应用研究.[J].黑河学, 2018, (1)
- 褚宝良, 马博林, 马倩影.“90后”大学生消费状况调查.[J].中国经贸导刊, 2010, (9)
- 阚和庆, 杨茹, 胡建国.“90后”大学生社会责任感现状及培育机制研究——基于对北京工业大学本科生的实证调查.[J].北京教育(德育), 2012, (2)
- 薛亚萍.当代青少年自我意识发展的特点和指导策略.[J].教育探索, 2011, (8)
- Kerr, M., Stattin, H., & Trost, K.To know you is to trust you: Parent’ s trust is rooted in child disclosure of information [J].Journal of Adolescence, 1999, (22)



	Name and Surname (姓名) : UBONRAD YANA
	Highest Education (最高学历) : Master degree
	University or Agency (任职院校或单位) : East China Normal University (Shanghai, China)
	Field of Expertise (专业领域) : Sociology
	Address (地址) : East China Normal University Minhang campus No.14 International Students Dorm, 5800 South Hongmei Road, Minhang District, Shanghai, China





哈尼族研究出版物的整理述评*

A REVIEW OF COLLATION OF THE HANI NATIONALITY RESEARCH PUBLICATION

张鑫

ZHANG XIN

内蒙古大学、文学与新闻传播学院

School of Literature and Journalism and Communication, Inner Mongolia University, P.R.China

E-mail: 420374988@qq.com

Received: 5 June 2019 / Revised: 13 November 2019 / Accepted: 18 November 2019

摘要

学界已出版的研究哈尼族的各类出版物已达一定规模，笔者将这些出版物搜集、整理及研究后发现：关于哈尼族研究的出版物角度主要包括哈尼语研究和哈尼族文化研究两个方面。本文对这两类出版物的内容和特点做简要述评，拟对哈尼族语言文化保护做一些实际工作。

关键词：哈尼族 语言 文化 出版 述评

ABSTRACT

Academics published research of the Hani publications has reached a certain size, the author will be found after collecting, sorting and research these publications: about the research mainly includes the Hani language publications Angle of the Hani nationality and two aspects of the culture of the Hani nationality. In this paper, the content and characteristics of the two kinds of publications do briefly review, intends to do some practical work to the protection of Hani language and culture.

Keywords: Hani; Language; Culture; Publishing; Review

*本文系“国家社科基金青年项目墨江白宏哈尼语参考语法研究（项目编号：15CY04）的阶段性成果之一”



哈尼族研究是西南少数民族研究的重要组成部分。综观 20 世纪以来已出版的哈尼族研究文献成果，主要涉及两个角度研究角度及范围：即哈尼语研究和哈尼族文化研究。具体而言，哈尼语研究主要从语言本体出发，包括哈尼语语音、词汇和语法的研究，此外还有关于哈尼语语言使用情况以及哈尼族神话史诗的研究；哈尼族文化研究则涵盖的范围更广，包括族源、宗教哲学、民俗、文学艺术等方面的研究。本文运用文献整理法及对比研究法对这两类出版物的内容和特点做简要述评，研究目的是通过详尽的研究综述，梳理与哈尼族语言文化相关的研究成果，为进一步研究和保护哈尼族语言文化做一些工作。

一、哈尼语研究出版物述评

学界关于哈尼语本体研究的前期成果主要从三个角度切入，本体的语音、词汇及语法研究成果细致深入，但次方言的本体研究仍处于成果较少阶段。在哈尼语语言国情调查方面则有较大进步，出版的系列成果较多。在保存哈尼民歌及篇章研究方面，前期成果也功不可没，为后续学者的研究提供了丰富的参考对象。具体情况如下：

1. 推动了哈尼语本体研究向深入细致发展

目前，有关哈尼语本体研究的著作有学者戴庆厦、蒋颖、崔霞等共同编著的《西摩洛语研究》（民族出版社，2009）、学者赵敏、朱茂云的《墨江哈尼族卡多话参考语法》（中国社会科学出版社，2011）、戴庆厦主编的《泰国阿卡语研究》（中国社会科学出版社，2009）、李泽然的专著《哈尼语词汇学》（民族出版社，2013）和《哈尼语研究》（民族出版社，2001）、李永燧的《哈尼语语法》（民族出版社，1990）、戴庆厦和段颢乐合著的《哈尼语概论》（云南民族出版社，1995）、云南省少数民族语文指导工作委员会编《汉哈尼新词语语集·哈汉对照》（云南民族出版社，1994）等出版物，它们都是对哈尼语语言本体进行了深入研究。

2. 翻开了哈尼语语言使用国情调查的新篇章

学术界近些年出版了一系列关于哈尼语语言使用现状及演变的丛书，这些出版物是由著名的少数民族语言学家戴庆厦先生及其团队共同调查并撰写的研究报告。其中有研究跨境哈尼族语言使用现状的《泰国万伟乡阿卡族及其语言使用现状》（中国社会科学出版社，2009）一书，该书不仅介绍了泰国清莱府美寿县万伟乡阿卡族（即国内的哈尼族）的社会文化概况，还入户调查了当地族人母语使用的现状，分析了族人兼用泰语的现状及成因，书中还将有典型性的语言使用个案做了介绍。这本书的意义在于对哈尼族跨境特点关注的同时，将哈尼语这种跨境语言的社会变体也做了重要研究，是国内外相关研究的开创点。此外，该团队针对国内哈尼语支系语言使用现状的调查结果有《西摩洛语语言使用现状及其演变》（商务印书馆，2009）、《元江县羊街乡语言使用现状及其演变》（商务印书馆，2009）以及笔者也参与调查研究的《云南绿春县哈尼族语言使用现状及其演变》（商务



印书馆, 2012) 等出版物。这三本著作都是中央民族大学“985 工程”中国少数民族语言文化教育与边疆史地研究创新基地文库“新时期中国少数民族语言使用情况研究丛书”的子系列。这些成果的出版是基于科学的语言田野调查之后, 团队共同完成的。基本的内容及特点包括哈尼语使用现状、哈尼族人保存母语的状况及成因、哈尼族兼用汉语的使用情况以及杂居民族之间语言的兼用和转用情况, 这些书中还分析了哈尼语及与其接触的其他语言的功能差异, 探求了各民族语言和谐发展的原因以及哈尼语的语言接触关系等方面。

3. 保存并传播了哈尼族神话史诗文献

哈尼族研究中关于神话和史诗的出版物大多是从文化角度入手, 但也有大量的语言文本形式的出版物。哈尼族母语人卢保和与龙元昌记录、翻译并整理的哈尼族神话古歌《都玛简收》就是一部珍贵的语料文献。书中采用哈尼文拉丁字母记录, 汉字翻译注释的形式, 对哈尼族姑娘都玛简收的出生、成长、谈情、被逼婚、逃婚、祭祀等内容进行了详细记述。这部著作对哈尼语标准音点的语音记录是非常准确的, 这也为哈尼语语言研究提供了可靠的第一手语料。

二、哈尼族文化研究出版物述评

哈尼族是一个富于想象和创造的民族, 在几千年的发展历史中, 创造了绚丽多姿的民族文化, 为人类的文明进步做出了自己的贡献。直到今天, 哈尼族还保存着最古老的神话、传说、史诗, 他们以极丰富的想象力, 对天地万物的起源作了十分生动的描述, 艺术地再现了他们所处的自然、历史背景和社会生活, 表达了他们的宇宙观、生命观、艺术观和审美观。哈尼族宗教、哈尼族民间文学、哈尼族民间音乐舞蹈、哈尼族服饰艺术、哈尼族婚丧礼仪等等, 无一不包含着独特的文化内涵, 具有多学科的研究价值和多方面的艺术鉴赏价值。毛佑全的专著《哈尼族文化史》(辽宁人民出版社, 1994) 一书主要从哈尼族的历史、文化源流、生产工具、生产技术、衣食住行、婚姻家庭、习俗道德、宗教信仰、文学艺术等综合方面进行了介绍。根据现有材料可知, 研究哈尼族文化的出版物主要从四个角度去展现哈尼族的文化成就, 即族源、宗教哲学、民俗及文学艺术。而雷兵的《哈尼族文化史》(云南民族出版社, 2002) 全书设计族称、族源、人口分布、自然概况、原始宗教、文学艺术、生活习俗、人生礼仪、语言文字、教育及纪年节日等, 基本涵盖了哈尼族文化的各个方面, 反映出哈尼族文化的总体面貌。史军超主编的《哈尼族文化大观》(云南民族出版社, 1999) 艺术介绍了哈尼族特殊的迁徙文化、梯田文化、茶文化, 宗教习俗、文学艺术、政治军事、教育体育、新闻出版、科技及生产生活的方方面面。李克忠的《寨神——哈尼族文化实证研究》(云南民族出版社, 1998) 一书之处: “昂玛突”即祭祀寨神活动, 既是哈尼族重视的民俗和节日活动, 又是哈尼族传统文化全部内容的代名词, 是哈尼族文化的象征。杨世华、白碧波主编的《玉溪哈尼族文化研究》(云南民族出版社, 2003) 介绍了玉溪市哈尼族分布概况、婚姻习俗、生育丧葬习俗、宗教信仰、梯田文化与生态平衡、饮食禁忌、节日、农耕活动及教育状况等。戴庆厦主编的《中国哈尼学第二辑》(民族出版社, 2005) 一书从不同角度反映哈尼族社会经济、文化以及哈尼族地区



在现代化进程中的经验和问题。以上都是综合性的文化研究出版物，下面从研究哈尼族的各种出版物中以族源、宗教哲学、民俗及文学艺术四个角度为内容的专著进行归类评述。

1. 族源方面的研究成果历史性较强

少数民族同胞历来重视本民族的族源及迁徙情况，哈尼族同胞也不例外。从已出版的《哈尼族简史》（民族出版社，2008）一书中就可以找到哈尼族的族源及迁徙情况。该书将哈尼族从原始社会直到社会主义社会的各个历史时期进行了全面的介绍，并记录了新时期哈尼族文化教育科技事业的发展情况，是编写组科学规范工作的共同结晶。

2. 宗教哲学方面的研究成果逻辑性较强

关于哈尼族哲学思想研究的出版物中白玉宝的《哈尼族哲学思想探索》（云南民族出版社，1996）和肖万源等主编的《中国少数民族哲学史》（安徽人民出版社，1992）都认为，哈尼族的哲学思想处于启蒙阶段。两部著作都介绍了哈尼族《奥色密色》中哲学思想的萌芽于《哈尼阿培聪坡坡》中重人生讲友爱的原始哲学思想、神灵观念的表现等。此外还有关于哈尼族原始宗教的研究专著《哈尼族自然宗教形态研究》（云南民族出版社，1995）和白玉宝、王学慧的《哈尼族天道人生与文化源流》（云南民族出版社，1998）两书认为，人类史天神的血缘嫡裔，人的生死存亡和通道困苦都是天神意志外化的结果；天神全知全能和至真至善的本性，通过血缘纽带决定了人性本善。

3. 民俗方面的研究成果文化丰富性较强

哈尼族文化研究中有很大一部分是关于民俗的著作。由墨江文化局赵德文等学者编著的《墨江哈尼族风情录》（云南民族出版社，2011）客观再现了哈尼人的居所哈尼土掌房、爱情摇篮烽火楼、卡多支系婚礼、西摩洛支系丧葬、全民盛宴“米索扎”、祭祀大典“埔玛突”和“矧扎扎”节以及碧约支系的牛皮大鼓等极具特征的民俗活动。该书的特点还在于图文并茂，图片与文字相辅相成，给读者呈现了真实的哈尼族民族活动。类似的出版物还有黄雁、黄钰编著的《双胞胎城墨江》（中国旅游出版社，2009）和黄雁编著的《北回归线上的哈尼人》（云南人民出版社，2009），这两本书也都是通过图文形式对墨江县的哈尼人的民俗活动进行记录描述，是了解哈尼族民俗活动的宝贵资料。

4. 文学艺术方面的研究成果全面性较强

哈尼学者王尔松教授的《哈尼族文化研究》（中央民族大学出版社，1994）一书收录了关于哈尼族历史文化、文学艺术、生活习俗等方面的论文 14 篇，旨在反映哈尼族文化全貌，助于读者认识哈尼族并为哈尼族文化研究的深入起到一点积极作用。学者史军超的专著《哈尼族文学史》（云南民族出版社，1998）将哈尼族文学发展的脉络分为窝果奴局文学时代（民族形成期的文学）、迁徙史诗时代（民族大迁徙时期的文学）、贝玛文学时代（开拓建设云南高原时期的文学）以及当代

文学（社会主义时期的文学）四个时期。作者不仅搜集了哈尼族文学每个时期的经典史诗和神话，还详尽探求分析了其背后的文化特征和民族内涵。这是哈尼族文学研究中一部最权威的著作。哈尼文化工作者白者黑出版的散文集《山寨情韵》及新闻集《印象绿春》是从母语人的主体感受出发，抒发了对本民族文学艺术的真挚热爱。韩跃红的小书《太阳转身的地方——墨江之谜》（云南教育出版社，2012）介绍了哈尼族九个支系聚居的墨江县迷人之处并解读了回归之城、双胞胎之家、哈尼之乡的由来，有一定的文学艺术审美价值。黄绍文、廖国强、关磊三位学者的合著《云南哈尼族传统生态文化研究》（中国社会科学出版社，2013）主要内容包括了文化与自然生态、生态文化与文化生态、民族生态文化的学理辨析、民族生态文化研究概述、民族生态文化研究的未来发展、哈尼族分布区域与地理环境、哈尼族在不同历史时期的分布概况等。学者黄绍文致力于哈尼族文化研究 20 多年，还先后出版了《诺玛阿美到哀牢山——哈尼族文化地理研究》、《箐口：中国哈尼族最后的磨菇寨》、《穿戴神话——哈尼族服饰艺术解读》三部关于哈尼族文化研究的专著。学者张兴荣编著的《云南特有民族原生音乐》（云南民族出版社，1995）一书详细地介绍了红河县、金平县和江城等县等地区哈尼族的原生音乐 27 首，是关注哈尼族音乐艺术的重要著作。李元庆主编的《中国云南红河哈尼族民歌》（云南民族出版社，2002）一书精选了红河地区哈尼族农耕节日歌唱习俗、生老病死歌唱习俗、少儿游戏歌唱习俗、婚恋歌唱习俗、社交往来歌唱习俗等民间歌曲 306 首，还介绍了哈尼族歌唱词的基本特点和音乐的基本特点。

三、哈尼族研究文献出版与整理的意义

无论是哈尼语研究的已有成果，还是哈尼族文化研究的成果，都全面地反映了学界对哈尼族及其语言文学研究的重视。这些已出版的各类研究成果，在记录和保存哈尼族研究资料、为民族语言文学文化研究等方面都有重要作用。此外，利用大众传媒，积极发挥媒介传承社会遗产的正面功能，利用其传播快、地域限制小、互动性、共享性等特性，积极传播少数民族文化。我们要充分发挥各类哈尼族出版物的传播作用，结合大众传媒方式更好地传承和传播哈尼文化。具体意义有：

1. 有效记录和保存少数民族语言文学资料

学者孙宏开先生曾说“坚持民族平等和语言平等政策，重视各少数民族传统文化的挖掘、整理、继承和发扬，是中国政府一贯的政策。”¹哈尼族研究文献的出版与整理符合国家和政府对少数民族语言文化保护的政策，也是这一利于民族发展政策最好的实证。这些出版物不仅有效地记录和保存了共时平面的哈尼族研究成果，也将对未来的民族语言文化保护起到一定示范作用。

¹孙宏开. 重视少数民族语言与文化的记录和保护[J]. 满语研究, 2006 (1): 58

2. 为深入研究哈尼族的语言文化提供了阶段性资料

我国上世纪 50 年代曾对国内各个少数民族语言进行了大调查，其中对哈尼语做详尽调查记录的学者有戴庆厦、李永燧及王尔松等几位先生。在他们当时调查记录的基础之上，后辈学者才能继续研究。比如前辈学者们确定了以云南省红河州绿春县大寨的哈尼语为标准音，帮助没有文字的哈尼族制订了拉丁文字，这些举措都为哈尼语的传播、记录和保存具有重要意义。因此，近些年关于哈尼族语言文化研究的出版物也将为后来学者的哈尼族研究提供必要的参考。

3. 弘扬民族文化及推动其他民族相关研究

科学技术的发展，使得信息能够在全球范围内传播，深刻地改变了少数民族传统文化的传播传承方式。“民族文化进入大众传媒的传播活动中，成为传播的内容和产品，本质上来说也是民族文化现代化命题的一部分。”²哈尼族研究出版物不仅弘扬了本民族的语言文化，也为其他少数民族语言文化的研究提供了一定的学术参考价值。“了解一个民族，必须了解她的文化；尊重一个民族，必须尊重她的文化；发展一个民族，必须发展她的文化”。³哈尼族出版物不仅弘扬了本民族的语言文化，也为其他少数民族语言文化的研究提供了一定的学术参考价值。我们最终的目标是建立一个和谐的民族语言文化社会，哈尼族研究出版物带来的新视角、新思路能让其他各民族的兄弟姐妹们继续努力。

参考文献

- 《哈尼族简史》编写组《哈尼族简史》[M]，民族出版社，2008 年版
白玉宝、王学慧《哈尼族天道人生与文化源流》[M]，云南民族出版社，1998 年版
白玉宝《哈尼族哲学思想探索》[M]，云南民族出版社，1996 年版
戴庆厦、段颢乐《哈尼语概论》[M]，云南民族出版社，1995 年版
戴庆厦、蒋颖、崔霞《西摩洛语研究》[M]，民族出版社，2009 年版
戴庆厦《泰国阿卡语研究》[M]，中国社会科学出版社，2009 年版
戴庆厦等《泰国万伟乡阿卡族及其语言使用现状》[M]，中国社会科学出版社，2009 年版
戴庆厦等《西摩洛语语言使用现状及其演变》[M]，商务印书馆，2009 年版
戴庆厦等《元江县羊街乡语言使用现状及其演变》[M]，商务印书馆，2009 年版
戴庆厦等《云南绿春县哈尼族语言使用现状及其演变》[M]，商务印书馆，2012 年版
戴庆厦等《云南绿春县哈尼族语言使用现状及其演变》[M]，商务印书馆，2012 年版
戴庆厦等《中国哈尼学第二辑》[M]，民族出版社，2005 年版

²程郁儒，民族文化传播化研究[D]，昆明：云南大学博士论文，2010 年 11 月。

³我国少数民族文化保护与发展成就显著[N]，中国民族报，2006 年 9 月 22 日。

- 韩跃红《太阳转身的地方——墨江之谜》[M], 云南教育出版社, 2012 年版
- 黄绍文、廖国强、关磊《云南哈尼族传统生态文化研究》[M], 中国社会科学出版社, 2013 年版
- 黄雁、黄钰《双胞迷城墨江》[M], 中国旅游出版社, 2009 年版
- 黄雁《北回归线上的哈尼人》[M], 云南人民出版社, 2009 年版
- 雷兵《哈尼族文化史》[M], 云南民族出版社, 2002 年版
- 李克忠《寨神——哈尼族文化实证研究》[M], 云南民族出版社, 1998 年版
- 李永燧《哈尼语语法》[M], 民族出版社, 1990 年版
- 李元庆等《中国云南红河哈尼族民歌》[M], 云南民族出版社, 2002 年版
- 李泽然《哈尼语词汇学》[M], 民族出版社, 2013 年版
- 李泽然《哈尼语研究》[M], 民族出版社, 2001 年版
- 卢保和、龙元昌《都玛简收》[M], 云南民族出版社, 2004 年版
- 毛佑全《哈尼族文化史》[M], 辽宁人民出版社, 1994 年版
- 史军超《哈尼族文化大观》[M], 云南民族出版社, 1999 年版
- 史军超《哈尼族文学史》[M], 云南民族出版社, 1998 年版
- 王尔松《哈尼族文化研究》[M], 中央民族大学出版社, 1994 年版
- 为则《哈尼族自然宗教形态研究》[M], 民族出版社, 1995 年版
- 肖万源等《中国少数民族哲学史》[M], 安徽人民出版社, 1992 年版
- 杨世华、白碧波《玉溪哈尼族文化研究》[M], 云南民族出版社, 2003 年版
- 云南省少数民族语文指导工作委员会编《汉哈尼新词语集·哈汉对照》[M], 云南民族出版社, 1994 年版
- 张兴荣《云南特有民族原生音乐》[M], 云南民族出版社, 1995 年版
- 赵德文《墨江哈尼族风情录》[M], 云南民族出版社, 2011 年版
- 赵敏、朱茂云《墨江哈尼族卡多话参考语法》[M], 中国社会科学出版社, 2011 年版

	Name and Surname (姓名):
	XIN ZHANG
	Highest Education (最高学历):
	Ph.D. (Doctor of Philosophy)
	University or Agency (任职院校或单位):
	Literature and Journalism College of Inner Mongolia University
	Field of Expertise (专业领域):
	minority language; linguistics
	Address (地址):
	Huhot YuQuan area ZhaoJun Road 24 Institute of Literature and Journalism College of Inner Mongolia University, P.R.China.





曼谷水上市场汉语服务调查研究——以安帕瓦水上市场为例

A STUDY OF CHINESE USAGE IN SERVICE INDUSTRY——TAKING AMPHAWA FLOATING MARKET AS AN EXAMPLE

林凤娇

CHUTIKRAN AIMSUB

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: mintchutikran@gmail.com

Received: 30 May 2019 / Revised: 30 October 2019 / Accepted: 8 November 2019

摘要

泰国是著名的旅游景点,许多外国游客来泰国旅游,其中之一是中国游客。中国游客前往泰国大概 9.83 百万人/年,中国游客最受欢迎的旅游景点之一是水上市场。因此,汉语语言服务是中国游客水上市场旅游的重要因素之一。本研究的目的是探讨水上市场的汉语使用情况,汉语使用情况下与影响因素分析而在安帕瓦水上市场的案例研究。

本研究还对数据进行了分析和问卷调查,研究的主要内容包括:第一章泰国的水上市场的发展与旅游,第二章曼谷附近的水上市场调查与中国游客,第三章解决问题的建议和改进措施,通过问卷调查和访谈,分析中国游客来到泰国旅游的整体情况和存在的问题而解决方案并计划解决方案。吸引中国游客来到泰国旅游而来的安帕瓦水上市场旅游。

研究发现,本研究的结果如下在安帕瓦市场汉语语言服务使用的研究,主要用泰语和英语为主,在安帕瓦水上市场的汉语服务只有产品标签的名字与价格,贩人可以用汉语交流没有太多。关于汉语语言服务的最大改进的地方是路标、景点介绍历史标签,只有泰语的信息。为游客提供足够的信息而且满足他们的需求。

关键词: 安帕瓦水上市场 汉语服务 市场管理



ABSTRACT

Nowadays, Thailand is the well-known tourist destination. Foreigners travel to Thailand, and one of them is Chinese tourists. They visit to Thailand about 9.83 million people per year, one of the places that they attended to travel is the floating market. Therefore, the important factor for the Chinese tourists is the Chinese language services. This study aims to analyze the Chinese communications and the factors that influenced in the floating market by a case study of Amphawa floating market.

This research have created the questionnaire about the Chinese language services at Amphawa floating market. The involved contents of this research are 3 chapters such as chapter 1: the development of the floating market and tourism in Thailand, chapter 2: the exploration of the floating market near Bangkok and the satisfaction of the Chinese tourists, and chapter 3: the estimation of Amphawa floating market with the questionnaires and interviews for analyzing all situations in the Chinese tourists traveled in Thailand, the problems, and the solutions for attracting the Chinese tourists traveled to Amphawa floating market.

Results of this study revealed to the survey about the using of the Chinese for services at Amphawa floating market. Most of the sellers using Thai and English as the main languages while the Chinese language is found on only the names and prices tag because they cannot communicated. The situation should be improved such as signposts and sign to introduce about the history of tourist attractions because as the information are in Thai only. Therefore, it should be develop to provide the tourists with sufficiently information.

Keywords : Amphawa floating market Chinese language service Market management



บทคัดย่อ

ในปัจจุบันประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นจำนวนมาก หนึ่งในนั้น คือ นักท่องเที่ยวชาวจีน นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาประเทศไทยประมาณ 9.83 ล้านคนต่อปี หนึ่งในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวก็คือ ตลาดน้ำ เพราะฉะนั้นการบริการด้านภาษาจีนจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการท่องเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีน วัตถุประสงค์ของวิจัยจึงจะศึกษาการใช้ภาษาจีนในตลาดน้ำ สถานการณ์ การใช้ภาษาจีนในตลาดน้ำและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตลาดน้ำโดยกรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา

งานวิจัยฉบับนี้ ยังได้วิเคราะห์ข้อมูลและสำรวจแบบสอบถามต่างๆเกี่ยวกับการบริการภาษาจีนภายในตลาดน้ำอัมพวา โดยงานวิจัยมีเนื้อหาหลักๆคือ บทที่1 การพัฒนาตลาดน้ำและการท่องเที่ยวของประเทศไทย บทที่2การสำรวจตลาดน้ำใกล้กรุงเทพและนักท่องเที่ยวชาวจีน บทที่3 การประเมินตลาดน้ำอัมพวาโดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ เพื่อวิเคราะห์สรุปสถานการณ์โดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยและปัญหาที่เกิดขึ้น และวางแผนที่จะแก้ไข เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนให้มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวามากขึ้น

จากการศึกษา พบว่าแบบสำรวจวิจัยในการใช้ภาษาจีนเพื่อการบริการในตลาดน้ำอัมพวา ส่วนใหญ่มีการใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นหลัก ซึ่งการใช้ภาษาจีนภายในตลาดน้ำมีเพียงแค่ป้ายบอกชื่อสินค้าและราคาสินค้า ซึ่งแม้คำที่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้มีไม่มากนัก สิ่งที่ควรได้รับการปรับปรุงมากที่สุดเกี่ยวกับการบริการด้านภาษา ได้แก่ ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำประวัติสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังมีไม่มากนัก และมีเพียงข้อมูลที่เป็นภาษาไทยเท่านั้น ดังนั้น จึงควรได้รับการพัฒนาเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่เพียงพอแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ : ตลาดน้ำอัมพวา การบริการภาษาจีน การจัดการตลาดน้ำ

绪 论

选题的背景及研究意义

水上市场在泰国由来已久，众所周知，泰国是一个水资源十分丰富的国家，所以就产生了众多大大小小的水上市场。只要有水的地方，一般就会有水上市场，可见泰国水上市场数量之庞大。但是水上市场一般以早市为主，因为太阳出来之后天气就变热了，水上市场也就散了。水上市场一般都是生意兴隆，格外繁荣。泰国政府为了保护本国特有文化，也为了吸引国外游客，在安帕瓦河上建立了集市——安帕瓦水上市场。这个水上市场不仅历史悠久，更是商业繁荣，是泰国国内最有名的水上市场。曼谷周边主要有五个水上市场：

一是丹嫩莎多水上市场(DamnoenSaduak Floating Market)是泰国最具人气的水上市场。来到泰国的大多数游客都希望游览当地的水上市场，而其中有许多人都会选择这里。清晨来到市郊的丹能莎朵能避开兜售旅游纪念品的商店，体会到此地的原汁原味。该市场离曼谷市区约一个多小时的路程，最佳的前往方式最佳的前往方式是参加其专线游览。

距市区 90 公里，与非常商业化的丹嫩沙多不同，安帕瓦水上市场显得更纯朴也更贴近当地居民的生活，夜游可以赏萤火虫。安帕瓦水上市场河道比较开阔，整个市场的氛围比较好，更像是市场，而不是景点。安帕瓦水上市场只有周五、六、日的 12:00-20:00 开放。

三是大林江水上市场(Taling Chan Floating Market)距离曼谷非常近，位于距离曼谷市区仅 12 公里远的地方，此处全天营业且商船充足，是名副其实的水上市场，而且还是一个规模较大的当地市场。此处有小长尾船可供游客在运河附近巡游，可以一边坐船一边悠闲地欣赏运河风景。

四是空叻玛咏瀑布(KhlongLatMayomFloating Market)水上市场，是另一个距离曼谷很近的中等规模水上市场。这是一个真正的当地市场，前往此处的外国人极少，该市场的主要部分位于陆地上，有机会品尝到各种各样有趣的甜品和水果。此处紧邻大林江水上市场。

五是邦南彭水上市场(Bang Namphueng Floating Market)是水上市场中规模最小的一个。邦南彭水上市场距离曼谷很近，约 20 公里，尽管这是一个规模适中的市场，但是在此处可以选择很多十分有趣的食物来品尝，而且该市场位于“曼谷之肺”，地理位置优越。所谓“曼谷之肺”，是指一片被河道弯曲部分保护起来的相对原始的自然圣地。该市场毗邻运河，景色迷人。

水上市场是曼谷的特色之一，这是当地人采买新鲜食材的一种传统方式。大多数去泰国旅游的外国游客都要划船目睹一下泰国水上市场的风采。帕瓦水上市场的河道两旁的老旧屋舍，其实就是一个露天博物馆，还曾被联合国教科文组织列为亚洲太平洋文化遗产，历史建筑保留的相当完整，使用当地人要沿水保护社区，安帕瓦水上市场使得外国游客非常受欢迎。安帕瓦水上市场的另一亮点是安帕瓦赏萤，夜游河赏萤之旅，带您迎着阵阵凉风，乘船驶向夜晚静谧的河道，除了两旁树上随处可见的闪亮萤火虫相伴，还可顺便欣赏河道两岸美丽的民宿，以及当地居民最自然的生活态，在美丽的夜晚，悠然写下浪漫回忆。

本论文选题的意义是安帕瓦水上市场汉语服务调查研究，说明大量中国游客来水上市场观光

购物，是否导致一些小贩和商家可以提供简单的汉语服务与中国游客沟通，以及中国游客对水上市场商业用语产生了哪些影响，并对这些影响因素进行分析，从而得出研究成果。

文献综述

周妙珠在《泰国水上市场旅游汉语应用研究-以杜拉拉水上市场为例》（泰国华侨崇圣大学硕士论文 2016）中对泰国杜拉拉水上市场旅游汉语应用进行了研究。论文使用文献资料分析、访谈分析和问卷调查分析。通过研究杜拉拉水上市场旅游汉语应用情况，包括汉语服务人员应用的基本情况、杜拉拉水上市场的汉语服务情况与中国游客沟通、市场汉语广告牌和标识牌、市场汉语服务的管理情况。论文指出杜拉拉水上市场汉语应用情况的评估，并相应地给出了建议和改进况。

王玉洁的论文《曼谷旅游夜市汉语服务研究》（华侨崇圣大学硕士论文 2016）通过研究汉语服务在曼谷夜市中的应用，了解曼谷夜市服务人员的汉语水平，分析评估汉语服务在零售商品中的优劣得失。论文通过资料分析和问卷调查法，根据调查问卷的统计数据、新闻数据、相关书籍等资料的统计结果对曼谷夜市中的汉语服务情况进行定性和定量分析，以达到研究目的。论文分析了曼谷亚洲河滨夜市和曼谷唐人街耀华力市场的发展现状，以及曼谷夜市的中国游客情况。通过对曼谷夜市汉语服务调查分析评估，提出汉语服务中问题的解决和改进措施。

蔡美秀的论文《泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究》（华侨崇圣大学硕士论文 2015）本论文研究是通过设计研究，收集有关对来泰中国游客的基本资料，来泰中国游客对泰国曼谷主要商业区中文服务满意度情况，中国游客度曼谷主要商业区购物中文服务满意度情况以及泰国主要商业区从商人员汉语服务使用情况。通过走访调查对象：曼谷商业区主要代表，文央世界商业区，曼谷河边夜市和拉差达商业区这三个地区，实地询问游客和服务人员，收集了一定真实有效的资料，并分析研究概括中国来泰旅游游客的总体情况和出现的一些矛盾和问题所在，并计划解决问题。

一、选题的目的和意义

论文研究的目的是通过对安帕瓦水上市场汉语使用情况的调查，说明大量中国游客去水上市场观光购物是否对水上市场的商业用语情况产生影响，商业汉语在水上市场的使用情况，分析这些影响因素。论文将对大量的中国游客来水上市场使用汉语沟通的状态，针对水上市场汉语服务的问题，本文向管理部提出改进的建议。

研究的意义是通过对这个水上市场的小贩和商家与中国游客在购物中语言沟通方面的调查，说明大量中国游客来水上市场观光购物，是否导致一些小贩和商家可以提供简单的汉语服务与中国游客沟通，以及中国游客对水上市场商业用语产生了哪些影响，并对这些影响因素进行分析，从而得出研究成果。



二、研究的范围与对象

该论文的研究范围与对象是在安帕瓦水上市场进行调查的。通过 100 位中国游客进行调查、分析以及对安帕瓦水上市场的商家和中国游客进行随机访谈。

三、研究主要内容

论文研究的主要内容是

- 研究泰国旅游业的发展和大量中国游客来访对安帕瓦水上市场的影响。
- 研究大量中国游客的来访对安帕瓦水上市场汉语服务的影响。

四、研究的方法

1) 文献分析法:

查找与曼谷水上市场有关的资料，对这些资料进行分析。

2) 观察法:

- 通过观察直接获得水上市场的资料，观察水上市场商家与中国游客沟通时的语言使用情况。
- 观察水上市场商家标识牌、广告牌、产品说明等语言文字的情况。
- 观察水上市场管理情况。

3) 问卷调查:

本次研究样本预计 100 份问卷。

——对中国游客的基本情况（如年龄、性别、学历）、消费行为、满意度和商家的语言情况进行问卷调查，对服务人员的汉语服务的态度。

——对水上商家进行问卷调查，主要包括：年龄、性别、销售的商品情况，与游客沟通的语言情况，经商时间（年限）情况等。

4) 访谈法:

对这安帕瓦水上市场的商家和中国游客进行随机访谈，了解中国游客对汉语服务的满意度，以及了解旅游业的发展对水上市场的影响。有没有汉语服务是否会影响他们的购物欲望，为本课题的研究提供直接的分析资料。

通过以上的研究方法收集本次研究的分析资料，对得来的资料进行定量和定性分析，达到本论文研究的目的。

五、研究的创新性

通过对与本论文相关的研究资料的查询，目前还没有与本论文研究课题相关的研究，本论文对曼谷水上市场汉语服务的专题研究还是一个新的研究。论文试图通过这项研究说明因为大量的中国游客到水上市场观光购物，所以影响了水上市场的语言沟通，出现了汉语服务的问题。以及为了

适应中国游客大量来访的情况，对水上市场管理部门提出相关的改进措施。

曼谷周边水上市场与商家与小贩的调查

安帕瓦水上市场民风淳朴，更能贴近当地人生活。商品的价格也不贵，运河两边聚集了很多小摊，有各种泰国风味小吃和反映泰国传统文化的商品。相比曼谷其他的水上市场，安帕瓦水上市场少了很多商业的味道，给人一种原生态的朴素无华的感觉。这些特色是吸引不少外国游客到此游览的原因之一。

本次研究对安帕瓦水上市场的商家与小贩进行了访谈法，具体情况如下：

服务员的性别：本次对安帕瓦水上市场的访谈调查了 10 位商家与小贩，3 女 7 男。被采访调查的男女比例是男性占 70%，女性占 30%。

服务员的年龄：在安帕瓦水上市场被访的 10 位商家与小贩的年龄情况是：20 岁以下的有 1 位，占 10%；21-30 岁的有 1 位，占 10%；31-40 岁有 3 位，占 30%；41-50 岁有 2 位，占 20%；51-60 岁有 1 位，占 10%；61 岁以上的有 2 位，占 20%。图 2.1.2 显示了被访商贩的不同年龄情况。

服务员的学历程度：本次被访的 10 位商家与小贩的受教育的程度。他们受教育的具体情况是：中专学历的有 2 位，占 20%；大专学历的有 7 位，占 70%；硕士学位有 1 位，占 10%。

服务员的销售收入：本次问卷调查了安帕瓦水上市场的 10 位商贩的收入情况。在安帕瓦水上市场的销售收入可以分为 7 种类型：少于 5,000 泰铢/月，5,001-10,000 泰铢/月有 2 位，占 20%，10,001-15,000 泰铢/月，占 10%，15,001-20,000 泰铢/月有 1 位，占 10%；20,001-25,000 泰铢/月有 3 位，占 30%；25,001-30,000 泰铢/月和大于 30,001 泰铢/月有 3 位，占 30%。

服务员的婚姻状况：安帕瓦水上市场 10 位商贩的婚姻情况是：单身的有 4 位，占 40%，已婚的有 6 位，占 60%。

服务员的受访商贩销售年限情况

安帕瓦水上市场 10 位商贩从事商贩工作年限的情况。这些商贩中 2 年以下的有 2 位，2-5 年的有 2 位，5-10 年的有 1 位，10 年以上的有 5 位。

服务员的受访商贩的每日工作时间情况

在安帕瓦水上市场受访商贩每天工作 6 小时以下的有 1 位，6-7 小时的有 2 位，7-8 小时的有 1 位，8-9 小时的有 3 位，9-10 小时以上的有 3 位。

服务员的与外国游客沟通情况：被访的 10 位商贩中或多或少都可以用英语与外国游客沟通，其中 3 位可以用汉语和中国游客沟通。

安帕瓦水上市场管理情况调查

水上市场一直以来是泰国著名的游览地，是一条非常独特的风景路线。安帕瓦水上市场隶属于安帕瓦区的直辖市，商店运营商有大概 40 家。

在中国游客眼里安帕瓦水上市场有点像泰国式的周庄，市场在一条河道两边，岸上是成排的店

铺, 各种特色商品和美食任你挑选, 河道里还有卖各种美食的小船。这里民风淳朴, 更能贴近当地人生活。

水上市场的行政管理情况

为了进一步研究安帕瓦水上市场的情况, 本次研究还调查了其管理部门和人员的情况。安帕瓦区的行政管理机构的结构如下:

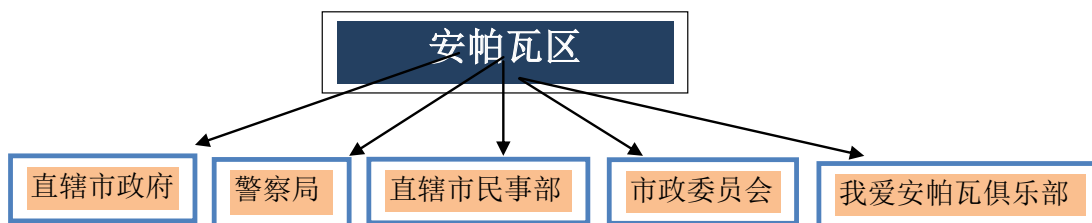


图 1 水上市场的人员管理情况

水上市场语言服务情况

在安帕瓦水上市场的管理机构既有政府的也有私营部门的, 这些部门使用的日常语言都是泰语, 主要的工作语言主要是英语。但不是每个机构的管理人员都可以使用英语。通过调查, 虽然近几年来, 中国游客来到安帕瓦水上市场的人数不断增加, 但是当地的管理部门并没有能说中文的人员。

中国游客对水上市场满意度调查

语言服务方面

本次研究不仅对中国游客的基本情况和安帕瓦水上市场情况进行了调查, 还调查了中国游客对安帕瓦水上市场服务方面满意度。本次从水上市场管理服务, 商贩服务情况和导游汉语服务情况这三个方面调查了 100 名中国游客对安帕瓦水上市场各方面的满意情况。



表 1 中国游客对安帕瓦水上市场汉语服务满意度调查表

调查内容		满意度					
		非常满意	满意	一般	不满意	很不满意	
水上市场管理服务情况							
1	水上市场的总体服务质量	7%	84%	9%	-	-	满意
2	水上市场提供汉语网站	-	-	3%	92%	5%	差
3	水上市场的汉语标识牌	-	10%	85%	3%	2%	一般
4	水上市场的汉语宣传单	-	5%	83%	7%	5%	一般
5	水上市场的汉语指路牌	1%	5%	87%	4%	3%	一般
6	水上市场的汉语播音	-	-	92%	5%	3%	一般
7	水上市场汉语服务人员沟通能力	-	-	2%	9%	89%	很差
8	水上市场服务人员的汉语水平	-	-	2%	3%	95%	很差
9	旅游景点背景汉语简介	-	1%	4%	91%	4%	差
10	当地文化历史的汉语说明	-	1%	5%	88%	6%	差
水上市场商贩汉语服务情况							
1	汉语沟通能力	-	-	4%	7%	89%	很差
2	汉语水平	-	-	2%	4%	94%	很差
3	商店里的汉语标志	-	-	2%	87%	11%	差
导游汉语服务情况							
1	汉语沟通能力	2%	90%	4%	4%	-	满意
2	汉语水平	2%	3%	95%	-	-	一般
3	旅游景点背景	-	3%	92%	5%	-	一般
4	深刻地理解泰国历史的性质	1%	3%	89%	3%	-	一般



1. 关于安帕瓦水上市场服务的满意情况

水上市场总体服务质量是满意的。其它方面的满意度是一般。有些中国游客对水上市场的汉语路标、标识牌和景点的宣传等方面表示满意，甚至很满意。

2. 关于水上市场商贩汉语沟通情况

满意度一般。从对水上市场商贩的汉语沟通情况中了解到，他们的汉语水平很低，只会说一点简单的中文词语，但能用手势和一些英文与中国游客沟通，可是在问卷调查中一些中国游客对一些商贩的汉语沟通能力和汉语水平表示满意或很满意，这可能主要是对商贩的服务态度的满意度上。

3. 关于水上市场导游汉语服务情况

中国游客在对泰国中文导游汉语沟通能力普遍是满意的。但在景点背景介绍方面和对一些导游的汉语水平方面，有些中国游客表示不满意。但也有 18% 和 34% 的中国游客对泰国导游的汉语沟通能力方面表示很满意。

管理服务方面

从问卷调查表在可以看到，大部分中国游客的满意度是一般。

表 2 安帕瓦水上市场管理服务满意程度调查表

调查内容	管理服务满意情况					满意度
	非常满意	满意	一般	不满意	很不满意	
水上市场的服务态度	28%	32%	38%	2%	0	一般 77.2%
水上市场的设施	16%	26%	50%	8%	0	一般 70%
水上市场的旅游服务点	20%	30%	50%	0	0	一般 74%
水上市场的管理	16%	32%	44%	6%	2%	一般 65.8%

价格方面:

中国游客对安帕瓦水上市场价格合理的满意情况是：在产品价格方面表示非常满意的占 30%，表示满意的占 50%，表示一般的占 18%，只有 2% 表示不满意。总体满意度为是 81.6%，为满意。

对餐厅价格合理方面，表示非常满意的占 22%，满意的占 48%，一般的占 30%，总体满意度是 78.4%，为一般。

对其他服务费用的合理方面，表示非常满意的占 8%，满意的占 66%，一般的占 22%，不满意的占 4%，总体满意度是 75.6%，为一般。



周边环境和交通方面:

中国游客安帕瓦水上市场周边环境和交通的满意情况是:

我们看到中国游客对安帕瓦水上市场周边环境和交通情况的满意度。调查表显示:

1. 对水上市场周边的交通情况表示非常满意的占 22%，满意的占 34%，一般的占 36%，表示不满意的占 8%。总满意度为 74%，为一般。

2. 对水上市场周边环境和完全情况表示非常满意的占 20%，满意的占 38%，一般的占 32%，表示不满意的占 8%，很不满意的占 2%。总满意度为 73.2%，为一般。

3. 对水上市场 WiFi 情况表示非常满意的占 22%，满意的占 20%，一般的占 20%，表示不满意的占 28%，很不满意的占 10%。

4. 对水上市场交通方便情况表示非常满意的占 18%，满意的占 20%，一般的占 34%，表示不满意的占 28%。总满意度是 71.2%，为一般。

安帕瓦水上市场汉语服务和管理评估

安帕瓦水上市场汉语使用和服务情况

安帕瓦水上市场的管理机构主要有四个部门:即市政府、警察局、市委会和民事部。这些部门的工作涉及到当地的旅游业。在调查中可知这些部门的管理行政人员,几乎都不能说中文,不能与中国游客进行正常的汉语沟通。与水上市场的管理人员的汉语沟通能力相比,一些小商贩的汉语沟通情况会好一点。他们可以通过非常简单的中文词语与中国游客沟通。在调查中,安帕瓦水上市场管理人员和商贩的汉语沟通能力很弱,但由于大部分来这里旅游的中国游客是年轻人,占本次受访中国游客的 82%,多少会一些英文,他们可以与当地管理人员和一些小商贩进行英语和手语沟通。尽管存在着语言障碍,中国游客来安帕瓦水上市场旅游,不会因为当地管理人员和商贩的汉语沟通能力问题而影响了中国游客到这里观光游览和饮食购物。

安帕瓦水上市场存在的问题

汉语服务方面的问题

1. 缺乏汉语服务人员

政府部门没有会中文的,不能用汉语沟通,最多有些人员会说一两个中文单词,如“你好”,“谢谢”。当中国游客有什么问题,政府人员只能用英语跟中国游客沟通。

2. 汉语服务人员沟通能力差

由于安帕瓦水上市场管理部门没有会中文的人员,汉语沟通能力自然很差。在中国游客不断增加来这里游览趋势下,市场管理部门不仅需要加强英文的沟通能力,也需要有汉语人才,这样才能适应当地旅游业的发展,提高服务质量,有利于解决中国游客在当地旅游遇到的问题。



3. 商家的汉语交流能力不强

安帕瓦水上市场的商家和小贩没有会说中文的。由于市场的小商贩在商品买卖中与中国游客接触比较多，他们中有些人可以用简单中文与中国游客沟通，这方面的能力比市场管理人员要好一些。

4. 汉语标识和景点介绍不够

安帕瓦水上市场的标识牌、广告、宣传品和商铺名称，以及道路指示等都是泰文，有一些有英语和中文

市场管理方面的问题

1. 市场卫生问题有待改进

水上市场有多种多样的具有当地特色的商品和食品。购物，品尝美味，领略当地风光和了解当地的风土人情，是外国游客来水上市场的主要旅游目的。但是由于商贩多，游客多，来往人员繁杂，摩肩接踵，再加上天气炎热，市场卫生条件不佳，垃圾堆放，有不少脏乱的地方，严重影响了景区的环境卫生。

2. 交通信息需要加强

去安帕瓦水上市场的交通工具具有公共汽车，旅游公司大巴，面包车，私家，出租车，双条车等。不是每个游客都清楚去安帕瓦的路线，市场管理方面应该提供乘不同交通工具的信息和价格，方便外国游客往来安帕瓦水上市场。

3. 缺乏外语培训和管理

安帕瓦水上市场管理人员和商家在汉语和英语服务和沟通方面比较差，严重缺少能用汉语沟通的人员。但市场管理方面没有对市场管理人员和市场商贩进行外语培训，提高市场方面对外国游客的语言交流能力。

解决问题的建议和改进措施

安帕瓦水上市场每年都有不少外国游客和泰国国内顾客前来旅游和购物。从调查中可知在来安帕瓦水上市场的外国游客里，中国游客占大多数。搞好汉语服务对水上市场来说是很重要的。针对安帕瓦水上市场存在的主要问题，解决的方法和改进的措施是：

提高汉语沟通能力，提供汉语语言培训

1. 提高水上市场管理人员的汉语水平

改善安帕瓦水上市场的汉语服务是当地政府管理部门搞好市场管理，提高旅游服务质量一个重要措施。只有当地政府部门重视，才能采取有效的措施，只有当地政府部门重视，才能采取有效的措施，针对汉语服务的问题来招聘具有一定的汉语沟通能力的工作人员，专门负责汉语服务方面的问题。

2. 对市场商店和商贩的汉语培训

除了市场管理部门需要改进汉语服务，对一些固定的商家和主要的景点服务部门的人员也需要进行汉语培训，因为水上市场良好服务不仅是政府部门的责任，也是市场商家和商贩的事。

不只是对市场商店和商贩的汉语培训，还有水上市场管理人员需要汉语培训，因为汉语培训将帮助商店、商贩和水上市场管理人员更好与中国游客交流。正确认真地进行汉语培训 例如汉语老师教对话，语法对商店、商贩和水上市场管理人员。培训的目标具体体现在词汇量或者语法上商贩和水上市场管理人员应该有汉语程度更好。

增加汉语标识，方便游客游览购物

目前在安帕瓦水上市场的商店门牌、路标、菜单和一些景点的介绍大都是泰文的，或有少量的英文，中文标识很少。

安帕瓦水上市场的管理部门应该增加汉语标识牌、广告、宣传品，提供中文网站。方便中国游客在安帕瓦水上市场的购物、旅游、餐饮和了解当地的历史，风土人情，以及更好地欣赏美好的自然风光和纯朴的民风。

改善水上市场卫生环境

市场管理部门应该加强这方面的管理，制定有效的管理制度和保护环境的措施，调整市场不合理的商铺安排，疏通游客购物餐饮通道，管理垃圾投放和及时处理，改善市场环境，做综合治理。

管理交通工具加强网络电子服务

这就存在与司机沟通的问题。在主要去安帕瓦水上市场的车站安排专门汉语服务人员帮助中国游客接洽交通工具，或考虑市场管理部门提供定期专门班车接送，从根本上解决游客到安帕瓦水上市场旅游遇到搭乘往返，价格不合理等问题。另外，市场方面应该提供有中文说明的游览图

提供中文网站和 WIFI 服务

1. 增加网站中文服务

目前安帕瓦水上市场的网站主要是泰语，还有一些英语，但没有中文服务。水上市场网站有了中文，可以方便中国游客上网了解景点情况，在一定程度上弥补市场管理人员汉语沟通能力差的缺陷。另外，水上市场景区还应该提供 WiFi 系统，因为在网络不畅或不能通过手机服务商上网时，游客可以通过 WiFi 上网获取信息。

2. 提供二维码（QR Code）服务

二维码服务已经在很多领域使用，大大提高了信息传递内容和服务范围。在没有网络和 WiFi 的情况下，游客可以通过二维码服务，得到景点相关的信息，这也是对网络信息和传统信息传递和获



取的一个很好的补充。在手机普及的今天利用二维码提供水上市场的旅游信息是非常有效的一个措施。通过二维码也可以提供多种语言的服务，包括中文服务，这在一定程度上可以解决市场方面汉语服务弱的问题。

结论

泰国旅游业的持续发展，中国游客来旅游人数不断增加，促进了泰国旅游景点汉语服务的使用。本论文研究的目的是通过对安帕瓦水上市场汉语服务情况的分析调查研究，说明汉语服务对安帕瓦水上市场旅游业发展的促进作用。在对安帕瓦水上市场汉语服务情况的调查基础上，掌握其管理部门的汉语服务和市场商贩汉语服务的具体情况。

本论文的研究采用定性分析和定量分析的方法，通过文献分析和访谈，调查了安帕瓦水上市场的管理人员、商贩和中国游客。通过对安帕瓦水上市场汉语服务的各种调查的分析，本次研究表明在中国游客大量来泰旅游的影响下，水上市场方面已经开始提供了一些汉语服务。由于市场管理部门严重缺乏汉语人才，还不能用汉语与中国游客沟通。遇到中国游客的咨询和问题时，市场方面与中国游客主要是通过简单的英文进行。市场管理方面不仅缺乏汉语沟通人员，而且缺乏汉语文字方面的服务，如缺少对景点的中文介绍，缺少对商品、交通等方面的中文信息。市场的商贩方面汉语使用也是很少。当地商贩基本上不能用汉语与中国游客沟通，只能用一些简单的中文词汇或英语词汇加手势与中国游客沟通。另外，中国游客来往安帕瓦旅游景点需要乘车乘船时，也会遇到语言障碍。

从本次调查中我们也可以看到，虽然安帕瓦市场管理部门和市场商贩的汉语沟通情况都不好，但并不影响中国游客来这里旅游的数量和兴趣。主要原因是水上市场本身的吸引力。本次研究还表明，如果水上市场方面能够提供良好的汉语服务，会增加中国游客的满意度，提升水上市场旅游服务的质量，促进水上市场今后的发展，改善景区的旅游设施和信息服务，吸引更多的中国游客前来观光旅游。通过对安帕瓦水上市场调查，本次研究发现了该市场在汉语服务方面主要存在的问题，并针对这些问题提出了解决问题的方法和改进措施。

本研究还存在着一些不足和需要改进的地方。不足的地方主要反映在调查问卷上对市场管理部门人员汉语服务方面的资料掌握得不够具体，对中国游客在满意度方面的具体情况没有深入调查，造成在资料分析上出现一些问题，影响了论文深入的研究。这些不足在今后的研究工作中必须加以注意和改进。

尽管如此，在中国游客增多的情况下，安帕瓦水上市场管理部门如果能加强汉语沟通能力，提供多一些的汉语服务，对提高当地的旅游质量，方便中国的游览观光是非常有益的。除了汉语服务方面的问题，在市场服务态度，旅游项目，商品价格等方面中国游客的满意度都是可以的，基本上没有表示不满意的。



参考文献

- Atom 曼谷民宿, 曼谷周边 5 大水上市场游玩攻略, 附往返交通 [Online]
Available:<http://www.tyouqu.com/teseshiji/43/447/1.html>), 2016/4/22
- 王玉洁. 曼谷旅游夜市汉语服务研究[M]. 华侨崇圣大学硕士论文 2016
- 牛途旅游网. 曼谷水上市场[Online] , (<http://www.tuniu.com/zixun/51504/>), 2016/4/20
- 周妙珠. 泰国水上市场旅游汉语应用研究--以杜拉拉水上市场为例[M]. 华侨崇圣大学硕士论文 2016
- 南博网: 泰国旅游业发展形势向好[Online] Available:
(<http://www.caexpo.com/news/info/original/2015/05/21/3645445.html>), 2016/5/5
- 泰有趣网. 曼谷周边 5 大水上市场游玩攻略[Online] Available:
(<http://www.tyouqu.com/teseshiji/43/447/1.html>), 2016/4/20
- 泰国世界日报. 2018 来泰中国游客猛增 [Online]Available:
(<http://www.udnbkk.com/article-252369-1.html>), 2016/4/22
- 携程网. 赛寺院水上集市 [Online]
(<http://you.ctrip.com/shopping/bangkok191/1356620.html>), 2016/4/20
- 蔡美秀. 泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究[M]. 华侨崇圣大学硕士论文 2015
- Tourism couricil of Thailand.[Online] Available:
(<http://www.thailandtourismcouncil.org/>), 2016/5/8

	Name and Surname (姓名): CHUTIKRAN AIMSUB
	Highest Education (最高学历): Master's Degree
	University or Agency (任职院校或单位): Huachiew Chalermprakiet University
	Field of Expertise (专业领域): Master of Arts Program in Chinese for Business Communication
	Address (地址): 337/24 Soi Suanlamyai, PhiphitPrasat Rd., PhraPathomChedi, MuangNakhonPrathom, Nakhon Prathom, Thailand 73000





曼谷辉煌区唐人街与耀华力路唐人街的商业汉语应用比较研究

A COMPARATIVE STUDY OF BUSINESS CHINESE USAGE BETWEEN NEW CHINATOWN (HUI-KHWANG) AND CHINATOWN (YAOWARAT)

郑美丽

CHALOTORN DEDSUKSOPHON

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: chalotorn.ded@gmail.com

解琨 博士 副教授

Assoc. Prof. Dr. Xie Kun

云南财经大学、物流学院

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

E-mail: 1327773778@qq.com

Received: 18 September 2019 / Revised: 19 November 2019 / Accepted: 27 November 2019

摘要

随着泰国旅游业的飞速发展, 2016 年外国游客来泰国的数量持续增长。在泰国, 汉语的使用不仅体现在与中国人沟通交流方面, 还被应用在许多工商企业, 旅游部门, 酒店业和餐饮业, 推动了泰中两国经贸的发展和旅游业的发展, 为方便中国商家和游客来投资、旅游、购物起到了促进作用。曼谷唐人街是泰国的一个重要旅游地, 也是许多中国游客观光的主要旅游景点。搞好唐人街的汉语服务是非常必要的。论文研究的意义是通过问卷调查, 说明曼谷唐人街目前汉语服务的状况, 指出存在的不足, 为唐人街的旅游接待单位提供改进的建议, 以提高唐人街的汉语服务质量, 吸引更多的中国游客。

论文采用问卷调查法, 对曼谷两个地方的唐人街的汉语服务情况进行了实地采访和调查, 特别是与中国游客直接接触的服务人员。调查研究发现在耀华力唐人街的商家人员, 大部分不会说普通话, 主要说潮州话。那里的店员大部分也没学习过汉语。此外, 商店也没给员工进行汉语培训。唐人街的商家比较重视使用英语, 不太重视汉语服务。但在辉煌街的店员的汉语水平总体上比较好, 但有口音问题。因为这里的经营者都是从中国广西和云南来泰国开业的。



通过分析研究, 论文指出了这些问题, 提出了改进措施, 建议商家应该加强相关人员的汉语培训, 增加中文标示牌, 提升唐人街的中文服务水平, 改善唐人街的汉语服务质量, 提供一个良好的汉语服务环境, 促进唐人街旅游业的发展。

关键词: 曼谷唐人街 商业汉语 耀华力路 辉煌路 比较研究

ABSTRACT

According to the Increasing of Thailand tourism in 2016. There are huge numbers of foreign tourists visited Thailand continuously especially Chinese Tourists. About 9 millions of Chinese Tourist visited Thailand this year which are increase 10.34% from last year. The Business Chinese Language Usage is not only a spoken language between tourists and entrepreneurs but also another way to inform tourist such as sign, price tag and any other media. The Supporting of Business Chinese Language will lead to a stimulating of the nation economy and make massive income to local business. Then we cannot refuse that “Language” is the most important thing in communication and a development of Tourism in our nation.

Bangkok Chinatown is one of the important tourist attraction in Thailand. Therefore for the business in Chinatown have better services with Chinese Language usage and level up the services to satisfied Chinese tourists. This research will focus on the Chinese language usage and give entrepreneurs suggestions for services improvement in both Bangkok Chinatown. The core of this research related with an evolution and situation of both Bangkok Chinatown. The research uses the questionnaire to find differentiations of language in Chinatown Yaowarat and Chinatown Huai-Khwang, which are separated in to two parts include Chinese Tourist in Chainatown and entrepreneurs in Chinatown.

As a result of the survey. The both Chinatowns still have a lot of problem in Chinese usage. Especially Yoawarat Chinatown. The Most of entrepreneurs cannot use Chinese Mandarin. They can only speak Chaozhou Chinese and almost employees never learn mandarin before. In addition, entrepreneurs never have a Chinese usage training because they focus on English language more than Mandarin. On the other way, employees in Huai-Khwang Chinatown can use a fluent Chinese, only one problem is an accent. Therefore this research will lead us to improvement of Chinese usage services in Chinatown areas. Such as give a Chinese usage training to the employees and add more Chinese sign, tag, and notice etc.

Keywords: Bangkok Chinatown; Business Chinese; Yaowarat; HuaiKhwang; Comparative research

绪论

一、选题的背景和意义

中国经济的快速发展与西方国家形成了鲜明的对比，在全球经济疲软的情况下，中国出台了拉动内需与提升购买力的措施，由于人民生活水平提高，出国旅游已逐渐成为很多中国人的选择，中国游客已成为泰国第一大客源国，所以商业汉语成为一个重要的商务语言，已起到越来越重要的作用。因此，对中国游客提供好服务，就是每个海外的旅游企业要提供汉语服务。

随着泰国旅游业的发展，每年有很多外国游客进入泰国旅行，2016 年，从 1 月到 12 月，游客数量达到 32,588,303 人次，比上年同期增长 8.91%，其中有中国游客 8,757,466 人次，比上年同期也增长 10.34%。^[1]

唐人街是泰国的一个重要旅游地，每年都能吸引很多中外游客，特别是近几年来，中国游客大量来泰国旅游，为唐人街带来了商机，促进了唐人街的酒店业，金店珠宝业，餐饮业和商品销售的发展。唐人街提供的汉语服务能够更好地开拓中国旅游市场，吸引更多的中国游客来唐人街旅游，购物和品尝美食。

耀华力路唐人街(Yaowarat)是华人的一个主要生活区，是最大的华人社区，整个唐人街的商业街区长约 2 公里。耀华力路上有着各类金店、燕窝鱼翅店、中国餐厅、中药和出售各类中国特产的商店。辉煌区唐人街(Huai Khwang)——曼谷第二唐人街，位于泰国曼谷东边，辉煌区大约 15 平方公里。^[2] 熟悉曼谷的人都知道，辉煌区是除了华南蓬附近的唐人街外，是华人又一大聚集地，中文随处可见。更有华人一条龙服务、签证、中药和出售各类中国特产的商店语言学校、房屋中介、代购批发、货币兑换等等。此外，辉煌还靠近拉查达路(Ratchada Road)——曼谷第一大娱乐场所的聚集地 比如 KTV、酒吧、按摩店和大浴室等，所以，在泰国企业家看来，这里带来了商机。

唐人街是一个曼谷有名景点，有很多中国游客喜欢来旅行，所有在曼谷唐人街的商业汉语应用是很重要的，如果商店想对中国游客提供好服务，就是每个企业家需要提供汉语服务。由于现在还没有研究者对这个题目研究过了两个地区的唐人街的商业汉语应用的比较研究。因此，这本论文是对曼谷唐人街商业汉语应用的情况比较研究。

二、论文选题有关的国内外研究综述

通过资料查询，查到一些有关分析研究商务汉语在泰国中作用的论文以及有关在泰国的商务汉语应用的重要性。根据目前所掌握的资料，文献对唐人街商业，特别是在辉煌区唐人街的文献比较少。只能查阅到辉煌区唐人街经营情况与耀华力路唐人街的质料来对比。这些论文涉及以下几个方面：

[1] กรมการท่องเที่ยว. (2016) สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2559, [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.mots.go.th>

[2] 维基百科网, “辉煌区”, [online]. (<https://en.wikipedia.org>), 2017



(一) 有关在泰国的商务汉语应用的重要性

1. Kanlapaphruek Chokdeemeeasuk (2015) , 以为汉语已成为一个重要的外语了, 无论公共部门还是私营部门都对汉语感兴趣。因为语言是各国进步的重要条件之一, 每个国家运用语言交流沟通, 便于文化的交流。目前, 中国市场是很大潜力, 所以, 不可否认的是, 汉语人才的需求和商业汉语的使用是非常重要的。因此, 泰国需要改革教育体系, 做好准备迎接东盟共同体。最后, 泰国教育体系除了了解语言, 还需要重视国际文化。

2. Tanatchaporn Boonsathienwong (2014) , 以泰国福协公司为例子, 分析说明该公司主要使用和培养了汉语人才, 不断扩大与中国经贸业务, 使公司在利润上快速增长。该公司的发展证明了企业在与中国进行商务往来时, 汉语人才的需求和商业汉语的使用是非常重要的。在泰国不仅是泰国福协公司, 对于所有想要与中国做生意的泰国企业而言, 运用商业汉语与中国发展业务联系都是必不可少的。一方面中国与东盟经贸来往越来越紧密, 另一方面东盟经济一体化的到来, 都更加促进了泰国对汉语人才的需求。

(二) 有关在泰国的商业汉语应用的情况

1. 邓麟凤 (2016), 对泰国汇商银行职员的汉语使用情况研究, 提高银行职员的汉语服务水平方面还需要做那些改进, 存在哪些问题, 并提出解决问题的建议和改进措施, 探讨商业汉语的使用对泰国汇商银行的发展带来哪些积极作用和影响。由于银行提供懂中泰双语的员工, 他们对中泰文化开展金融服务了解深刻并的使用中文与泰文的能力很强, 他们能助于中泰投资者与企业家。

2. 艾成浩 (2014), 研究泰国亚航空公司空服人员汉语使用的情况, 研究者使用问卷调查法对此进行研究, 通过对调查结果的分析, 提出如下结论: 在 240 位空服人员的对象内, 只有 11 位空服人员 (4.6%) 学习过汉语, 另外 229 位空服人员 (95.4%) 都没有学习过汉语。所以在工作中空服人员都遇上汉语使用的问题。另外 193 位空服人员 (80.4%) 需要学习汉语, 47 位空服人员 (19.6%) 不需要学习汉语。空服人员最需要提高汉语口语与听力的技能。最后 215 位空服人员 (89.6%) 认为如果有汉语技能, 他们工作会更有效率。另外 25 位空服人员 (10.4%) 有不同的想法, 他们认为汉语技能和工作效率没有关系。

(三) 有关辉煌区唐人街

Haiqiu Yu (2014), 研究了在曼谷辉煌区的情况, 比如 地理位置、人口数量、生活习惯 和 职业等, 还通过分析为什么这里成为新的泰国唐人街。辉煌区被称为“新唐人街”, 是因为这里有很多中国居民, 这里的居民大约 5,000 人 (6.0%) 是中国人。这里的中国居民逐渐形成了一个新的中国社区。生活在曼谷辉煌区的中国人, 受到当地大环境的影响在日常生活和商业活动中碰到的是语言, 但他们都能适应新的环境。在曼谷辉煌区的中国人, 大部分都工作跟语言技能有关系, 所以, 这里有很多的旅游业, 达到 100 旅游公司以上, 在这些公司工作的中国人当导游大约 2,000



人。另一个行业是餐饮业，在餐饮业工作的中国人大约 500 人。另一个行业就是语文教育专业，中国留学在泰国毕业后喜欢留在这里当语文教师；教汉语给泰国人或者教泰语给中国人等。因此，怪不得熟悉曼谷的人都叫辉煌区是“新的唐人街”。

（四）有关耀华力路唐人街

1. 王美琳（2015），阐述泰国唐人街的背景，唐人街商业发展概况，商业汉语的使用情况，以及唐人街对商业汉语人才的需求状况。对泰国唐人街商业汉语的运用情况进行调查分析，阐述商业汉语使用所反映的商业现象和文化现象。通过对泰国唐人街的语言使用情况调查分析，指出商业汉语使用的重要性。对商务汉语在唐人街的使用情况，出现的问题进行理论分析，最后提出建议。

2. 陈雪心（2010），说明唐人街的历史与世上各地唐人街的现状，通过研究唐人故事中的典型人物形象与他们的生存斗志，研究海外华人怎样持续保留着中国的传统文化和宗教信仰，最后进一步探讨海外华人与中国的关系，展望未来中国命运的兴衰对海外华人的影响。

三、论文的研究目的、方法、范围和内容

（一）研究目的

- 1) 为了了解曼谷辉煌唐人街与耀华力路唐人街的目前商业汉语使用情况。
- 2) 研究分析曼谷辉煌唐人街与耀华力路唐人街商业汉语运用比较研究。

（二）研究方法

本论文使用综合性的定性与定量研究方法，定性研究方法包括：

1. 文献综述法，本论文正确了解与论题有关研究的现状，仔细相关的文献资料。
2. 实地调查，在两地方的曼谷唐人街观察商店人员的商业汉语应用。

另外也使用定量的研究方法：问卷调查，对中国游客在曼谷唐人街旅游中存在什么问题及中国游客对两个地方的曼谷唐人街旅游，哪个唐人街比较喜欢的。

（三）研究范围和对象

本论文的研究范围是通过辉煌区唐人街与耀华力路唐人街的商业汉语应用的特点来对比研究。调查的对象分为两部分，其中一部分是中国游客部分，另一部分是企业家部分。游客部分分为：在辉煌区的游客 50 个人，在耀华力路的游客 50 个人。企业家部分分为：辉煌区的企业家 20 家店，耀华力路的企业家 20 家店。

曼谷唐人街的产生和发展

中国人不管到哪里，很少改变中国的生活方式。中国人能互相帮助，所以他们喜欢聚在一起生活。在历史上很久以前，中泰两国人民就有了往来。泰国华裔人口众多。他们和当地人民融洽相处，华人、华裔认同泰国的风俗习惯，而中国的风俗习惯也融入当地主流社会中；这在世界上绝对少有的。在泰国出生的中国人，移民到泰国的中国人和海外华侨 9.4 亿占泰国总人口的 14%，还有一部分人与泰国人结婚后并定居泰国，成为泰国国籍，他们的祖先大多来自广东潮州，占比例 56%，其次是来自福建和海南说客家话的客家人，占比例 16%，海南人占 11%，广东人占 7%，福建人占 7%，其他地区占 12%。^[1]

成千上万的中国游客出国旅游，让中文成为了世界上使用最多的语言，最重要的是，对于世界甚至泰国来说，中文是最普通的语言，可让商家与中国人的关系更加密切，让双方的沟通更加的方便。为了更好地发展旅游业，更多地吸引各国游客，特别是中国游客，泰国的生意人不仅在旅游措施上改进服务质量，也在语言服务上满足客户的基本需求。以前，泰国政府除规定泰语为国家官方语言，还规定英语为全国通用语言。全国的英语普及水平较高，机场、宾馆、餐厅的服务员、出租车机等 都会讲英语，许多建筑和场所的名称、路标和商品广告及说明都用泰英两种文字书写。近年来，在一些中国游客光顾较多的景点、商店和一些娱乐场所，还增加了中文标志，商品广告也有用中文书写印刷的。在一些旅游地图上，一些重要街道、景点、活动场所、医院、政府部门等的名称都同时使用多种文字标出。而且，泰国有很多华人，他们分布广泛，且有许多人从事商业。不少商店的售货员也会讲华语，所以中国游客在泰国旅游，即使不懂英文、泰文，也不会有太大的困难。这些因素为泰国旅游业开辟中国市场创造了难得的条件。

一、商业汉语在耀华力唐人街的状况

随着中国的开放与发展，汉语的影响力也在逐渐增加，世界范围内学习汉语的人也在不断增长，泰国也是一个国家看见汉语的重要性，目前在泰国，汉语已成为一门重要的外语，全国各地的中小学校都纷纷开始了汉语课程，有很多泰国人选择汉语作为第二外语。

有关商业汉语在曼谷唐人街的状况，为了适应中国游客来泰国旅游和购物的需要，一些商家开始使用一些汉语，以方便中国游客的购物，耀华力曼谷唐人街的商业汉语的状况可说明如下：

耀华力路唐人街的商业汉语应用的状况，这里的经营者几乎全是华人，华侨，因为这里的大部分华人、华裔都是从潮州来的，所以，潮州话在这里比较通行，此外是其它的中国方言，用普通话的很少。这里有许多中年或老年的妇人，这些留守在这里的人也没几个能说中国话了，大部分连听都听不懂，交流已变得十分的困难。但是有些商家能讲几句简单的英语和汉语普通话。因为他们都需要提供良好的服务以及提高来游客中国游客的满意度。在中文标识牌的方面，这里的两

^[1] 王美琳：泰国唐人街商业汉语的应用 [D]. 泰国华侨崇圣大学, 硕士论文 2015



边的路上，许多商店招牌都有两种语言：泰文和中文，但大部分的中文都是繁体字。当走进商店里面，不是每个家店有中文的，只有一些商店有中文商品名称价格标。

二、商业汉语在辉煌区唐人街的状况

这里的商店主都是泰国人或者泰籍华人。从研究者在那边采访一些经营者就知道，以前这里只有泰国经营者，中国经营者不太多，直到 2013 年，有一些中国人开始在这里生活，逐渐将 Pracharat Bamphen 路变成了中国海外的聚集地，目前这条路两边开设了很多商店，酒店和餐饮店。迎合对中国游客。在辉煌唐人街有许多中国经营者，所以中文是很多见，这里的商店人员，如果不是泰国人都会使用汉语，不管听、说、读、写 是很流利，只有一些口语的口音是不太标准，因为他们是从广西和云南来的。但如果是泰国商店人员，他们的汉语水平是一般，会说简单的句子。在中文标识牌的方面，这里的两旁的路上，许多商店招牌都有三种语言：泰文、英文和中文，中文标识牌也是简体字。因为这里中国游客较多，很多商品名称价格都标有三种语言：英文、泰文和中文。

辉煌区唐人街与耀华力路唐人街商业汉语应用调查分析

一、商户使用汉语情况的问卷调查

在这次研究中，研究者将曼谷唐人街 40 家店的商户人员做为对象。分发给辉煌唐人街 20 份，在耀华力唐人街 20 份。问卷调查内容分为 3 个部分，包括商户人员的基本情况、商户人员的汉语水平 以及 商户人员对辉煌唐人街与耀华力路唐人街的想法和认知。按照问卷调查的 3 个部分，如下的内容是 40 份问卷调查的结果。

（一）商户人员基本资料的对比分析

本文在辉煌区唐人街的问卷共发放 20 份，男性 6 人，女性 14 人。调查问卷数据显示：被调查的商店人员是中国人 6 人，泰国人 14 人。在他们的学历学位方面，有 5 人获得中学学位（25%），有 3 人获得专科学位（15%），有 12 人获得本科学位（60%）。

在耀华力路唐人街的方面，问卷也共发放 20 份，男性 8 人，女性 12 人。调查问卷数据显示：被调查的商店人员是中国人 4 人，泰国人 16 人。在学历学位的方面，有 2 人获得小学学位（10%），有 12 人获得中学学位（60%），有 6 人获得专科学位（30%），这里被调查的商店人员没有人获得本科学位。

从以上两个地方的曼谷唐人街的问卷调查可知，耀华力商店人员的年龄比辉煌商店人员的年龄大，在辉煌唐人街的商店人员没有人超过 50 岁以上，大部分都是年轻人来这里工作或开业，所有工作的经验比耀华力的商店人员太少。在他们的学历学位方面，辉煌唐人街的商店人员都是



获得本科学位，但耀华力唐人街的商店人员都是只有中学学历，因此，对于不同样的学历。工作经验，造成两个地的店员在服务水平和质量上很大的不同。

(二) 有关商店人员的使用语言

表 1 辉煌区唐人街与耀华力唐人街的商户人员的使用语言

个人基本情况	辉煌区		耀华力路	
	数量	百分比	数量	百分比
能说以下哪个几种汉语				
广东话	0	0.0	8	40.0
潮州话	2	10.0	8	40.0
海南话	4	20.0	0	0.0
汉语普通话	14	70.0	4	20.0
总和	20	100.0	20	100.0
在平时的工作和生活中，是否经常使用汉语				
经常使用（每天，在生活与工作之中都使用）	14	70.0	12	60.0
偶尔	3	15.0	4	20.0
很少使用	3	15.0	4	20.0
不使用	0	0.0	0	0.0
总和	20	100.0	20	100.0

从表 1 显示，最多的汉语在辉煌的商店人员可用是汉语普通话，有 14 人（70%），有 4 人可用海南话（20%），有 2 人可用潮州话（10%），但是在耀华力使用汉语普通话只有 4 人（20%），用广东话及潮州话平等 8 人（40%）。平时的工作和生活中经常使用汉语的方面，在辉煌唐人街有 14 人是经常使用汉语（70%），偶尔使用汉语有 3 人（15%），很少使用汉语有 3 人（15%）。在耀华力唐人街有 12 人是经常使用汉语（60%），偶尔使用汉语有 4 人（20%），很少使用汉语有 4 人（20%）。虽然这两个地方的曼谷唐人街有不同位置设置，商店人员也来自不同的地方，但平时的工作和生活中，还是每天经常使用汉语的，所以汉语是重要的语言之一。此外，从质料我们也可以知道，耀华力的商店人员可能是从中国南方来的，如果是泰国华裔，他们的祖先也可能是中国南人，以为有很多人可使用广东话和潮州话。

(三) 商店主要接待的外国顾客

表 2 辉煌区唐人街与耀华力唐人街的主要外国顾客

个人基本情况	辉煌区		耀华力路	
	数量	百分比	数量	百分比
泰国人	0	0.0	3	15.0
中国人	14	70.0	10	50.0
英语世界人	6	30.0	0	0.0
东南亚其他国家人	0	0.0	7	35.0
总和	20	100.0	20	100.0



从表 2 显示, 在辉煌唐人街 有 14 家店 顾客主要的国家人是中国人 (70%), 有 6 家店 顾客主要的国家人是英语世界人 (30%)。有 10 家店 有中国人占总顾客比例大于 50%, 有 10 家店 有中国人占总顾客比例大于 75%。在耀华力唐人街 有 12 家店 顾客主要的国家人是中国人 (60%), 有 5 家店 顾客主要的国家人是东南亚其他国家 (25%), 有 3 家店 顾客主要的国家人是泰国人 (15%)。有 8 家店 有中国人占总顾客比例大于 50%, 有 4 家店 有中国人占总顾客比例大于 75%。

以上资料显示, 在辉煌的顾客主要大部分是真正中国人, 只有一些是英语国家, 泰国人和东南亚其他国家不是这里的顾客主要的。在耀华力唐人街的方面, 这里的顾客主要也是真正中国人, 第二是东南亚其他的国家, 第三是泰国人。这些资料让我们知道, 耀华力唐人街混合了很多不同的旅游者类型以及不同的国际文化, 因此, 这里的国际文化可能比辉煌唐人街繁荣。但即便如此, 两个地方的中国顾客也是对家店全部顾客有很大量, 它有中国人占总顾客比例大于 50%。

(四) 有关商店使用的汉语的情况

表 3. 辉煌区唐人街与耀华力唐人街的商户人员使用汉语的情况

个人基本情况	辉煌区		耀华力路	
	数量	百分比	数量	百分比
广东话	0	0.0	6	30.0
潮州话	0	0.0	4	20.0
海南话	1	5.0	0	0.0
汉语普通话	19	95.0	10	50.0
总和	20	100.0	20	100.0
商店里面的员工能够说几种汉语				
广东话	0	0.0	8	40.0
潮州话	0	0.0	4	20.0
海南话	2	10.0	0	0.0
汉语普通话	18	90.0	8	40.0
总和	20	100.0	20	100.0

表 3. 显示, 在辉煌唐人街, 当商店人员面对中国顾客时, 感觉哪个汉语是最多用处, 有 19 家店选择汉语普通话 (95%), 只有 1 家店选择海南话 (5%)。在耀华力唐人街, 当商店人员面对中国顾客时, 感觉哪个汉语是最多用处, 有 10 家店 选汉语普通话 (50%), 有 6 家店选广东话 (30%), 有 4 家店 选潮州话 (20%)。

在广告及文字的方面, 辉煌唐人街有 19 家店 使用了汉语作为广告语与介绍文字 (95%), 有 1 家店 没有使用了汉语作为广告语与介绍文字 (5%)。耀华力唐人街有 14 家店 使用了汉语作为广告语与介绍文字 (70%), 有 6 家店 没有使用了汉语作为广告语与介绍文字 (30%)。

商店里的员工能够说几种语言, 辉煌唐人街有 18 家店 选汉语普通话 (90%), 有 2 家店 选海南话 (10%), 在耀华力的方面, 有 8 家店 选广东话 (40%), 有 4 家店 选潮州话 (20%), 有 8 家店 选汉语普通话 (40%)。



从调查中可知, 辉煌唐人街的商店使用商业汉语比耀华力唐人街商店多, 特别是使用汉语普通话, 那边的辉煌唐人街的商店员工能够说汉语普通话比较流利, 而且这里的标牌店、菜单饭馆和价格都用了汉字比耀华力唐人街多。此外, 从调查可知, 耀华力唐人街是一个地方存在了很多语言文化, 这里有了广东话、潮州话和普通话, 各种各样的语言是这种这里的魅力之一。

二、商户人员的商业汉语水平的对比分析

在辉煌唐人街分发 20 份, 有泰国人 14 份, 在耀华力唐人街 20 份有泰国人 16 份, 调查结果如下。

(一) 有关商户人员的学习汉语情况

在辉煌唐人街 从 14 人的泰国商店人员, 有 8 人学过汉语 (57.14%), 没学过汉语 有 6 人 (42.86%), 学习汉语了两年以下有 5 人 (62.50%), 学习汉语了四年 有 1 人 (12.50%), 学习汉语了五年以上 有 2 人 (25%)。学习汉语的原因是喜欢 有 1 人 (12.50%), 为了工作原因 有 5 人 (62.50%), 因为是华人家庭 有 1 人 (12.50%), 其它的原因有 1 人 (12.50%)。

在耀华力唐人街, 笔者发现一个较大的问题, 那就是这些耀华力的商店人员学习汉语太少, 从 16 人的泰国商店人员, 学过汉语只有 2 个人 (12.50%), 没学过汉语 有 14 人 (87.50%), 汉语学习时间也太短, 大部分学习汉语在 “两年以下” (100%), 他们学习汉语的原因是因为他们的家庭是华人, 从小父母都要求学习汉语。从以上资料可知, 辉煌商店人员的汉语能力比耀华力商店人员的汉语能力好, 学习过了汉语比较多, 从 8 人学过汉语, 有 3 人学习汉语过了四年以上 (37.5%), 但是在耀华力唐人街的方面, 只有 2 个人学过汉语, 汉语学习的时间也太短, 只是两年以下。

(二) 有关商户人员的商业汉语水平

在辉煌唐人街的商店人员, 能听 会说, 但是不会读写 有 10 人 (71.42%), 能读写, 但能听说一些简单的汉语 有 2 人 (14.29%), 听、说、读、写都可以有 2 人 (14.29%)。如果需要进步提高汉语水平, 想提高 听与说的方面有 11 人 (78.57%), 想提高 读与写的方面有 3 人 (21.43%), 没有人想提高汉语的思维习惯与中国文化。

在耀华力唐人街的商店人员, 能听 会说, 但是不会读写 有 14 人 (87.50%), 能读写, 但能听说一些简单的汉语 有 2 人 (12.50%), 没有人能 所有的听、说、读、写 (0%)。 如果需要进步提高汉语水平, 想提高 听与说的方面有 13 人 (81.25%), 想提高 读与写的方面有 3 人 (18.75%), 没有人想提高汉语的思维习惯与中国文化。辉煌商店人员的汉语能力比耀华力商店人员能力好, 辉煌唐人街有 2 人所有的汉语方面都可以, 但耀华力唐人街, 没有人会所有的汉语方面。此外, 从调查可知, 在工作之中, 听与说的汉语方面是商店人员觉得最重要和想进步提高, 两个地方的商店人员都觉得听与说的方面是很重要的。

(三) 有关商店的汉语培训的课程

在辉煌唐人街的商店，有 4 家店 是重视汉语普通话的学习将有汉语的培训课程（28.57%），有 10 家店 不太重视汉语普通话的学习，所以没有给员工汉语的培训课程（71.43%）。从 4 家店有汉语培训课程，有 2 家店 是一周有一课程（50%），有 2 家店是二周再有一课程（50%）。

在耀华力唐人街的商店，有 2 家店 是重视汉语普通话的学习将有汉语的培训课程（12.50%），在汉语培训课是一周有一课。有 14 家店 不太重视汉语普通话的学习，所以没有给员工汉语的培训课程（87.50%）。两个地方的曼谷唐人街有不同的重视汉语的使用方向，辉煌唐人街比耀华力唐人街重视汉语，商店需要进步商店人员的汉语水平。但是，在耀华力唐人街，有不多的商店以为汉语是很重要的，这也不难理解，为什么辉煌唐人街的商店人员的汉语水平比耀华力的商店人员的汉语水平太好。

(四) 有关商店人员的使用汉语情况的想法

针对“您觉得商店的使用汉语情况是一个重要的因素对中国顾客选来唐人街旅行吗？”的问题，在辉煌方，有 65% 觉得商店的使用汉语情况是一个重要的因素，有 35% 觉得不是重要的因素，中国游客选来旅行的因素和使用汉语情况不是有关。在耀华力方面，有 100% 觉得商店的使用汉语情况是一个重要的因素。以上的资料表明，这两个地方觉得使用汉语情况是一个重要的因素对中国顾客选来旅行，这也就不难理解，为什么现在企业家都想进步提高他们的员工汉语水平，显然来自，所有商店们都开始招聘可以说中文的员工或者给员工做汉语培训。

三、对中国游客的汉语应用的问卷调查

本文分发了 100 份；在辉煌唐人街 50 份，在耀华力唐人街 50 份。调查表设计两个部分，第一部分是中国游客的基本资料；第二部分是有关辉煌区唐人街与耀华力路唐人街的中国游客知识的资料。在辉煌区唐人街的问卷共发放 50 份，男性 5 人，女性 45 人。调查问卷数据显示：被调查的中国游客大部分都是从中国大陆来的，占总人数 94%，只有 3 人，占 6% 是从香港来的。他们的年龄，最多是在 20-29 岁，有 28 人，占 56%，在 30-39 岁，有 12 人，占 24%。

在耀华力路唐人街的方面，问卷也共发放 50 份，男性 27 人，女性 23 人。调查问卷数据显示：被调查的中国游客大部分也是从中国大陆来的，有 28 人，占 56%，但这里的游客还有其它国家的游客，从马来西亚来有 10 个人，占 20%，从新加坡来有 9 个人，占 18%。他们的年龄，最多也是在 20-29 岁，有 27 人，占 54%，在 30-39 岁，有 12 人，占 24%，在 40-49 岁，只有 9 人，占 18%。

从以上的两个地方的曼谷唐人街的问卷调查可知，耀华力路唐人街对外国游客比较有趣，这里的外国游客不是从中国的国家来的，东南亚其他国家人也喜欢来这里旅游，但在辉煌区唐人街的外国游客只有中国大陆喜欢来的。即便如此，两个地方的曼谷唐人街也有另外相同 那就是“游



客的年龄”，大部分的游客来曼谷唐人街旅行都是在 20-29 岁之间。因为，这年龄段是好奇年龄以及他们刚开始参加工作，有收入可出国旅游，特别是在生活成本不高的东南亚国家 比如 泰国。

表 4 中国游客的基本情况（平常用的语言）

个人基本情况	辉煌区		耀华力路	
	数量	百分比	数量	百分比
5. 您平时经常用的语言是				
汉语普通话	44	88.0	22	44.0
潮州话	1	2.0	6	12.0
广东话	3	6.0	10	20.0
福建话	2	4.0	1	2.0
其它	0	0	11	22.0
总和	50	100.0	50	100.0

从问卷调查中知道，在辉煌区唐人街的中国游客，平常用的语言是汉语普通话，有 44 人 占 88%，另外，用其它的语言以下的，用潮州话有 1 人，占 2%，用广东话 3 人，占 6%，用福建话 2 人，占 4%。在耀华力路唐人街的中国游客，有 22 人 占 44%，平常是用汉语普通话交流，用潮州话有 6 人，占 12%，用广东话 10 人，占 20%，用福建话 1 人，仅占 2%。用其它的语言 比如 客家话，有 11 人，占总人数 22%。资料显示，汉语普通话是重要的语言，虽然游客的地区是不同，但他们的平常用的语言还是“汉语普通话”。所以，如果当地企业家需要对中国游客提出了好服务必要重视汉语普通话的语言。

在辉煌唐人街的问卷调查显示，中国游客在曼谷旅行中用汉语交流有 5 人，占 10%，用英语交流有 27 人，占 54%，用泰语交流有 18 人，占 36%。他们的泰国水平是在一般的，讲泰语流利有 2 人，占 4%，讲泰语一般有 20 人，占 40%，会讲几个单词和短语有 20 人，占 40%，一点也不讲泰语有 8 人，占 16%。当中国游客在曼谷旅行中，担心遇到交流的困难有 30 人，占 60%，不担心遇到交流的困难有 20 人，占 40%。最担心的交流困难的问题是“请求紧急援助”的问题，有人选这个问题达到 34 人，占总人数 68%。选“问路”的问题，有 10 人，占总人数 20%。选“打车”的问题，有 6 人，占总人数 12%。“买东西”和“住酒店”的问题没有人选。

根据耀华力路唐人街的问卷调查，中国游客在曼谷旅行中用汉语交流有 15 人，占 30%，用英语交流有 34 人，占 68%，用泰语交流有 1 人，占 2%。他们的泰国水平是在会讲几个单词和短语，讲泰语流利有 1 人，占 2%，会讲几个单词和短语有 32 人，占 64%，一点也不讲泰语有 17 人，占 34%。在辉煌唐人街的中国游客的泰语水平比较好，有中国人会讲泰语比较多，因为这里的中国人留在泰国的多长时间比耀华力路长，辉煌区有了很多泰国交换留学生，但是在耀华力路唐人街的中国游客是真实的游客，所以他们在曼谷旅行中就常用英语跟泰国人交流。

当中国游客在曼谷旅行中，担心遇到交流的困难有 27 人，占 54%，不担心遇到交流的困难有 23 人，占 46%。最担心的交流困难问题是“请求紧急援助”的问题，有人选这个问题达到 22 人，占总人数 44%。选“问路”的问题，有 17 人，占总人数 34%。选“打车”的问题，有 11 人，占总人数 22%。“买东西”和“住酒店”的问题也没有人选。

从以上的两个地方资料可知，无论在哪个地方的曼谷唐人街，中国游客最担心的交流困难问题就是“请求紧急援助”的问题。因为，大部分的泰国人不是懂汉语，他们只是用几个简单词和短语跟中国游客交流和卖东西，此外，中国游客的泰语和英语也不是流利，所以，当碰到紧急情况可能发生困难问题。商家不能与中国游客进行沟通。由于唐人街的许多商家不能说中文，与中国游客交流时只会使用几个英语单词或中文单词，双方很难进行沟通。往往在中国游客买卖东西时，双方不是用手势，就要用计算器或和照片来表达。显然，唐人街不少商家的汉语服务很差，在接待中国游客时造成了不少困扰。

曼谷唐人街使用汉语的存在问题

从对曼谷唐人街的问卷调查中我们可以看到，两个地方曼谷唐人街的汉语使用情况方面还存在着不少问题。这些问题如下：

一、耀华力唐人街

从对耀华力的商户人员的问卷调查可知，这里的商店人员的汉语水平总体上很差，还不到良好的服务水平，有很多商店人员不会用汉语，如果会用的话，就是只使用几个简单词和短语。当面对中国顾客，商店人员就先把英语或者用手势和照片来跟中国顾客交流。此外，从问卷调查中可知，这里的商店人员达到 87.50% 没有学过汉语，以工作与跟中国顾客交流了才知道汉语简单词和短语。

有些商店人员学过汉语，但是汉语学习的时间太短，只是两年以下，并且商店或者公司也没给员工汉语培训，因为耀华力唐人街的企业家不太重视汉语的重要性，他们以为这里主要顾客大部分都是东南亚其他国家人，所以跟外国顾客使用英语就够了，中文不是重要。但事实并非如此，中国顾客的英语也不太好，在交易时，商店人员跟中国顾客只用英语可能碰到沟通难题。很少有商店人员能用中文介绍商品的基本情况给中国游客，有些商店员工不能使用中文和中国游客交谈。除了商店人员的汉语水平较低外，在这里路上的中文路标也是不足够，这里的路标都有两种语言，泰文和英文 没有中文，此外，在产品销售的中文说明和广告上也做得不够。

这里招牌和广告文字都是繁体字，根本不是大问题，但是使用繁体字可能会让一些不懂中文繁体字的顾客困惑，应该用了标准的简体字。关于中文口语，因为这里的经营者几乎是华人，华裔从潮州来的，所以潮州话在这里是比较通行。有很多人会说潮州话，但不会用中文普通话，特别是华人、华裔老年人 40 岁以上。因此，使用汉语普通话在这里是很难的。

二、辉煌唐人街

随着汉语带来的巨大的商机，汉语人才的重要性是不言而喻。越来越多的唐人街上的各个行业都是在需要高水平的汉语人才。通过对辉煌唐人街商户的使用汉语情况的调查分析，我们可以看到在辉煌唐人街各个商店汉语人才得管理和使用上存在着一些问题如下：



这里的中国商店人员的汉语水平总体上是很好，只有一些的口音问题，因为这里的经营者都是从中国广西和云南来泰国开业的，所以辉煌唐人街就有了很多各种各样的汉语。根本在工作或者对顾客服务中他们使用了汉语普通话，但他们的口语不太标准，有时候就说了家乡话出来，会让顾客听不清楚，以导致沟通方面的问题。

如果是泰国经营者，有 42.86 % 的被调查的泰国人 学过了汉语，跟耀华力唐人街相比，这里的汉语人才还是比耀华力好。然而，这里的中文技能还不是很好，因为泰国商店人员的汉语学习的时间不太长，达到 62.5% 的人学不到两年以上，所以他们的中文技能不是高级，还在中级汉语水平。

另一个大语言的问题就是这里不太重视汉语普通话的学习，虽然企业家想进步提供员工的汉语水平，却达到 71.43% 的店家也没有给泰国员工的汉语培训课程。这也不难理解，为什么这里的泰国商店人员的汉语水平也没有进步，他们在听说技能方面还可以，但在读写能力比较差，这也影响了他们与中国游客的沟通和产品的销售。

问题的解决和改进的措施

为了促进泰国经济发展并提高曼谷唐人街来旅游的中国游客的满意度。从以上两个地方的使用汉语存在问题看来，在解决唐人街汉语人才的问题，首先要对提供汉语服务与掌握商机的关系有一个正确的认识。在招聘、培训汉语人才方面需要有具体的体制，把培训汉语人才作为一个战略措施，企业家不是等到要用汉语人才了才想有培训汉语人才。针对出现的问题，两个地方曼谷唐人街都发生类似问题。以下几个方面是来解决它们的汉语服务不足和管理方面的问题。

一、加强汉语服务人员的培训

耀华力唐人街调查表明，商店人员的汉语水平总体上很差，还不到良好的服务水平，有很多商店人员不会用汉语，如果会用的话，就可以使用几个简单词和短语。为了解决这个问题，就需要加强这里的汉语技能的培训，特别是汉语普通话以及汉语口音，以提高耀华力唐人街商店人员的汉语技能的水平和增加相关的商店人员。

辉煌唐人街调查表明，有了很多各种各样的汉语以及口语不太标准，商店人员经常说家乡话，让顾客听不清楚。为了解决这个问题，就需要加强这里的汉语普通话技能的培训，在泰国商店人员部分，也需要给他们汉语技能的培训。

为客户提供优质服务，除了汉语人才方面的培训外，商店也要重视对商店人员有关中国传统文化方面的了解。因为商店人员遇到了中国顾客的时候，不仅可以使中文和他们交流，而且还可以运用营销策略，推销技巧和广告手段提供良好的销售服务。

二、提供中文服务和一些设施的中文标示牌

耀华力唐人街调查表明, 这里的产品销售的中文说明和广告上也做得不够, 特别是耀华力唐人街, 商店的产品标签和价格标签很少用中文。又不多又不清楚的, 在招牌或者广告文字的方面, 如果有中文这里就使用繁体字。根本不是大问题, 但是使用繁体字可能会让一些中国顾客困惑, 应该用了标准的简体字。为了解决这个问题, 商店里的招牌或者广告文字应该标三种语言: 泰文、英文和中文。

在辉煌唐人街, 虽然产品标签或价格标签的使用汉语没有问题, 但是这里的路标有问题的, 这里没有中文路标。为了解决这个问题, 应该加强中文路标。虽然有些店主能讲几句简单的英语和汉语, 但是在基本设施上还需要提供一些中文服务。

结论

本论文研究分析的是商业汉语在两个地区的曼谷唐人街的使用情况, 通过分析耀华力唐人街与辉煌唐人街的使用汉语比较研究, 还提出几个方面进行改进。论文采用文献资料分析和实地调查方式, 调查对象分为两部分: 第一部分是到曼谷唐人街旅游的中国游客, 另一部分是曼谷唐人街的商户。在调查过程中也分问卷如下: 耀华力的游客 50 个人、辉煌区的游客 50 个人、耀华力路的企业家 20 家店、辉煌路的企业家 20 家店。

从调查结果显示, 在耀华力路被调查的中国游客大部分不认识辉煌唐人街, 他们不知道曼谷还有另一个地区的唐人街, 由于那边的辉煌唐人街广告很少, 游客认识辉煌唐人街是从中国游客口口相传, 或者从在泰国生活的中国留学生及工作人员。另外, 在辉煌唐人街被调查的中国游客没有人不认识耀华力唐人街。对于商店的汉语使用情况的方面, 中国游客觉得辉煌唐人街应用汉语比耀华力唐人街多, 然而, 中国游客还不能确定哪个曼谷唐人街的汉语服务人员的语言比较好。

在汉语能力方面, 辉煌商店人员的汉语能力比耀华力商店人员的汉语能力好, 学习过了汉语的人也比较多以及平时工作用汉语普通话也比较多。因为那边耀华力唐人街的经营者几乎是从潮州来的华人、华裔, 所以潮州话在耀华力比较通行, 在耀华力有很多商店人员会说潮州话, 但不会说普通话, 还有这里的招牌和广告文字都是繁体字, 根本不是大问题, 但是使用繁体字可能会让一些不懂中文繁体字的顾客困惑。此外, 辉煌唐人街比耀华力唐人街重视汉语人才。如果员工能够使用汉语, 商店会给员工提供很好的待遇, 因为这里的辉煌唐人街的主要顾客 70% 都是中国人, 所以哪家商店可使用汉语提供好服务, 就会给商店的销售机会。然而, 耀华力唐人街的主要顾客不仅是中国人, 这里顾客还有东南亚其它人和泰国人, 所以他们以为英语还是比较重要的语言。

最后, 本文通过研究就发现两个地区曼谷唐人街的汉语使用情况还存在着不少问题, 商店人员对自己的汉语使用能力都不能提供良好汉语服务, 汉语人才是比较缺乏的。以上这些问题, 唐人街必须加强服务人员汉语的培训或招聘会中文的服务人员, 培训相关人员对汉语听说读写的能力, 提供商店购物, 特别是在耀华力路唐人街。



参考文献

- 王玉洁. 曼谷旅游夜市汉语服务研究[D]. 泰国华侨崇圣大学 2016
- 王美琳. 泰国唐人街商业汉语的应用[D]. 泰国华侨崇圣大学, 硕士学位论文 2015
- 邓麟凤. 泰国汇商银行商业汉语使用情况分析[D]. 泰国华侨崇圣大学 2016
- 艾成浩. 泰国亚航空空服人员汉语服务情况的调查研究[D]. 泰国华侨崇圣大学 2014
- 百度百科, “唐人街” [online]. (<http://baike.baidu.com>) 2017
- 百度百科, “曼谷唐人街” [online]. (<http://baike.baidu.com>) 2017
- 陈雪心. 唐人街故事研究 [D]. 泰国华侨崇圣大学 2010
- 泰国中华网, “曼谷新唐人街——辉煌街” [online]. <http://thaizhonghua.com/2016/08/31/32290.html>) 2016
- 维基百科网, “辉煌区” [online]. (<https://en.wikipedia.org>) 2017
- Haiqiu Yu. Huai Khwang District — New Chinatown [D]. 云南省社会科学院 2014
- Jutharat Amarittakul. International Tourists’ opinions towards Chinatown at Yaowarat, [D], มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2007
- Sakda Tharanison. Chinese Language Needs of the Entrepreneurs in Chiang Rai Border Economic Development Zone [D]. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, 2004
- Tanatchaporn Boonsathienwong. 东盟经济一体化对泰国汉语人才的需求——以泰国福协公司为例 [D]. 泰国华侨崇圣大学 2014
- กรมการท่องเที่ยว. (2016) สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2559, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.mots.go.th>
- กัลปพฤกษ์ โชคดีมีสุข: The Preparation of Chinese Language to be ready for ASEAN Community [D]. มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ 2015
- ไชน่าทาวน์เยาวราช. (2016) ประวัติถนนเยาวราช Chinatown เมืองไทย ปี 2559, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://www.chinatownyaowarach.com>
- โพสท์ทูเดย์. (2016) ย่านมังกรใหม่ ไชน่าทาวน์ห้วยขวาง ปี 2559, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://www.posttoday.com/local/scoop_bkk/449346
- อรรถภูมิ อองกุลนะ. (2016) นิวไชน่าทาวน์ เมื่อชุมชนไทย...กลายร่าง ปี 2559, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/707366>

	Name and Surname (姓名):
	CHALOTORN DEDSUKSOPHON
	Highest Education (最高学历):
	M. A. (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
	Address (地址):
	166 Phumhirun 2, Taksin 21 Rd., Samre, Thonburi, Bangkok, 10600

	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





学思达教学法在汉语口语教学中的实验研究——以泰国清莱府美赛光明华侨公立学校为例

A STUDY OF XUESIDA TEACHING METHOD IN CHINESE SPEAKING COURSE: A CASE STUDY OF GUANGMING OVERSEAS PUBLIC SCHOOL, CHIANG RAI

姜子芳

JIANG ZIFANG

Chiang Rai Rajabhat University, Thailand

E-mail: jzfl130@gmail.com

番秀英

SAHATTAYA SITTIVISED

Chiangrai Rajabhat University

E-mail: mamfanxiuying@gmail.com

当湘茗

WANWIRAT TUNGKAWET

Chiangrai Rajabhat University

E-mail: dangxiangming@hotmail.com

Received: 3 September 2019 / Revised: 18 December 2019 / Accepted: 20 December 2019

摘要

本文主要通过设计学思达教学法，并将其运用于泰国美赛光明华侨公立学校小学六年级学生的汉语口语课教学中，通过教学试验，对比前后测成绩，实验表明学生的自学能力、阅读思考能力、口语表达能力后测成绩均高于前测成绩，尤其是口语表达能力。通过学生对学思达教学法满意度的问卷调查数据显示，学生对学思达教学法感到满意。所以学思达教学法是一种很好的教学方法，它能有效地提高泰国学生学习汉语的效率，特别是提高学生汉语口语表达能力方面效果明显。

关键词：学思达 教学法 汉语口语教学 泰国学生



ABSTRACT

This paper mainly designs and learns the teaching method and applies it to the Chinese oral teaching of the sixth grade students of the Guanghua Overseas Chinese Public School in Thailand. Through teaching experiments, comparing the results before and after, the experiment shows the students' self-learning ability and reading. After thinking ability and oral expression ability, the test scores are higher than the previous test scores, especially the oral expression ability. According to the questionnaire survey data of students' satisfaction with Xue Sida teaching methods, students are satisfied with Xue Sida teaching method. Therefore, Xue Sida teaching method is a good teaching method, which can effectively improve the efficiency of Thai students learning Chinese, especially in improving students' oral English expression ability.

Key words: Xue Sida, teaching method, Chinese oral teaching, Thai students

一、引言

(一) 选题缘由

近些年来,中国经济飞速崛起,特别是提出与推进了“一带一路”的战略构想,泰国作为沿线重要国家和东盟的经济枢纽也积极的响应并支持这一倡议。随着两国经济合作的日趋频繁,越来越多的泰国人开始学习汉语,汉语俨然已成为仅次于英语的第二大外语。面对日新月异的世界,被动的填鸭式教育已完全不能适应 21 世纪的学生。这一时期学生的学习特点是:

- 对于直观、具体形象的学习材料较感兴趣。
- 喜欢多变、全方位冲击的事物。
- 注意的持久性较差,一般为 15—20 分钟。
- 比起孤独的自己一个人学,更喜欢团队学习模式。
- 社交和各种网络设备并不受时间和空间的限制
- 能够快速获得知识
- 容易适应

为了适应 21 世纪的教学课堂,真正培养 21 世纪的自主学习型人才,笔者引进了学思达教学法。学思达指自学—思考—表达。自学是指学生的自学能力;思考是指学生的辩证思考能力;表达是指学生的表达能力。这种教学法由台湾中山女子高级中学的张辉诚博士于 2013 年 9 月首先提出,并在台湾语文学科进行了教学实践,充分调动了学生的学习热情和学习自主性,更加锻炼了学生的开口表达能力,在台湾呈现出明显的学习成效。马来西亚教师蓝志东也表示,采用学思达教学收到良好的成效,并激发出他无比的热情。新加坡教师田园,将学思达教学法运用于她的课堂教学也收到良好的成效。“学思达”教学法强调,好奇心和思考是学生学习的最佳动力,通过以问题为导向的



讲义，以小组之间既合作又竞争的方式，把课堂还给学生，让学生成为课堂学习的中心，激发学生学习的动力，引导学生学会解决问题和学会发表看法，提高学生的自主学习、分析思考、阅读表达等能力，是适合 21 世纪课堂的教学法。

笔者所在的泰国清莱美赛光明华侨公立学校，是一所综合性非全日制的汉语补习学校。学校目前采用的教材是中国北京华文学院编写的《汉语》系列教材。此教材对于华人家庭的孩子来说很简单，而对于非华人家庭的孩子来说就显得非常难，加之将近 95% 以上的学生学习中文都是被动的，因此，学生的学习效率不高，特别是开口能力较差。笔者在教学中也发现学生在课堂上的学习热情很低，大部分的学生都是等着老师给答案，学习很被动，课堂死气沉沉，老师不点名回答绝不主动开口，懂也不说，不懂也不说。学思达强调把课堂还给学生，让学生成为课堂学习的中心，激发学生学习的动力，引导学生学会解决问题和学会发表看法，提高学生的自主学习、分析思考、阅读表达等能力，正好可以弥补传统教学的不足，给课堂教学注入新活力。

经过分析，笔者认为学思达是比较适合笔者学生学习汉语的教学法，希望通过实验学思达教学法，让学生掌握自主学习的能力，开心地学好汉语，更是为学生培养一种学习技能。

（二）研究目标

- 比较清莱美赛光明华侨公立学校小学六年级学生使用学思达教学法的前后成绩。
- 调查清莱美赛光明华侨公立学校小学六年级学生对学思达教学法的满意程度。

（三）研究假设

- 清莱美赛光明华侨公立学校小学六年级学生的后测成绩比前测成绩高。
- 清莱美赛光明华侨公立学校小学六年级学生很满意学思达教学法。

（四）研究价值

- 学思达教学法提高了学生学习汉语的主动性。
- 学思达教学法增强了学生的学习效率。
- 学思达教学法培养了学生的合作学习能力和敢于在老师同学面前大声讲汉语的胆量。

（五）关键词语

- 学思达教学法：指自学—思考—表达。自学是指学生的自学能力；思考是指学生的辩证思考能力；表达是指学生的表达能力。
- 泰国汉语教学：泰国清莱美赛光明华侨公立学校小学六年级甲班 20 名学生口语课程。
- 泰国学生：清莱美赛光明华侨公立学校小学六年级甲班 20 名学生。

二、研究综述

(一) 学思达概述

张辉诚博士在《学思达翻转教学法——我的十五年教学生涯后的全新改革》一文中指出，学思达就是自学—思考—表达，即关注学生的自学能力、辩证思考能力以及表达能力的培养。“学思达”教学法以学生为学习中心，强调好奇心和思考是学生学习的最佳动力，通过以问题为导向的讲义，透过小组之间“既合作又竞争”的新学习模式，把课堂还给学生，让学生成为课堂学习的中心，学生站上讲台，老师转换成主持人、引导者，让学习权完全交还给学生，激发学生学习的动力，引导学生学会解决问题和学会发表看法，提高学生的自主学习、分析思考、阅读表达等能力。笔者将其简单概括为，学：是放手让学生阅读课本找答案，进行自“学”；思：是进行分组讨论，提供学生“思”考、讨论、合作的机会；达：是学生走上讲台，大胆表“达”出自己问题的见解。这种教学法由台湾台北中山女子高级中学的张辉诚博士于 2013 年 9 月首先提出，其优点就是：可以培养学生高速的自学能力，有效的训练学生的多元能力，更大程度的提高学生的学习效益。

(二) 学思达理论基础

1. 建构主义理论

1989 年，奥纳夫（Nicholas Onuf）首先提出了“建构主义”（constructivism）这一概念。当代建构主义者主张，世界是客观存在的，但是对于世界的理解和赋予意义却是由每个人自己决定的。我们是以自己的经验为基础来建构现实，或者至少说是在解释现实，每个人的经验世界是用我们自己的头脑创建的，由于我们的经验以及对经验的信念不同，于是我们对外部世界的理解便也迥异。所以，学习不是由教师把知识简单地传递给学生，而是由学生自己建构知识的过程。学生不是简单地被动地接收信息，而是主动地建构知识的意义，这种建构是无法由他人来代替的。

2. 视听教育理论

视听教育（Audio-Visual Education）最早出现于美国。核心是 1946 年美国视听教育家爱德加·戴尔（Edgar Dale）所著的《教学中的视听方法》，该书将人们获得经验分三大类：做的经验、观察的经验和抽象的经验，并将各种经验按抽象度分为 10 个层次。在经验之塔中，学习者开始是在实际经验中作为一名参与者，然后是作为一名真实事件的观察者，接着是作为一名间接事物的观察者（提供一些媒体来呈现这些事件），观察到的是真实事物的替代者，最后，学习者观察到的是一个事件的抽象符号。戴尔认为，学生积累了一些具体经验，并能够理解真实事物的抽象表现形式，在这个基础上，才能有效地参加更加抽象的教学活动。



3. 多元智能理论

由美国哈佛大学发展心理学家霍华德·加德纳 (Howard Gardner) 在 1983 年提出。多元智能理论认为：人生来是有多种智能的，是多元的，如语言、逻辑、数学、空间想象、音乐智能等，没有那种智能比别的智能更重要，更优，只能说更超常。由于人的智能不一样，所以学习的认识能力和风格也不一样。主张以“学生为中心”进行教学，就是充分考虑学生的多元智能。

4. “学习金字塔” (Cone of Learning) 理论

美国学者埃德加·戴尔 (Edgar Dale) 1946 年提出了“学习金字塔” (Cone of Learning) 的理论。以语言学习为例，在初次学习两个星期后：阅读能够记住学习内容的 10%；聆听能够记住学习内容的 20%；看图能够记住 30%；看影像，看展览，看演示，现场观摩能够记住 50%；参与讨论，发言能够记住 70%；做报告，给别人讲，亲身体验，动手做能够记住 90%。爱德加·戴尔提出，学习效果在 30% 以下的几种传统方式，都是个人学习或被动学习；而学习效果在 50% 以上的，都是团队学习、主动学习和参与式学习。综上所述，学思达教学法具有以下优点：自学的高速度，多元能力训练，学习高效益，有效学习。

(三) 学思达与传统教学法的区别及其优点

1. 学思达与传统教学法的区别

(1) 教学内容: 学思达的教学内容灵活多变，不孤立，常与其它领域相关联，注重学习内容与实际情况的运用，学习是构建各种可能答案中的一个，难易可自己把握。

(2) 学习方法: 教师是学习的促进者，每次教学完成一个短小的活动。

(3) 课堂氛围: 学生合作学习，课堂上充满学习的喧闹。

(4) 教学评估: 学生知道如何测试彼此的学习效果，并参与测试标准的制定。

学思达是一套完全针对学生学习所设计的教学法，它不仅将传统的以老师单向“教”导授课为主，改为学生自主“学”习，而且其教学观念和技术也一改传统，在翻转课堂的基础上进一步翻转学生的“学习效率”“学习速度”，翻转学生的“高低认知目标”。

2. 学思达教学法的优点

经过笔者对学思达的深入学习研究, 结合邱乐的《台湾地区“学思达”教学法的实践探索》一文的阐述和张辉诚博士的《学思达增能》一文, 总结整理出学思达教学法的以下几个优点: (1) “动静相结合”的课堂节奏。(2) 学习的主动性。(3) 学习的高效性。(4) 培养学生的舞台感。

(四) 学思达的研究现状

从 2013 年 9 月正式提出, 截至 2016 年 9 月, 台湾地区有 66 个随时开放的“学思达”教学法教室, 在各个学科领域都有覆盖, 已经从幼儿园、小学、国中、高中, 一直贯通到大学、研究所。四年来, 全世界超过 6000 位教师、学者来观课。截至 2017 年 7 月, 学思达团队教师在台湾、香港、澳门、马来西亚、新加坡等地做了 912 场演讲和工作坊, 总计影响 42,744 人次, 正被越来越多的学生所接受。学思达由一人独行发展为一个开放分享、串联合作的活跃教师社群, 成为台湾教育创新对外输出的成功案例。有些大学教师、企业培训讲师也开始引入学思达的方法。

马来西亚第一位采用学思达教学法及开放课室的教师蓝志东, 他在《马来西学思达教学法和教师赏识融合初探》一文中指出, 其将学思达教学法结合教师赏识的理念进行教学研究实践, 并发现学思达教学法能激发学生的学习兴趣, 让学生学得高兴, 学习的主动性有明显提升。

新加坡中正总校陈丽仁副校长将学思达教学法应用于新加坡中二年级班的中华文史知识科(这是一门不太受学生重视的课程), 每星期一个小时, 完全用学思达的方式教学。一个学年结束以后, 许多学生都说很期待上文史课。因为共同学习, 他们都学到了新的知识, 而且学习到如何上台说话, 也有同学说他们现在已经不怕上台说话。

但在对外汉语教学这一块, 特别是在泰国, 笔者尚未发现有老师将其运用到课堂教学中来。因此, 根据学思达所具有的这些特点, 为了提高学生学习汉语的热情, 笔者拟将学思达这一教学法应用到美赛光明华侨公立学校小学六年级《说话》课程口语教学实践中。通过对前后两次《说话》课程口试及笔试测验成绩对比, 以及对受测学生进行满意度问卷调查, 来证明该教学方法不仅可以缓解学生课堂的紧张情绪、焦虑感, 还可以提高课堂学习效率, 激发学生学习汉语热情, 活跃课堂气氛, 吸引学生注意力, 培养学生在公共场合的开口能力, 最终达到帮助 21 世纪学生更高效地学习汉语的目的。

(五) 学思达教学法实施流程

根据张辉诚博士在《21 世纪教育研究》中阐述的有关于学思达的教学流程和邱乐的《台湾地区“学思达”教学法的实践探索》一文, 笔者总结出学思达教学法分为两个实施步骤: 教学准备阶段和具体的教学操作过程。现详细说明:

1. 教学准备

教学准备是教师在进行教学之前所做的准备工作，包括教师的素养、教学讲义、给学生分组和学习中的激励机制四方面的准备。

2. 教学流程

学思达教学法的具体操作过程主要按照这六个步骤进行：自学、提问、思考讨论、抽签发表、评分、教师归纳总结。

（六）学生对学思达教学法的满意度

Olive(1989:2)认为，学生满意度是学生对与教育相关的各种结果和经历主观评价的喜好程度。

JameSB.Brown(2005)认为，当一位学生断定他或她的需求已被满足时，满意就会产生。在学生满意的基础上提出学生满意度的概念。学生满意度是学生的一种情绪情感体验。

学生满意度也被理解为学生将期望与需求相比较的结果。在学校学生满意度就是指学生在学习过程中对教学方法的需求和期望关系(戴馥琼, 2010:9)。满意度指数测评主要采用态度量化方法，一般用李克特量表，即分别对五级态度“很满意、满意、一般、不满意、很不满意”赋予“5、4、3、2、1”的值，让被访者打分。

（七）前测与后测

前测（pretest）也叫“试测”，使用某项实验处理或训练计划开始前，对被试实施对象的测试。旨在为后测提供一个比较的基准，从而说明实验处理对某方面心理或行为变化的效应。前后测能了解被试对象是否适合参加某项研究和训练计划，同时也对研究和训练计划的可行性进行检验，也可评价训练计划的效果。

前测：实验前测被试对象的特征（学思达前测学生的成绩）

后测：实验后测被试对象的特征（学思达后测学生的成绩）

三、研究方法

本文的研究方法是实验法，按照学思达教学法的教学步骤进行，围绕教学目标，根据汉语《说话》课程的教学内容，设计一份测量学生汉语口语及书写成绩的试卷，对学生进行成绩测试。实验一个学期以后，再次对学生进行成绩测试，比较前后两次测试的成绩，并运用统计学的方法进行分析。调查学生对学思达教学法的满意度，并运用统计学的方法进行满意度分析。



(一) 研究形式:

表一：单组实验模式

前侧	实验	后侧
01	X	02

01 表示学思达教学法前测成绩 X 表示接受“学思达教学法”实验处理

02 表示学思达教学法后测成绩

(二) 研究范围

笔者选择了美赛光明华侨公立学校小学六年级《说话》课程作为试验课，《说话》课程的教学内容是对《汉语》课程的巩固补充，学生先学完《汉语》课程再来学习《说话》课程，自学起来就会相对容易一些，从而增强学生的自学自信心。本实验试验时间为一个学期，每周 3 个课时。进行时间为 2018 年第一学期（5 月— 9 月）。

(三) 研究对象

本研究对象属于有限总体（finite population），为泰国清莱府美赛光明华侨公立学校小学六年级甲班 20 名学生。

(四) 研究变数

1. **自变量**：学思达教学法在教学中的应用

2. **因变量**：泰国清莱府美赛光明华侨公立学校小学六年级甲班 20 名学生的后测成绩比前测高。

泰国清莱府美赛光明华侨公立学校小学六年级甲班 20 名学生很满意学思达教学法。

(五) 研究工具

1. 学思达教学法的教案：

2. 前后测试卷：

3. 满意度问卷调查：

(六) 研究步骤

学思达教学法的学习活动研究主要是为了提高学生的汉语表达能力、阅读能力、自学能力、合作学习能力和敢于在大众前大声讲话的胆量。本文的研究方法与思路，主要按照以下步骤进行：



1. 分析准备阶段

这一阶段我们要做的准备工作主要包括教师的素养、给学生分组和学习中的激励机制的准备。

2. 设计阶段

主要是设计教案、设计前后测试卷、设计满意度问卷调查表。

学思达教学法《我想去草原》教案设计

设计者: 姜子芳 **所在学校:** 美赛光明华侨公立学校

课程主题: 我想去草原 **教学对象:** 美赛光明华侨公立学校小学六年级学生

课时: 3 课时 **所用教材:** 《口语》第 11 册

教学目标: 1. 学习“不过”的用法。2. 学习“比……还……”句式。

3. 学习用比喻的修辞描绘风景。4. 学会用汉语进行以风景为主题的简单对话。

教学难点: 1. 习用比喻的修辞描绘风景。 2. 学会用汉语进行以风景为主题的简单对话。

教具: 多媒体、图片

教学步骤: 1. 课程导入 (1 课时) 2. 学习课文 (1 课时) 3. 完成练习 (1 课时)

表二: 学思达教案设计

	学	思	达
课程导入 一课时	1. 观看视频: 呼伦贝尔大草原; 内蒙古民歌《草原上升起不落的太阳》 2. 补充材料(一)《美丽的大草原》、补充材料(二)视频 2 歌词	1. 根据第一个视频图像及阅读资料来说一说内蒙古大草原上的哪些景象让你难忘?(此处重点考查学生的观察、阅读总结能力) 2. 听歌曲后说一说歌词里都描写了内蒙古草原的哪些景色?(此处考察学生的记忆力)	1. 学生走上讲台把自己对问题的理解讲给大家听。 2. 老师就学生的回答进行补充。
学习课文 一课时	1. 补充材料(三)课文生词解释。 2. 学习课文。 3. 补充材料(四)比喻的修辞方法 4. 补充材料(五)描写大草原的句子	1. 分别用“不过”, “比……还……”造句。(此处考察学生对句型的掌握程度) 2. 模仿课文对话, 以“美丽的大草原”为题, 两个同学一组展开对话, 至少用到两个比喻句。(此处考察学生通过自学后对比喻句的掌握程度和汉语综合水平)	1. 学生走上讲台把自己对问题的理解讲给大家听。 2. 老师就学生的回答进行补充。



课后练习一课时	补充材料(六) 《敕勒歌》解释	完成课文后面的练习	1. 学生走上讲台把自己对问题的理解讲给大家听。 2. 老师就学生的回答进行补充。
---------	-----------------	-----------	--

3. 实验阶段

- 用设计好的前测试卷对学生进行前测，并登记分数。
- 用“学思达”进行课堂教学
- 对学生进行后测，“学思达”教学进行五个月以后，本册《说话》教学内容结束，用设计好的后测试卷对学生测试，登记分数。
- 把满意度测评表分发给学生，调查学生对“学思达”的满意情况，收回测评表，并统计数据。

4. 分析阶段

- 对比前后测成绩。
- 分析学生对学思达教学法的满意度，找出平均数和标准差。
- 使用平均数分析“学思达”教学法的可靠性。

5. 总结阶段

- 实验对象为美赛光明华侨公学六年级甲班 20 名学生，具备较好的汉语基础。
- 实验者为汉语教学专业教师，拥有 7 年的汉语教学经验，汉语知识丰富。
- 教学设计从学生实际出发，结合《说话》课本内容，3 个课时的学习，保证实验的准确性和可持续性。
- 实验为期 5 个月，安排合理，保证实验结果的真实性和有效性。

四、实验结果与分析

经过 5 个月的学思达教学法在光明华侨公立学校小学六年级甲班 20 名学生《口语》课堂的实际运用，为了检验教学效果，我们采用成绩测试分析、满意度调查问卷分析的方式来反馈实施效果，下面具体阐述分析过程。



(一) 清莱美赛光明华侨公立学校小学六年级甲班 20 名学生使用学思达教学法的前后成绩分析

为了了解学生在学思达前后自主学习汉语、分析思考问题、阅读表达等方面的能力是否有提高,笔者采用对学生学思达前后测的成绩对比方法来检验。测试主要是从口试和笔试两方面进行,口试 40 分,包括自问自答 20 分,朗读 10 分,说一说 10 分,主要是考查学生的口语表达能力;笔试 60 分,包括积累与运用 40 分,这里考察学生的自主学习能力;阅读与写作各 10 分,共 20 分,主要是考查学生分析思考问题的能力。此测试采用的试卷均是通过专家的审评,测试的过程严格按照传统考试的要求进行,客观评卷,确保测试成绩真实有效。

笔者用统计分析对实验学生的前测、后测成绩标准差进行检验,结果如表三所示:

表三 : 学生自学、思考、表达三方面前后测成绩标准差

实验	项目	人数	满分	平均分	标准差	
前测	自学	20	40	30.5	6.24	
	思考	20	20	4.8	0.42	
	表达	20	40	25.98	7.94	
后测	自学	20	40	39.3	5	
	思考	20	20	12.5	0.48	
	表达	20	40	34.53	4.62	

实验学生自主学习方面的成绩前测平均分数为 30.5 分;后测平均分数为 39.3 分。从实验组平均分的高低可以得知,实验学生后测成绩较前测成绩高,表明学生使用学思达教学法后,自主学习能力明显提高。

实验学生分析思考能力方面的成绩前测平均分数为 4.80 分;后测平均分数为 12.50 分。从实验组平均分的高低可以得知,实验学生后测成绩较前测成绩高,表明学生使用学思达教学法后,分析思考能力明显提高。

实验学生汉语表达方面的成绩前测平均分数为 25.98 分;后测平均分数为 34.53 分。从实验组平均分的高低可以得知,实验学生后测成绩较前测成绩高,表明学生使用学思达教学法后,汉语口语表达能力明显提高。

(二) 学生对学思达教学法的满意度

为了了解实验学生对“学思达教学法”的满意度,笔者根据实验学生所填写的满意度调查问卷,统计各项目数据如下表:



表四：学生对学思达教学法的满意度调查表

评分内容	平均数	标准差	满意度
1. 学思达教学法设计适合学生的汉语水平	4.5	4.07	满意
2. 学思达教学法吸引学生的学习兴趣	4.75	4.33	满意
3. 学思达教学法让学生主动学习、参与讨论。	4.85	4.43	满意
4. 学思达教学法让学生互帮互学，具有较强的团队精神，合作意识。	4.3	3.87	满意
5. 学思达教学法让学生学习到更多课外的知识。	4.95	4.54	很满意
6. 学思达教学法充分锻炼了学生在大众面前大声讲话的能力。	4.7	4.28	满意
7. 学思达教学法增强学生的团队合作意识，提高学生学习的主动性和表达能力。	4.9	4.49	满意
8. 学思达教学法活跃了课堂气氛，让学生更轻松地学习。	4.65	4.2	满意
9. 课程中通过学思达教学为学生创建自主学习环境。	4.55	4.12	满意
10. 整体而言，我对学思达教学法感到满意。	4.6	4.17	满意
整体平均数	4.68	4.25	满意

由上表可知：学生满意度整体平均数为4.68，高于一般标准平均数，可见就整体而言，实验学生多数能接受学思达教学法；就个别方面来看，课程中通过“学思达教学让学生学到更多课外知识”平均数为4.95，平均分最高。可见学思达教学法可以帮助学生进行自主学习，也是一种有效的学习方法。

五、结论

（一）论文总结

通过学思达教学法实验以后，再对比实验学生前后测的成绩，笔者发现实验学生自主学习、分析思考能力、汉语表达三方面的测试成绩后测均比前测高，表明学生使用学思达教学法后，自主学习能力、分析思考能力、汉语口语表达能力明显提高。从“学生对学思达满意度评分表”的数据，笔者发现学生的满意度整体总平均数高于一般标准平均数，可见就整体而言，实验学生多数能接受



“学思达教学法”。就个别方面来看，课程中通过“学思达教学让学生学到更多课外知识”一项平均分最高。

在学思达教学中，学生喜欢这种动静相结合的教学模式，从而能够积极主动地学习，并在这一学习过程中感到快乐，身心得到满足。可见“学思达教学法”可以帮助学生进行自主学习，提高学生分析思考能力，增强学生汉语口语表达能力，是一种有效的学习方法。

(二) 研究结果相关问题讨论

经过学思达教学实验以后，学生在自主学习、分析思考能力、汉语表达三方面的后测平均成绩为 25.39，高于前测平均成绩 20.43，说明学思达这种以学生为中心，动静相结合的小组学习模式符合 21 世纪学生的学习特点。从学生在学思达教学过从中的表现和学生学思达教学法满意度的调查，我们都可以看出学生在这—教学活动中很愉快、很积极，且乐在其中，说明学生对这种新的教学方式很满意。可见，学思达教学法能够帮助学生积极地、自主地学习汉语。在学习过程中学生用汉语互相交流，并一起讨论问题，教师引导学生更加大胆独立地当众表达自己的想法，无形当中就提高了学生学习汉语的效率和热情，因此学生的后测成绩高于前测成绩。

经过“学思达”教学以后，学生汉语口语表达方面的后测分数为 34.53 高于前测分数 25.98，表明学生汉语口语水平有所提高，学习能力有所加强。本研究按照学思达教学法的理论和步骤进行实验，结果证明了学思达教学法可以建立新型的汉语教学模式。笔者发现采用学思达教学法的学习方式，有计划有步骤地让学生去体验并克服在学思达过程中的遇到的困难，最终完成学思达教学任务。在整个学思达教学活动中，学生是课堂的主体，教师只是课堂的主持者和教学的引导者，起协调管理和监督的作用。通过培养学生的多元能力，营造高效率学习，使不同能力的学习者都得到舞台与鼓励，最终达到提高泰国学生的汉语口语水平和在大众面前的表达能力的目标。从学生对“学思达教学法”的满意度指数也可以看出，学生能够接受这种教学模式，这也是调动学生学习积极性的一个因素。纵观已有的研究和笔者的教学实践可以发现，将“学思达”运用于教学中，能够充分调动课堂的学习气氛，促进学生学习，帮助学生提升综合能力。

(三) 应用本论文的建议

- 在进行学思达前，老师要投注大量心力来备课制作教案，要清楚每一次学思达课程中主要训练学生的哪些能力。
- 在增加补充材料的时候，要结合课本的内容进行，不宜过多过难，但要确保学生有了这些材料后可以自主学习课文。
- 在学思达中，教师要随时观察学生的行为，对每一个行为给予评价，好的当众鼓励，不好的私下耐心交流沟通，让学生在一个温暖、包容、鼓励、支持的氛围里学习。

(四) 继续研究的建议

汉语作为一门语言学科，跟其它语言一样，听、说、读、写的技能是非常重要的组成部分。想要学好汉语，就必须把这四个方面的技能学好。笔者通过本次研究利用学思达教学法对泰国清莱美赛光明华侨公立学校小学六年级的学生进行实验，证明取得了成果，学思达教学法是一个很有效的教学方法，但同时也发现了学思达教学法的问题。由于笔者精力和能力有限，本研究还存在一些不足之处，分析如下：

- 本研究采用学思达教学法研究，以笔者本身任教的小学六年级学生为研究对象。学生自主学习时目标不明确，部分同学存在依赖性，坐等别人的答案，由于汉语水平参差不齐，好的同学越学越有自信，很差的同学无法完成自学的过程，自信心备受打击。
- 实验课程在表达环节占时比较多，如果在没有充足课时的情况下就会导致课程内容无法在规定的时间内完成。
- 由于现在的学生喜欢灵活多变的事物，注意力集中时间短，教案中设计的文字性补充材料有点多，导致大多数学生无法全部完成。

通过对学思达教学法进行的满意度问卷调查数据显示，学生对“学思达教学法”感到满意，表明学生满意度也可以被理解为学生将期望与需求相比较的结果。学校里学生满意度是指学生在学习过程中对教学方法的需求和期望的关系。本文通过对每个测试的项目分析发现：学生在通过学思达教学法后，汉语口语“说”的能力有显著的提高，在课堂上不再是被动的学习，开始积极参与思考，提升了自主学习的能力，自己学习到的东西通过自己表达出来，老师给予评价表扬，学生的自信心得到了极大的鼓舞，从而达到了心理上的满意。

所以学思达教学法是一种很好的教学方法。它能有效地提高学生学习汉语的效率，特别是提高学生汉语口语表达能力方面效果明显。当然也有一定的局限性：

- 本研究只针对一个年级一个班的学生进行实验，以后的研究可以进行多个班级，对比使用已实验对象和未实验对象的学习情况，得出更准确的结论。
- 本研究只利用学思达教学法提高学生的汉语口语水平，后续研究建议是否将该方法用在其他科目上如：写作课、词语教学、听力课、语法课等方面。

参考文献

- 21 世纪的教学方法和基本技能. [J]. 百度文库(www.baidu.com) , 2018-11-29
- 王立群. 表演式教学法在泰国中学汉语课堂中的运用研究—以泰国 Malasawanphittaya 中学为例. [D]. 广西:广西师范大学硕士学位论文, 2017
- 王玮. 建构主义学习理论. [J]. 百度百科, 2018-10-06.



<https://baike.baidu.com/item/%E5%BB%BA%E6%9E%84%E4%B8%BB%E4%B9%89%E5%AD%A6%E4%B9%A0%E7%90%86%E8%AE%BA>

杜红梅. 贝立兹教学法在对外汉语教学中的实际运用. [D]. 上海: 华东师范大学硕士学位论文, 2011

李方. 《教育知识与能力》. [M]. 北京: 高等教育出版社, 2011-11

李珂. 高校大学生求学满意度调查[J]. 煤炭高等教育, 2007 (5)

李姝一. 情景教学法在对外汉语中高级口语教学中的应用——以《在家靠父母, 出门靠朋友》为例. [D].

辽宁: 渤海大学硕士学位论文, 2016

邱乐. 台湾地区 “学思达” 教学法的实践探究. [C]. 今日教育 11 期, 2018-10-6

张辉诚. 21 世纪教育研究. [J]. 台湾: 台北市立中山女高, 2018-10-6

张辉诚. 学思达教学法. [R]. Youtube 视频, 2018-10-8

张辉诚. 学思达增能. [J]. 台湾: 台北市立中山女高, 2018-10-6

张辉诚. 学思达翻转教学法——我的 15 年教学之后的全新改革. [J]. 台湾: 台北市立中山女高, 2018-10-6

林崇德. 《心理学大辞典》(上卷). [M]. 上海: 上海教育出版社, 2003

科普中国. 多元智能理论. [J]. 百度百科 (www.baidu.com), 2018-10-6

埃德加·戴尔. (1946). 视听教学法. [J]. 百度百科, 2018-10-2.

<https://baike.baidu.com/item/%E7%BB%F8%E9%AA%8C%E4%B9%8B%E5%A1%94/6577156>

埃德加·戴尔. (1946). 学习金字塔和经验之塔. [J]. 百度百科, 2018-10-2. <https://>

baike.baidu.com/item/%E5%AD%A6%E4%B9%A0%E9%87%91%E5%AD%97%E5%A1%94/951509.

奚志敏. 音乐教学法在对外汉语初级课堂教学中的运用. [D]. 云南: 云南大学硕士学位论文, 2014

联合国教科文组织. 教育——财富蕴藏其中. [J]. 百度百科 (www.baidu.com), 2017-11-29

蓝志东. 马来西亚学思达教学法和教师赏识初探. [R]. 谷歌, 2018-10-07

满意度指数的计算. 百度文库. (www.baidu.com), 2018-07-26

戴馥琼. 课堂教学质量与学生满意度的关系实证研究[J]. 网络财富, 2010 (9), 2018-10-10

Long, H.B. “Contradictory expectations Achievement and satisfaction in adult learning” [J]. Journal of Continuing Higher Education, 1989, (3). 2018-10-20

Oliver, R.L. DeSARBO, W.S. Processing of the satisfaction response in consumption: a suggested framework and research proposition [J]. Journal of Consumer satisfaction, Dissatisfaction and complaining, Behavior, 1989, (2). 2018-10-20

	Name and Surname (姓名) : JIANG ZIFANG
	Highest Education (最高学历) : Master of Art degree
	University or Agency (任职院校或单位) : Guangming overseas chinese school chiangrai
	Field of Expertise (专业领域) : Chinese Teaching
	Address (地址) : Guangming overseas chinese school 4/7 Road 10 Maesai Chiang Rai

	Name and Surname (姓名) : SAHATTAYA SITTIVISED
	Highest Education (最高学历) : Ph.D. Linguistics and Applied Linguistics , Beijing language and Culture University , China
	University or Agency (任职院校或单位) : Chiangrai Rajabhat University
	Field of Expertise (专业领域) : Linguistics and Applied Linguistics / Chinese Teaching
	Address (地址) : 80 Moo 9 Chiangrai Rajabhat University , T. Bandu, A. Meaung, Chiangrai Province 57100

	Name and Surname (姓名) : WANWIRAT TUNGKAWET
	Highest Education (最高学历) : Ph.D. Linguistics and Applied Linguistics , Beijing language and Culture University , China
	University or Agency (任职院校或单位) : Chiangrai Rajabhat University
	Field of Expertise (专业领域) : Linguistics and Applied Linguistics / Chinese Teaching
	Address (地址) : 80 Moo 9 Chiangrai Rajabhat University , T. Bandu, A. Meaung, Chiangrai Province 57100



中國與泰國的地緣文化關係研究——史前時期至19世紀*

ON GEO-CULTURAL RELATIONS BETWEEN CHINA AND THAILAND: FROM ANCIENT TO 19TH CENTURY

陳鐸

CHEN KAI

厦门大学国际关系学院，中国

School of International Relations, Xiamen University, P.R.China

E-mail: kaichen@xmu.edu.cn

Received: 3 September 2019 / Revised: 30 October 2019/ Accepted: 20 November 2019

摘要

地緣文化關係是指，特定區域內的行為主體在器物、制度和觀念三個層面形成的文化關係。本文分析了影響中國與泰國的地緣文化關係的三個要素，即華僑華人、跨境通道與佛教文化。接下來，本文從器物、制度和觀念三個層面，梳理中國與泰國地緣文化關係，從史前時期至19世紀的發展脈絡。

關鍵詞：地緣文化 泰國 中國 器物 制度 觀念

ABSTRACT

Geo-cultural relations refer to cultural relations between actors in a particular region, which be deconstructed into three levels, that is, utensil, institution, and concept. This article analyzes the three elements of the geo-cultural relations between China and Thailand—overseas Chinese and Chinese, trans-boundary channel, and Buddhism culture. Then, this article explores the dynamics of the Sino-Thai geo-cultural relations, from the perspectives of utensil, institution, and concept.

Key words: Geo-culture, Thailand, China, Utensil, Institution, Concept

*本文系中國僑聯課題（青年課題）的階段性研究成果，項目編號：17CZQK204

緒論

研究地緣文化關係，首先要判定行為主體（如國家、族群）之間存在地緣文化關係的基本條件。筆者認為，這取決於三個基本條件：其一，行為主體的邊界相接；其二，特定區域內存在水、陸跨境通道；其三，特定區域內存在某種具有長遠影響力的宗教文化或價值觀。可以說，中國與泰國的地緣文化關係兼具以上三個基本條件。

本文對中國與泰國地緣文化關係的研究，是對中國與泰國地緣關係研究，也是對地緣文化關係研究的一種增補與完善。本文旨在解答以下三個問題：其一，如何解構中國與中南半島國家的地緣文化關係？其二，影響中國與泰國地緣文化關係的要素有哪些？其三，如何把握中國與泰國地緣文化關係發展的歷史脈絡？

一、如何解構中國與泰國的地緣文化關係？

地緣文化關係是指特定區域內行為主體（如國家、族群），在器物、制度和觀念三個層面形成的文化關係。筆者之所以這樣解構地緣文化關係，是受到梁啟超的《五十年中國進化概論》一文的啟發。該文從器物、制度和文化三個層面，分析了當時國人意識覺醒的三個遞進階段：

近五十年來，中國人漸漸知道自己的不足了。這點子覺悟，一面算是學問進步的原因，一面也算是學問進步的結果。第一期，先從器物上感覺不足。……第二期，是從制度上感覺不足。……第三期，便是從文化根本上感覺不足。（梁啟超，1984：833-834）

另一個有益的啟發，來自於英國學者布羅尼斯拉夫·馬林諾夫斯基(Bronislaw Malinowski)對文化的三層次分析法。根據這種分析法：「器物層面，也就是生產、生活工具；組織層面，包括社會、經濟、政治組織；精神層面，即人的倫理、價值取向等。」（林毅夫，2009：6）

鑒於上述這兩位學者的分析方法，筆者從器物、制度和觀念三個層面來解構中國與泰國的地緣文化關係。其中，器物層面指一切有形可感的文化及相關的物質體現。器物層面為制度、觀念層面奠定了存續和發展的物質基礎；制度層面位於地緣文化關係的中間層，它涵蓋了地緣文化關係發展過程中形成的各種制度和機制；地緣文化關係的觀念層面，指區域內行為主體間具有共性的宗教文化或價值觀。

二、中國與泰國地緣文化關係中的三個要素

在中國與泰國地緣文化關係中，存在三個要素，即以華僑華人為依託，以跨境通道為紐帶，以佛教文化為黏合劑。



(一) 華僑華人

有關華僑華人的界定，筆者沿用了莊國土教授的說法，即他們的「使用和流行，實際上反映了海外中國移民及其後裔這一群體的客觀社會身份（social status）和主觀認同(identity)的發展變化」：

20世紀50年代中期以前，「華僑」是這一群體最普遍的稱謂，反映了這一群體在國內外(尤其是在中國國內)的官方和民間中被視為「僑寓者」、「中國人」、「中國僑民」，以及這一群體本身對中國的認同。50年代以後，這一群體中的絕大部分已加入當地國籍，在政治上認同於當地，在文化和族群儀式上認同於華人群體本身，「華人」這一概念也逐漸取代「華僑」這一概念。不少華人在文化、血緣上與當地土著混合，甚至日益趨同於當地土著，逐漸喪失華人的主觀認同和客觀標識(如外貌、語言、習俗等)，這部分人就成了「華裔」。(莊國土，2003：22)

對於中國與中南半島國家地緣文化關係而言，華僑華人發揮了不可替代的作用。

首先，在器物文化層面上，華僑華人是功不可沒的。正是通過他們，中國先進的生產工具和生產技術傳入了泰國，推動了當地的社會、文化發展。比如，中國的珠算及其用法傳入了暹羅(泰國的舊稱)。(楊保筠，1997：86)歷史上，暹羅曾多次向華僑華人學習中國的制陶工藝。14世紀初，暹羅的宋加洛窯已經能夠燒制出類似中國浙江龍泉窯的青花瓷器與仿宋陶器。(朱傑勤、黃邦和，1992：505)15世紀之後，暹羅民眾日常使用的白瓷器、陶土器，在制法上均遵循中國的制陶工藝，其外觀也類似於中國瓷器。(施榮華，1997：20)

再比如，在曼谷王朝的拉瑪三世時期，中式糕點隨著華僑華人傳入暹羅。由於中式糕點深受當地民眾喜愛，以至於暹羅政府對中國糕點徵稅，並在官方頒布的《皇家稅則》中對此類食品做過詳盡的記述。中式糕點的傳入，對暹羅人的婚俗產生了直觀的影響。如今，在泰國人的婚禮儀式中，通常要擺放月餅、雲片糕、方形花生糖和方形芝麻糖等中式糕點，喻示著新婚夫婦的婚後生活甜甜蜜蜜。(朱振明，2010：2)

在制度層面上，華僑華人有力地推動了中國與泰國之間的文化融合。例如，隨著華僑華人的遷入，泰語中出現了大量的漢語借詞。在泰語每千字中至少有300個漢語借詞。(孔志遠，2009：41)此外，泰語還吸收了中國的方言詞彙，比如，客家話、潮州話和海南話等。(王介南，1998：149-150)

(二) 跨境通道

在中國與中南半島國家之間，水、陸跨境通道的開闢與貫通，「首先由民間商旅往來，以有易無，逐漸形成商貿點，點與點連接而形成交通線」。(宋蜀華，1996：6)自漢晉時期至今，中國與中南半島國家之間就存在著兩大水、陸跨境通道，即西南絲綢之路與海上絲綢之路。以它們為紐帶，中國與泰國的地緣文化關係得以長久、穩固地發展。



事實上，「西南絲綢之路不是一條道路，而是一個對外溝通的交通網絡。」（黃光成，2002：68）換而言之，「西南絲綢之路應該是直到近現代以前，西南地區外向交通通道的統稱」。（黃光成，2002：66）因此，本文探討的「西南絲綢之路」，實際上是一個連通中國西南地區與泰國的陸路跨境通道網絡。

在這一陸路跨境通道網絡中，部分支線是為了給越南、暹羅、緬甸和南掌向清廷進獻馴象提供便利。（何新華，2011：79）為了進獻馴象開闢的支線，史稱「貢象道路」。（方鉄，2015：119）據《雲南通志》卷十六「羈縻」條記載，「貢象道路」可分上、下兩路。從明朝開始，這兩條跨境通道由中國境內的兩個傣族地區（今德宏和景洪）向境外延伸，通往中南半島各國。（陳炎，1996：242）

上路由永昌（今保山、德宏）過蒲缥、騰衝，西南行至南甸（今梁河縣）、乾崖（今盈江縣）、隴川（今隴川縣）三宣撫司。自隴川十日至孟密，二日至寶井，又十日至緬甸（指阿瓦王朝都城），又十日至洞吾（指明時緬甸東吁王朝早期首都東吁），又十日至擺古（即勃固，明時緬甸東吁王朝後期的首都）；下路由雲南景東至車里宣慰司（今西雙版納景洪），由此西南行八日至八百媳婦宣慰司（今泰國清邁），又東南行一月至老撾宣慰司（今老撾琅勃拉邦），再西行十五六日至西洋海岸擺古（今緬甸勃固），與上路合。（《雲南通志》1894）

「貢象道路」的下路把中國與暹羅、老撾、緬甸三國連接在一起。（陳炎，1996：242）時至今日，連通中國西南地區與中南半島國家的諸多公路與鐵路，大體也是沿著西南絲綢之路的路線行走。

與西南絲綢之路相比，連通中國與泰國的海上絲綢之路，屬於中國古代海上交通主幹線的一部分。據學者研究，中國古代海上交通主幹線分為「東海起航線」與「南海起航線」：

東海起航線又分北線和南線。北線自登州（今山東蓬萊）或萊州（今山東掖縣）起航，北越渤海，經百濟（今朝鮮）、對馬、壹岐等島，抵日本博多（今北九州）、難波（今大阪）；南線自楚州（今江蘇淮安）、揚州、越州（今浙江紹興）、明州（今浙江寧波）等地起航，橫渡東海直抵日本各地；(2)南海起航線又分西線和東線。西線自雷州半島或廣州起航，過南海，經今越南、柬埔寨、泰國、馬來西亞（分支經菲律賓、印度尼西亞各地），橫穿馬六甲海峽，再經緬甸、印度、斯里蘭卡、巴基斯坦、伊朗、阿拉伯至非洲東海岸各國，支線進入紅海和波斯灣，可抵西南亞諸國；東線自廣州、泉州或漳州月港起航直抵菲律賓首府馬尼拉，再橫渡太平洋到北美洲墨西哥的阿卡普爾科港，然後分別往南美洲的秘魯、智利、阿根廷，以及中美洲加勒比海地區諸國。（朱傑勤、黃邦和，1992：425）

由此可知，連通中國與中南半島國家的海上絲綢之路，屬於「南海起航線」的西線。歷史上，中國的番禺、徐聞、合浦和交州等地是海上絲綢之路的早期港口。（劉慶柱，2015：46）以合浦為例，公元1-5年，漢朝使節從廣西合浦乘船，經越南、柬埔寨，渡暹羅灣，越過克拉地峽，而後乘船至印度。當時，據《漢書》記載，漢朝使節的行程如下：



自日南障塞徐聞、合浦，船行可五月，有都元國，又船行可四月，有邑盧沒國，又船行可二十餘日，有諶離國(在泰國)，步行可十餘日，有夫甘都盧國(在緬甸)，自夫甘都盧國船行可二月余，有黃支國(在印度南部)，民俗與珠涯(海南島)相類。(班固，1962：1671)

另有學者依據上述記載，詳述了當時漢朝使節的具體行程：

漢使遠航南亞的航期，按常規推算，應在11月趁東北季風自徐聞，即今雷州灣岸的雷州市的海康舉帆啓程，沿著海岸繞過雷州半島到合浦，再沿海岸南行到日南障塞，然後再沿中南半島的海岸到達半島頂部，向馬來半島直航。這前後經過5個月的航行到達都元國，即今龍運，這時大概在次年的春天3月間。到夏季西南季風起時，又趁風向北航行4個月，到湄南河口的曼谷附近的邑盧沒國；然後沿暹羅灣海岸經20多天南航，到克拉地峽的東岸諶離國，棄船登岸，步行十多天，到克拉地峽的西岸夫甘都盧國，換船正好再趁北印度洋的東北信風及洋流，沿孟加拉灣的海灣，彎曲地向西南航行2個月，到達印度南端的黃支(建支)。回程則自錫蘭經馬六甲海峽到皮宗後回國。(周偉民、唐玲玲，2008：50)

另據史料考證，海上絲綢之路還可以細分為南、北兩線：

(海上絲綢之路)北線：自日南邊塞(出海口在今越南峴港)或徐聞、合浦出發，沿印支半島南下，船行五月，到都元國(今越南南圻一帶)，全程1060海裡，船再行四月，到邑盧沒國(今泰國華富里)，全程840海裡，再船行二十餘日，到諶離國(暹羅古都佛統)，全程約100余海裡。由諶離國登陸，橫越中南半島，步行十餘日，到夫甘都盧國(今緬甸蒲甘地區，與下緬甸直來人居地，包括薩爾溫江入海處和仰光一帶)，全程300公里。再船行二月余，到黃支國(今印度東岸建志楠羅，出海口為馬德拉斯)，全程1728海裡。黃支之南有已程不國(今斯里蘭卡)。……(海上絲綢之路)南線：自黃支出發，船行八月，到達皮宗(今印尼蘇門答臘島西北部一帶)，全程1700海裡，再船行二月，經新加坡、西貢，到日南、象林界(今越南峴港)，全程1700海裡。(王伯恭，1999：3895)

不難看出，當時連通中國和暹羅的海上絲綢之路是「一條海陸兼行的航線」，由分段航行、沿岸各部族「轉送」的方法進行運輸。(陸韜，1997：52)

(三) 佛教文化

有關佛教的界定，本文採用了趙樸初先生的說法：

廣義地說它是一種宗教，包括它的經典、教法、儀式、制度、習慣、教團組織等等；狹義地說，它就是佛所說的言教。如果用佛教固有的術語來說，應當叫作「佛法」。佛法的基本內容可以用「四聖諦」來概括(諦的意思是真理)：苦諦，指經驗世界的現實；因諦(或集諦)，指產生痛苦的原因；滅諦，指痛苦的消滅；道諦，指滅苦的方法。佛經所說的道理非常多，其實都是圍繞四聖諦而展開討論的。(趙樸初，1995：23)



佛教的基本教義還強調，「每個人都必須對自己的行為負責，要承擔道德責任和法律後果，這樣的教誨對每個人都是有意義的」。（洪修平，2016）

在中國，佛教以漢傳佛教為主。在泰國，南傳佛教則居於主導。

佛教傳入中國，距今已有2000餘年歷史了。它早已融入了中國的傳統文化之中，並「成為其極為重要的組成部分之一」。（黃夏年，2014：116）大體而言，這種融合可以概括為以下四個方面：其一，佛教文化與中國的思辨哲學相結合；其二，與儒道修養方法相結合；其三，與中國的精美工藝相結合；其四，與國人的生理理想相結合。（吳立民，1991：24）

用趙樸初先生的話來說，「佛教文化對中國古代思想文化的影響如此之大，要搞中國古代文史哲藝術等的研究，不搞清楚它們與佛教文化的關係及所受的影響，就不能得出令人信服的結論，也不可能總結出符合歷史實際的規律」。（趙樸初，1995：25）宋元之後，佛教文化對中國文化的滲透作用仍不容忽視。可以說，如果排除佛教文化，就很難認清中國傳統文化的基本面貌與精神。（魏道儒，2013：537）可以說，對中國傳統文化而言，佛教是最有影響的。（黃夏年，2014：114）

與漢傳佛教對中國文化的影響相比，南傳佛教對於泰國的影響，更是有過之而無不及。素可泰王朝時期，佛教已被尊為國教。到了阿瑜陀耶王朝，佛教更為昌盛：

僧伽行政組織除沿襲素可泰王朝舊制，另對弘揚佛法有功僧人及具足德學的比丘，概給予尊封僧伽爵位，分為九級：僧王、副僧王、公、侯、伯、子、男及師尊一級、二級；並依僧爵高下，由國家制定食俸。（淨海，2002：240）

在阿瑜陀耶時代，明朝鄭和的船隊曾於1408年經過暹羅。據馬歡的《瀛涯勝覽》記載，當時暹羅「崇信佛教，國人為僧尼者極多。僧尼服色與中國頗同，亦住庵觀，持齋受戒」。（杜繼文，2006：505）如今，從當前佛教信徒在泰國人口中所佔比例來看，為92%。（劉金光，2013：24）可見，在泰國，佛教無疑佔據著顯著的地位。可以說，泰國的傳統文化在一定程度上依賴於佛教而延續，而佛教僧侶與寺廟肩負著傳承當地文化的使命。佛教寺院長期扮演著學術典藏、教育場所和文化中心等多重角色。一方面，這使佛教經典得以妥善的保存。另一方面，佛教僧侶儼然是知識的繼承者與文化的傳播者。（學誠，2014）在泰國引入西方的現代教育制度之前，其初級教育多由僧侶以巴利文教授。（林秀梅，2006：186）

據研究，漢傳佛教與南傳佛教的區別主要在於教義理論與修行實踐兩個方面。在教義理論方面，南傳佛教將釋迦牟尼奉為教主，而漢傳佛教則提倡三世十方一切佛。在修行實踐方面，南傳佛教追求個人自我解脫，把證得「阿羅漢」作為修行的最高目標；漢傳佛教則宣傳普渡眾生，將建立「佛國淨土」作為修行的最高目標，甚至認為「普渡眾生」之後，個人才能得到真正的解脫。（王伯恭，1999：852；賈平安、郝樹亮，1993：51）

就南傳佛教與漢傳佛教的共同之處而言，佛教的基本概念「四諦」、「八正道」和「十二因緣」都是兩者遵循的基本教義。此外，佛教的「諸惡莫作，眾善奉行」的基本教義，也是兩者共同遵守的。再比如，漢傳佛教與南傳佛教的理論與實踐中，還存在一種「菩薩信仰」，



即「上求菩提、下化眾生的自利利他精神」，「這與人類社會的要求是相符合的，也是各個國家與歷代政府所提倡的思想」。（黃夏年，2016）

可以說，佛教文化對於中國與泰國地緣文化關係的發展而言，是一種上佳的黏合劑。

三、中國與泰國地緣文化關係的發展脈絡：史前時期至19世紀

本部分從兩個不同的歷史分期入手，分析中國與泰國地緣文化關係，從史前時期到 19 世紀的發展脈絡。

（一）地緣文化關係的形成期：史前時期至11世紀前半葉

從文化考古的角度來講，中國與泰國的地緣文化關係始於石器時代。在泰國境內的湄公河沿岸，也發現不少與中國西南地區具有共同特徵的新石器及新石器同時代的岩畫。（楊保筠，1997：7-8）具體而言，在泰國北部、東北部的攀牙府、北碧府和烏龍呵叻等地均發現了原始岩畫。「畫面以動物、工具和人物為主，主要反映的是狩獵生活。繪畫顏色幾乎全著紅色，黑色與黃色用得極少。」與中國雲南瀾滄江支流沿岸的滄源、耿馬等地發現的岩畫相比，兩者在內容與風格上存在諸多共同之處。由此可知，居住在中國雲南南部及泰國的族群，在新石器時期就已產生了文化聯繫。（施榮華，1997：7）

另據考證，公元初年，在今泰國的北部和中部地區出現過一些分散的、各自獨立的部落政權。最早的有「金鄰國」（亦稱為「金陳國」），位於今泰國的叻丕府境內。據中國史籍《扶南異物志》記載：「金鄰一名金陳，去扶南可二千餘里。地出銀，人民多好獵大象，生得乘騎，死則取其牙齒。」（中國大百科全書總編輯委員會，1992）

在中國的典籍中，泰國多被稱為暹羅。據學者考證，「暹羅」一詞見於《諸藩志》中1225年的「暹番」，《新元史》中1299年的「暹番」，《宋史》中的「暹」，以及《新元史》中1282—1323年的「暹」。（黎道綱，2000：250）暹羅原本分為「暹」和「羅斛」兩國。「暹」最早見《元史》。「羅斛」始見於《宋史》和《元史》。14世紀，「暹」與「羅斛」合併，被稱為暹羅。1939年改稱「泰國」。1945年再度改稱為「暹羅」。1949年又改稱「泰國」。（王伯恭，1999：5211；中國百科大辭典編委會，1990：821）

從官方典籍來看，中國與泰國的地緣文化關係，至少可以追溯至中國的西漢時期。據《漢書》記載，西漢平帝元始元年(公元1年)，中國使臣從廣東乘船，經越南、柬埔寨，渡過暹羅灣，越過克拉地峽，然後再乘船去印度。（傅增有，2004：132）另據泰國學者的考證，《漢書》中提到的都元國、邑盧沒國和諶離國，分別在現今泰國的巴真府室摩訶梭古城、素攀府烏通古城和北碧府。（黎道綱，2000：16）由此可見，當時中國人已到過現今泰國的疆域。



(二) 地緣文化關係的發展期：11世紀後半葉至19世紀

在這一時期，泰國建立了封建性質的國家。現今泰國的疆域，最初分屬於孟人（亦稱「勃固人」）和高棉人，前者控制著湄南河上游地區，後者統治湄南河下游地區和上湄公河流域。

（宋立道，2002：94；中國大百科全書總編輯委員會，1994：232）在湄南河上游地區，最早由泰族人建立的國家是「蘭那泰」。在蘭那泰的芒萊王執政時期（1259—1311年），其疆域由泰國西北部的清邁地區擴展到緬甸東北部的景棟地區。（施榮華，1997：25；賀聖達，1996：234）「蘭那泰」在中國史書上被稱為「八百大甸」。10—12世紀，該國被稱為「前八百大甸」（定都清盛）；12—15世紀，史稱「後八百大甸」（定都清邁）。（淨海，2002：200-201）1558年，「蘭那泰」被緬甸的東吁王朝征服。直至19世紀初，蘭那泰王國的故地才重新被納入現今泰國的疆域。（梁志明、李謀、楊保筠，2013：415）

在湄公河中下游地區，泰族人於1238年建立了素可泰王朝。在該王朝的第三代國王蘭甘亨（Rama Khamheng）統治時期，頒布了暹羅最早的成文法典，並於1283年創造了泰文字母，沿用至今。（李鋒、王榮科、王先俊，1992：86）後來，素可泰王朝被阿瑜陀耶王朝取代。阿瑜陀耶王朝之後，泰族人又相繼建立了吞武里王朝與曼谷王朝。

歷史上，暹羅首次向中國遣使朝貢是1289年，最後一次向中國遣使朝貢是在1869年。在這580年之間，暹羅與中國貢使往來的次數，共計160次，平均約每3年半有1次貢使來華。（江應梁，1983：44-45）到了清代，暹羅突破了清朝三年一貢的規定，在約70年間就遣使進貢35次，變成兩年一貢。（石維有，2004：54）

客觀上，兩國之間頻繁的朝貢貿易促使其地緣文化關係日臻成熟。比如，在明清兩代，中國為了增進與暹羅的地緣文化關係，設立了名為「四夷館」的外事翻譯機構。四夷館隸屬於翰林院，設有暹羅館等機構。後來，四夷館的材料被編輯成《華夷譯語》。這是中國最早的漢語外語字典，涵蓋了暹羅譯語等中南半島國家的語言。（張維華，1993：415）

從地緣文化關係的器物層面來看，泰國的許多宗教建築和廟宇雕塑藝術都帶有中國文化的印記。（施榮華，1997：45）比如，在曼谷王朝拉瑪三世時期修建的60余座佛教廟宇中，就有15座廟宇完全是中式的，其餘廟宇也展現出中國傳統建築的藝術風格。（王民同，1993：179）此外，曼谷王朝最具代表性的宮殿——輓拍茵宮，完全效仿了北京故宮的建築風格。（施榮華，1997：50）輓拍茵宮建於阿瑜陀耶王朝末期，拉瑪四世時進行擴建，至拉瑪五世時竣工。有關這座宮苑的藝術風格，有學者是這樣記述的：

宮內主體建築是一座紅牆綠瓦的中國式王宮，華僑大賈捐資，構件均從中國購回，屋脊鑲嵌著丹鳳朝陽和雙龍戲珠，陪襯著琉璃瓦的飛檐，殿內雕梁畫棟，內容多為福壽祿三星、八寶或三國演義故事之類及山水景色。宮門口有一面鳳翔龍舞的大照壁。殿內門窗屏風全是金漆木雕。殿內陳設依北京故宮太和殿，正殿設有專供國王登位的「龍椅」。在天明殿內陳放著朱拉隆功大帝的「龍床」，牆上高懸蒙谷王和朱拉隆功大帝頭戴翎毛帽、身穿中國袈服的巨幅畫像，反映了中泰之間的友好交往。（韓偉，2003：37-38）



此外，華人還將中國樂器（比如笛子、揚琴和二胡）帶入了暹羅，「泰國音樂家加以改造後形成了泰國式的揚琴、二胡、京胡，這些樂器如今已成為泰國民眾用於演奏泰國民族音樂的主要樂器」。（朱振明，2011：502）

從制度層面來看，暹羅曾用過中國的曆法。歷史上，暹羅曾使用過五種方法紀年（大歷、小歷、佛歷、十二生肖、干支）和三種方法紀日（陰曆白分黑分紀日法、七曜星期周、干支）。（雪梨，1994：474）其中，干支紀年、紀日法，就從中國傳入的。例如，1292—1518年間，在泰國發現的素可泰碑銘之中，有7塊使用了中國的干支紀年和紀日。暹羅的干支紀年、紀日法與廣西壯侗語族、雲南西雙版納傣族使用的干支紀年、紀日法，是「完全相同」的。（周思源，2000：176；陳炎，1996：319-320）

11世紀後半葉至19世紀，中國與中南半島國家的地緣文化關係進入了一個發展期。與11世紀中葉之前相比，這一時期的地緣文化交流呈現出多層次、多領域的態勢。直到19世紀後半葉，中國與泰國相繼被迫與西方列強簽訂了不平等條約。至此，中國與中南半島地緣文化關係出現了歷史性的轉折，並進入了一個發展相對平緩的時期。所幸，這段平緩期對於存續2000餘年的中國與泰國地緣文化關係而言，只是一段插曲。

結語

本文對中國與泰國的地緣文化關係的研究，不僅是對其發展歷史的梳理，也是對兩國地緣文化關係研究的補充與完善。這也有助於深入理解當前中國與泰國的地緣文化關係的發展與前景。

參考文獻

- [泰]黎道綱. 泰國古代史地叢考. [M]. 北京：中華書局，2000年。
- [西漢]班固. 漢書（卷二十八下），地理志. [M]. 北京：中華書局，1962。
- 雲南通志. [M]，通行本為光緒二十年刻本，1894。
- 陳炎. 海上絲綢之路與中外文化交流. [M]. 北京：北京大學出版社，1996。
- 杜繼文主編. 佛教史. [M]. 南京：江蘇人民出版社，2006。
- 方鐵. 簡論西南絲綢之路. [J]. 長安大學學報（社會科學版），2015，17（3）：114-120。
- 傅增有. 中泰文化交流的特點研究. [C]. 見：北京大學東南亞研究所. 東南亞文化研究論文集. 北京：經濟日報出版社，2004。
- 韓偉. 天涯足痕：海外考古訪問錄. [M]. 北京：文物出版社，2003。
- 何新華. 清代東南亞國家貢象研究. [J]. 東南亞研究，2011，（1）：79-83，94。
- 賀聖達. 東南亞文化發展史. [M]. 昆明：雲南人民出版社，1996。
- 洪修平. 更好地發揮中國佛教文化的積極作用[N]. 中國民族報，2016-01-19。



黃光成. 西南絲綢之路是一個多元立體的交通網絡[J.]中國邊疆史地研究, 2002, 12(4): 63-68.

黃夏年. 充分發揮佛教對外服務的民間外交功能[C]. 見:中國社會科學院世界宗教研究所. 中國社會科學院世界宗教研究所建所50年紀念文集(1964—2014)(上卷). 北京: 社會科學文獻出版社, 2014.

黃夏年. 著眼東南亞地區佛教發展新趨勢做好雲南邊疆地區南傳佛教工作[N]. 中國民族報, 2016-04-12.

賈平安、郝樹亮主編. 統戰學辭典. [M]. 北京:社會科學文獻出版社, 1993.

江應梁. 古代暹羅與中國的友好關係. [J]. 思想戰線. 1983, (4): 44-52.

淨海. 南傳佛教史. [M]. 北京: 宗教文化出版社, 2002.

孔遠志. 中國與東南亞文化交流的特點. [J]. 東南亞之窗, 2009, (1): 54-58.

黎道綱. 泰國古代史地叢考. [M]. 北京: 中華書局, 2000.

李鋒、王榮科、王先俊等主編. [M]. 政治人物辭典. 南京: 南京大學出版社, 1992.

梁啟超. 梁啟超選集. [M]. 上海:上海人民出版社, 1984.

梁志明、李謀、楊保筠. 東南亞古代史:上古至16世紀初. [M]. 北京: 北京大學出版社, 2013.

林秀梅主編. 泰國社會與文化. [M]. 廣州:廣東經濟出版社, 2006.

林毅夫. 經濟發展與中國文化的復興. [J]. 北京大學學報(哲學社會科學版), 2009, 46(3): 5-10.

劉金光. 東南亞宗教的特點及其對我國對外戰略實施的影響. [C]. 見:鄭筱筠主編. 東南亞宗教與社會發展研究. 北京:中國社會科學出版社, 2013.

劉慶柱. 「絲綢之路」的考古認知. [J]. 經濟社會史評論, 2015, (2): 44-53.

陸韜. 雲南對外交通史. [M]. 昆明:雲南民族出版社, 1997.

施榮華. 中泰文化交流. [M]. 昆明:雲南美術出版社, 1997.

宋立道. 傳統與現代: 南傳佛教在當代社會中的調試. [M]. 北京:中國社會科學出版社, 2002.

宋蜀華. 論西南絲綢之路的形成、作用和現實意義. [J]. 中央民族大學學報, 1996, (6): 6-10.

王伯恭主編. 中國百科大辭典 2. [M]. 北京:中國大百科全書出版社, 1999.

王伯恭主編. 中國百科大辭典 5. [M]. 北京:中國大百科全書出版社, 1999.

王伯恭主編. 中國百科大辭典 7. [M]. 北京:中國大百科全書出版社, 1999.

王介南. 中國與東南亞文化交流志. [M]. 上海: 上海人民出版社, 1998.

王民同編譯. 泰國華人面面觀. [M]. 昆明: 雲南大學出版社, 1993.

魏道儒. 佛教與社會主義核心價值觀. [J]. 中國宗教, 2013, (11): 29-31.

吳立民. 論佛教與中國文化. [J]. 佛教文化, 1991, (3): 2-25.

學誠. 文明交流互鑒中佛教文化的價值. [N]. 中國民族報, 2014-04-08.

雪梨主編. 中國絲綢之路辭典. [M]. 烏魯木齊: 新疆人民出版社, 1994.

- 楊保筠. 中國文化在東南亞. [M]. 鄭州:大象出版社, 1997.
- 張維華主編. 中國古代對外關係史. [M]. 北京:高等教育出版社, 1993.
- 趙樸初. 佛教與中國文化的關係. [J]. 中國宗教, 1995, (1):23-25.
- 中國百科大辭典編委會編. 中國百科大辭典. [M]. 北京:華夏出版社, 1990.
- 中國大百科全書總編輯委員會. 民族百科全書. [M]. 北京:中國大百科全書出版社, 1994.
- 中國大百科全書總編輯委員會. 中國大百科全書(外國歷史卷). [M]. 北京:中國大百科全書出版社, 1992.
- 周思源主編, 馬樹德編著. 中外文化交流史. [M]. 北京:北京語言文化大學出版社, 2000.
- 周偉民、唐玲玲. 中國與馬來西亞文化交流史. [M]. 海口:海南出版社, 2008.
- 朱傑勤、黃邦和主編. 中外關係史辭典. [M]. 武漢:湖北人民出版社, 1992.
- 朱振明. 中泰關係發展中的一個亮點: 中泰文化交流. [C]. 見: 李一平、劉稚主編. 東南亞地區研究學術研討會論文集. 廈門:廈門大學出版社, 2011.
- 莊國土. 二戰以後東南亞華族社會地位的變化. [M]. 廈門:廈門大學出版社, 2003.

	Name and Surname (姓名):
	Kai CHEN
	Highest Education (最高学历):
	Ph. D.
	University or Agency (任职院校或单位):
	School of International Relations, Xiamen University, China
	Field of Expertise (专业领域):
	International Relations
	Address (地址):
	Room 310-3, Nan' an Building, Xiamen University, No.422, South Siming Road, Siming District, Xiamen, China, 361005



คำแนะนำในการส่งต้นฉบับวารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ขอเชิญท่านผู้สนใจส่งบทความเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน โดยบทความของท่านต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการรอพิจารณาจากวารสารอื่น และกองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการตรวจทานแก้ไขต้นฉบับตามเกณฑ์

ประเภทของเนื้อหา

วารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน แบ่งเนื้อหาของวารสารออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. รายงานการวิจัยหรือวิทยานิพนธ์ (วิทยานิพนธ์ต้องไม่เกิน 1 ปี) เรื่องละประมาณ 10 – 15 หน้ากระดาษขนาด A4
2. บทความทางวิชาการ พร้อมบทคัดย่อภาษาจีนและภาษาไทย และหรือภาษาอังกฤษ รวมทั้งคำสำคัญ เรื่องละประมาณ 10 - 15 หน้ากระดาษขนาด A4
3. สรุปการอภิปราย สัมมนา บทความพิเศษ ในหัวข้อที่น่าสนใจ ประมาณ 5 หน้ากระดาษขนาด A4

การเตรียมต้นฉบับ 发表文章要求

- ชื่อเรื่องพิมพ์ไว้หน้าแรกตรงกลางหน้ากระดาษ ชื่อผู้เขียนอยู่ใต้ชื่อเรื่องเยื้องลงมาทางขวามือ ส่วนตำแหน่งทางวิชาการและสถานที่ทำงานของผู้เขียนให้พิมพ์ไว้เป็นเชิงอรรถในหน้าแรก
- บทความที่เป็นรายงานการวิจัยหรือวิทยานิพนธ์ ควรเขียนเรียงลำดับ ดังนี้
 - ชื่อเรื่อง (Title)
 - ชื่อผู้ทำงานวิจัย (Author)
 - บทคัดย่อ (Abstract) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - คำสำคัญ (Key Word) ระบุคำสำคัญหรือวลีสั้น ๆ เพียง 2 – 5 คำ
 - บทนำ (Introduction)
 - วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objective)
 - วิธีดำเนินงานวิจัย (Method)
 - ผลของการวิจัย (Result)
 - การอภิปรายผล (Discussion) และข้อเสนอแนะ
 - การอ้างอิงและเอกสารอ้างอิง
 - การอ้างอิง (Citation) ใช้ระบบนามปี (Year-Date)
 - เอกสารอ้างอิง (References) ให้เรียงตามลำดับอักษรชื่อผู้แต่งหรือชื่อเรื่อง (ในกรณีที่ไม่มีผู้แต่ง)

การอ้างอิง

ให้ใช้การอ้างอิงแทรกในเนื้อหาแบบนาม-ปี (Year-Date) ยกเว้นการเสริมความ การขยายความ หรือการโยงความ ให้ใช้เชิงอรรถ สำหรับการอ้างอิงแบบนาม - ปี มีรูปแบบดังนี้

(ผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์ : เลขหน้าที่ใช้ในการอ้างอิง)

ชาวไทย ให้ใส่ชื่อและนามสกุลตามปกติ เช่น (กาญจนา นาคสกุล. 2538 : 19) เป็นต้น
ชาวต่างประเทศใส่ชื่อสกุลเท่านั้น เช่น Larry Long ให้ระบุ (Long. 2002 : 48) เป็นต้น
กรณีผู้แต่งเป็นหน่วยงานให้ระบุหน่วยงานสูงสุดก่อนแล้วตามด้วยหน่วยงานย่อย เช่น (กระทรวง
สาธารณสุข กรมอนามัย. 2548 : 20)

เอกสารไม่ปรากฏผู้แต่ง ให้ระบุชื่อเรื่องแทนชื่อผู้แต่งและพิมพ์ด้วยตัวหนา/เข้ม
(วรรณคดีอีสานเรื่อง ผาแดงนางไอ่. 2524 : 159)

การอ้างอิงเอกสารวิทยุภูมิ

ในกรณีที่ไม่สามารถหาเอกสารนั้นๆ ได้ ให้ระบุเอกสารวิทยุภูมิก่อน เว้น 2 ระยะ ตามด้วย
ข้อความ “อ้างอิงจาก” ในภาษาไทย หรือ “citing” ในภาษาต่างประเทศ และตามด้วยเอกสาร
ปฐมภูมิ

(วิมลศิริ ร่วมสุข. 2522 : 1 อ้างอิงจาก พระพรหมมุนี. 2505 : 354)

(Long and Horrison. 1985 : 200 Citing Knight. 1943 : 295)

เว็บไซต์ ที่ได้จากการสืบค้น Internet ผลลัพธ์ที่ได้อาจปรากฏในรูปของหนังสือ วารสาร
หนังสือพิมพ์ การอ้างอิงเว็บไซต์มีรูปแบบดังนี้

หนังสือ (Harnack and Kleppinger. 2000 : Online)

วารสาร (Joyce. March 1999 : Online)

หนังสือพิมพ์ (Wren. 5 May 1999 : Online)

เอกสารอ้างอิง

1. หนังสือ มีรูปแบบดังนี้

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์) // ชื่อเรื่อง.// ครั้งที่พิมพ์.// สถานที่พิมพ์.// ผู้รับผิดชอบในการพิมพ์.

เชิดชาย เหล่าหล้า. (2529) กลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก : การเมือง การเศรษฐกิจ การสังคม
และการทหาร. กรุงเทพมหานคร : แพร์พิตยา.

Long, Ben. (2001) **Complete Digital Photography**. Hingham, Mass. : Charles River Media.



2. บทความในหนังสือ โดยอ้างเพียงบางบท บางเรื่อง หรือบางตอนของหนังสือเท่านั้น มีรูปแบบดังนี้

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์) // “ชื่อบทความ ชื่อเรื่อง ชื่อตอน” // ใน // ชื่อเรื่อง. // ชื่อบรรณาธิการหรือผู้รวบรวม. // หน้า/หน้าที่ตีพิมพ์
บทความ ชื่อบท ชื่อตอน. // ครั้งที่พิมพ์. // สถานที่พิมพ์. // ผู้รับผิดชอบในการพิมพ์.

พะยอม แก้วกำเนิด. (2525) “ความหมายของวัฒนธรรม” ใน **ห้องสมุดวัฒนธรรม**. ฉัตรชัย ศุภกาญจน์, บรรณาธิการ. หน้า 1-6. นครศรีธรรมราช : ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ วิทยาลัยครูนครศรีธรรมราช.
“เวลา” (2525) ใน **สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่ม 2**. หน้า 33 – 36. กรุงเทพมหานคร : ราชบัณฑิตยสถาน.

3. วิทยานิพนธ์ มีรูปแบบดังนี้

ผู้เขียนวิทยานิพนธ์. // (ปีที่พิมพ์) // ชื่อวิทยานิพนธ์. // วิทยานิพนธ์ // อักษรย่อของปริญญา // (ชื่อสาขาวิชาหรือภาควิชา) // สถานที่ตั้งสถาบันการศึกษา. // บัณฑิตวิทยาลัย // ชื่อสถาบันการศึกษา.

นริศรา เกตวัลท์. (2538) **การศึกษาเชิงวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในนวนิยายของสวณัน วรดิกล ในช่วง พ.ศ. 2492-พ.ศ. 2528**. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (ภาษาไทย) กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปรารธนา ปุષปาคม. (2536) **การแสวงหาสารนิเทศของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร**. วิทยานิพนธ์ อ.ม. (ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์) กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

4. บทความในวารสาร มีรูปแบบดังนี้

ผู้แต่ง. // (ปีที่พิมพ์) // ชื่อบทความ. // ชื่อวารสาร. // ปีที่หรือเล่มที่ / (ฉบับที่) / หน้า ที่ปรากฏบทความ.

นครชัย เผื่อนปฐม. (มกราคม-มีนาคม 2540) “การค้นหาทางการแพทย์ใน World Wind Web” **สงขลานครินทร์เวชสาร**. 15 (1) หน้า 27-34.

Doran, Kirk. (January 1996) “Unified Disparity : Theory and Practice of Union Listing” **Computer in Libraries**. 16 (1) page 39-45.



5. เว็บไซต์ ที่ได้จากการสืบค้น Internet ผลลัพธ์ที่ได้อาจปรากฏในรูปของหนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ เอกสารอ้างอิงเว็บไซต์มีรูปแบบดังนี้

5.1 หนังสือ

Harnack, Andrew and Kleppinger, Eugene. (2000) **Online! A Reference Guide to Using Internet Sources**. Boston : Bedford/St. Martin's. [Online] Available : <http://www.bedfordstmartins.com/> online (10 August 2005)

5.2 วารสาร

Joyce, Michael. (5 March 1999) "On the Birthday of the Stranger (in Memory of John Hawkes)" **Evergreen Review**. [Online] Available : <http://www.evergreenreview.com/102/evexcite/joyce/nojoyce.html> (10 August 2005)

5.3 หนังสือพิมพ์

Wren, Christopher. (5 May 1999) "A Body on Mt. Everest, a Mystery Half-Solved" **New York Times on the Web**. [Online] Available : <http://search.nytimes.com/search/daily/bin/fastweb?getdoc+site+site+87604+0+wAAA+%22a%7Ebody%7Eon%7Eemt.%7EEverest%22> (10 August 2005)

เอกสารอ้างอิงแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

ให้ระบุแหล่งข้อมูลทุติยภูมิก่อน ค้นด้วยข้อความ “อ้างอิงจาก” ในภาษาไทย หรือ “citing” ในภาษาต่างประเทศ ตามด้วยแหล่งสารสนเทศปฐมภูมิ ดังตัวอย่าง

แม่น้ำมาส ขวลิขิต. (2509) **ประวัติหอสมุดแห่งชาติ**. พระนคร : กรมศิลปากร อ้างอิงจาก สมเด็จพระมหาสมณเจ้ากรมพระยาตำราภิธานสาธิต. (2459) **ตำนานหอพระสมุด หอพระมณเฑียรธรรม หอพระมณเฑียรราช หอพระมณเฑียรราช หอพระมณเฑียรราช หอพระมณเฑียรราช**. พระนคร : โรงพิมพ์โสภณพิพรรฒธนากร.



华侨崇圣大学《中国语言文化学刊》 发表文章要求

文章页面格式:

- 文章长度为 8-15 页，单面A4纸打印，页边距（上、下、左、右）均为1寸（2.54厘米）
- 文章内容如是“汉语”定为中文宋体（SimSun）
- 文章内容如是“英语”定为 Times New Roman
- 文章内容如是“泰语”定为TH Sarabun New

内容	中文字体	英文字体	段前间距 spacing: before	段后间距 spacing: after	标注
题目（中文题目）	三号 (CT)	16 磅 (CT)	24 磅	18 磅	加粗
题目（英文题目）	三号 (CT)	16 磅 (CT)	24 磅	18 磅	加粗
作者姓名	五号 (RJ)	10.5 磅 (RJ)	固定值 (Exactly) 20 磅		正常
摘要（题目）	三号 (CT)	16 磅 (CT)	24 磅	18 磅	加粗
ABSTRACT（题目）	三号 (CT)	16 磅 (CT)	24 磅	18 磅	加粗
บทคัดย่อ（题目）	二号 (CT)	22磅 (CT)	24 磅	18 磅	加粗
摘要（内容）	五号 (LRJ)	10.5 磅 (LRJ)	固定值 (Exactly) 20 磅		正常
ABSTRACT（内容）	小四号 (LRJ)	12 磅 (LRJ)	固定值 (Exactly) 20 磅		正常
บทคัดย่อ（内容）	三号 (LRJ)	16 磅 (LRJ)	固定值 (Exactly) 20 磅		正常
关键词（题目）	五号 (LJ)	10.5 磅 (LJ)	固定值 (Exactly) 20 磅		加粗
KEYWORD（题目）	小四号 (LRJ)	12 磅 (LRJ)	固定值 (Exactly) 20 磅		加粗



内容	中文字体	英文字体	段前间距 spacing: before	段后间距 spacing: after	标注
คำสำคัญ (题目)	三号 (LRJ)	16 磅 (LRJ)	固定值 (Exactly) 20 磅		加粗
关键词 (内容)	五号 (LRJ)	10.5 磅 (LRJ)	固定值 (Exactly) 20 磅		正常
KEYWORD (内容)	小四号 (LRJ)	12 磅 (LRJ)	固定值 (Exactly) 20 磅		正常
คำสำคัญ (内容)	三号 (LRJ)	16 磅 (LRJ)	固定值 (Exactly) 20 磅		正常
正文 (一级标题) = 一、	四号 (LJ)	14 磅 (LJ)	16 磅	12磅	加粗
正文 (二级标题) = (一)	小四号 (LJ)	12 磅 (LJ)	16 磅	12 磅	加粗
正文 (三级标题) = 1.	五号 (LRJ)	10.5 磅 (LRJ)	16 磅	12 磅	加粗
正文 (四级标题) = (1)	五号 (LRJ)	10.5 磅 (LRJ)	16 磅	12 磅	加粗
正文 (中文内容)	五号 (LRJ)	10.5 磅 (LRJ)	固定值 (Exactly) 20 磅		正常
正文 (英文内容)	小四号 (LRJ)	12 磅 (LRJ)	固定值 (Exactly) 20 磅		正常
正文 (泰文内容)	三号 (LRJ)	16 磅 (LRJ)	固定值 (Exactly) 20 磅		正常
引用部分 (采用楷体 (STKaiti) 字体)	五号 (LRJ)	10.5 磅 (LRJ)	固定值 (Exactly) 20 磅		加粗
参考文献 (题目)	四号 (CT)	14 磅 (CT)	24 磅	18 磅	加粗
参考文献 (中英泰文)	五号 (LRJ)	10. 磅 (LRJ)	固定值 (Exactly) 20 磅		正常

CT = Centre Text (居中) ; LJ = Left Justified (左对齐) ;
 RJ = Right Justified (右对齐) ; LRJ = Left & Right Justified (左右对齐)



- 1、参考文献按先后顺序用阿拉伯数字连续编号，序号置于方括号内。
一种文献在同一文中被反复引用者，用同一序号表示。
- 2、参考文献的著录项目要齐全，注明作者，题目，刊名，出版年份，卷号（期号），起止页码。格式如下：

作者，第二作者.《书名》[参考文献类型].出版地点：出版社名，出版年，卷号（期号），起止页码

茱亚杰，李锦堂.《太阳能与可再生能源》[J].台北：成文出版社，1995，第 2 卷（第 3 期），2 - 6

- 2.1 若作者姓名使用泰文填写，要按照 ก - ฮ 顺序进行填写
- 2.2 若作者姓名使用英文填写，要按照 A - Z 顺序进行填写
- 2.3 若作者姓名使用中文填写，要按照 笔顺 进行填写
- 3、参考文献的类型以单字母方式标识：

C —— 论文集	D —— 学位论文
J —— 期刊文章	M —— 专（译）著
N —— 报纸文章	P —— 专利
R —— 研究报告	S —— 标准

 其他未说明的文献类型，采用字母“Z”标识。
- 4、若参考文献的资料从网络、社会化媒体等在线资料取来，必要按照以下格式进行填写。

作者.“题目” [online] , (url) , 取出资料来的年/月/日

Pichai Chuensuksawadi. “Thaksin hailed as next Asean leader”[online],
(http://www.bangkokpost.com/apec2003/20Oct2003_apec03.html),2015/3/15

主要参考文献著录表的格式为：

1. 期刊文章：作者. 文题. [参考文献类型]. 刊名，年，卷号（期号）：起止页码



张昆, 冯立群, 余昌钰等. 机器人柔性手腕的球面齿轮设计研究. [J]. 清华大学学报, 1994, 34 (2) : 1-7

2. 专(译)著: 作者. 书名(, 译者). [参考文献类型].
出版地: 出版者, 出版年. 起止页码

竺可桢. 物理学. [M]. 北京: 科学出版社, 1973. 56 - 60

3. 论文集: 作者. 文题. [参考文献类型]. 见(In): 编者, 编
(eds). 文集名. 出版地: 出版者, 出版年. 起止页码

Dupont B. Bone marrow transplantation in severe combined immunodeficiency with an unrelated MLC compatible donor. [C]. In: White H J, Smith R, eds. Proceedings of the Third Annual Meeting of the International Society for Experimental Hematology. Houston: International Society for Experimental Hematology, 1974. 44 - 46

4. 学位论文: 姓名. 文题: [XX学位论文]. [参考文献类型]. 授
予单位所在地: 授予单位, 授予年

郑开青. 通讯系统模拟及软件: [硕士学位论文]. [D]. 北京: 清华大学
无线电系, 1987

5. 专利: 申请者. 专利名. [参考文献类型]. 国名, 专利文献种
类, 专利号, 出版日期

姜锡洲. 一种温热外敷药制备方法. [P]. 中国专利, 881056073,
1980-07-26

6. 研究报告: 报告作者. 题名[参考文献类型]. 保存地点. 年份

例: 中国机械工程学会. 密相气力输送技术[R]. 北京: 1996



7. 报纸文章：作者. 题名.[参考文献类型]. 报纸名, 年-月-日(版)

丁文祥. 数字革命与竞争国际化[N]. 中国青年报, 2000-11-20(15)

傅刚. 大风沙过后的思考[N/OL]. 北京青年报, 2000-04-12(14)
[2002-03-06]. <http://www.bjyouth.com.cn/Bqb/20000412/GB/4216%5ED0412B1401.htm>.

8. 标准：起草责任者. 标准代号. 标准顺序号—发布年. 标准名称[参考文献类型]. 出版地：出版者，出版年

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局. 中国国家标准化管理委员会. GB/T7714—2005. 文后参考文献著录规则[S/OL]. 北京：中国标准出版社, 2005

5、出版日期：一年两期（6月份和12月份）

6、投稿须知

有意投稿者请通过网站在线投稿，

网址：<https://www.tci-thaijo.org/index.php/clcjin>

7、投稿费用

需在本刊发表，必付2,000泰铢的费用。此费用是“审稿专家评审学术文章费用”付款方式可以通过两家银行进行转账。转账后，请投稿者把PAY-IN SLIP扫描件发送至您所投稿的邮箱，作为证据。

开户名：Huachiew Chalermprakiet University

开户行：Thanachart Bank Public Company Limited (Thanachart Bank)

帐号：168-2-00999-7



开户名: Huachiew Chalermprakiet University

开户行: KASIKORN BANK Public Company Limited (开泰银行)

帐号: 450-2-05411-8

*** 若写稿者所需要发表的是“学位论文”或“与论文有关的文章”
请按照《本院学刊学位论文规定的顺序格式》进行修稿 ***

绪 论

一、研究背景和意义

二、研究范围、目的、主要内容、方法和创新性

(一) 研究范围

(二) 研究目的

(三) 研究主要内容

(四) 研究方法

(五) 研究创新性

三、与本论文有关的国内外研究综述

(一) 国内研究综述

(二) 国外研究综述

四、总结内容

结论

五、研究结果

六、建议（若有）

参考文献

การส่งต้นฉบับ

ผู้เขียนลงทะเบียนส่งไฟล์ต้นฉบับผ่านระบบออนไลน์ที่เว็บไซต์ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/clcjin> สำหรับบทความที่ผ่านการพิจารณาและเกณฑ์การประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ จะได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ต่อไป

ค่าธรรมเนียมในการตีพิมพ์บทความ

ค่าพิจารณาบทความในอัตรา 2,000 บาทต่อ 1 บทความ

การชำระค่าธรรมเนียมในการตีพิมพ์บทความ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

1. ชำระเป็นเงินสดที่กองคลัง อาคารอำนวยการ ชั้น 1 มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (บางพลี)
2. โอนเงินเข้าธนาคารได้ 2 ธนาคาร ดังนี้
 - 2.1 ธนาคารธนชาติ ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ สาขาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ บัญชีออมทรัพย์ เลขที่บัญชี 168-2-00999-7
 - 2.2 ธนาคารกสิกรไทย ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ สาขานนทบุรี-ตราด กม.18 บัญชีออมทรัพย์ เลขที่บัญชี 450-2-05411-8

- หมายเหตุ :**
1. โปรดเขียนชื่อ-นามสกุล รหัสนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ในใบนำฝากธนาคารให้ชัดเจน และ FAX ใบนำฝากมายังคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน หมายเลขโทรสาร 02-312-6295 และโทรแจ้งการโอนเงินที่หมายเลข 02-312-6300 ต่อ 1477
 2. กรณีต้องการใบเสร็จรับเงิน : นำใบนำฝากธนาคารมาติดต่อขอรับใบเสร็จรับเงินได้ที่คณะภาษาและวัฒนธรรมจีน



ใบสมัครสมาชิก วารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน

เรียน กองบรรณาธิการวารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ข้าพเจ้า (นาย,นาง,นางสาว)นามสกุล.....

สังกัด - ที่อยู่.....

มีความประสงค์จะสมัครเป็นสมาชิกวารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน โดยประสงค์ให้ส่งวารสาร
มายังที่อยู่.....

หมายเลขโทรศัพท์ (มือถือ)..... (ที่ทำงาน).....

อัตราสมาชิก

สมาชิกรายปี จำนวน 2 ฉบับ รวมเป็นเงิน 180 บาท (รวมค่าจัดส่งภายในประเทศ) ราคาจำหน่ายปลีก
ฉบับละ 100 บาท

☐ สมัครเป็นสมาชิกวารสารภาษาและวัฒนธรรมจีน เริ่มตั้งแต่ปีที่ฉบับที่.....

☐ สั่งซื้อเป็นรายฉบับ ปีที่ ฉบับที่

วิธีการชำระเงิน สามารถชำระเงินได้ 2 วิธี ดังนี้

1. ชำระเงินสดที่สำนักเลขานุการคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
2. โอนเงินเข้าธนาคารได้ 2 ธนาคาร ดังนี้

1. ธนาคารธนชาติ ชื่อบัญชีมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ สาขามหาวิทยาลัยหัวเฉียว
เฉลิมพระเกียรติ บัญชีออมทรัพย์ เลขที่บัญชี 168-2-00999-7

2. ธนาคารกสิกรไทย ชื่อบัญชีมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ สาขานนบางนา-ตราด
กม.ที่ 18 บัญชีออมทรัพย์ เลขที่บัญชี 450-2-05411-8

กรุณาส่งแฟกซ์ใบสมัครสมาชิกรวมใบโอนเงินมาที่ โทรสาร 0-2312-6295 หรือส่งมายัง
กองบรรณาธิการ วารสารวิชาการภาษาและวัฒนธรรมจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ที่อยู่ 18/18 ถนนเทพรัตน (บางนา-ตราด) กิโลเมตรที่ 18 ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัด
สมุทรปราการ 10540 โทรศัพท์ 02-312-6300 ต่อ 1477, 1478, 1479

ทั้งนี้ท่านประสงค์ให้ออกใบเสร็จรับเงินในนาม

☐ บุคคล ชื่อ.....

☐ สถาบัน.....

ลงชื่อ.....ผู้สมัคร
(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

หลักสูตรที่เปิดสอน :

ระดับปริญญาตรี (本科)

- หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน (中国语言专业)
- หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมจีน (中国语言与文化专业)

ระดับปริญญาโท (硕士)

- หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนภาษาจีน (汉语教学专业)
- หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ (商业汉语专业)

ระดับปริญญาเอก (博士)

- หลักสูตรศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการสอนภาษาจีน (汉语教学专业)

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (华侨崇圣大学)

18/18 ถ.เทพรัตน์ (บางนา-ตราด) กม.ที่ 18 ต.บางโฉลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

โทร. 0-2312-6300 – 73 โทรสาร 0-2312-6237 <http://www.hcu.ac.th>

คณะภาษาและวัฒนธรรมจีน โทร. 0-2312-6300 ต่อ 1477, 1479 โทรสาร 0-2312-6295